



NECESIDADES Y VARIACIONES DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y  
MEDIANAS EMPRESAS, Y SUS CAMBIOS EN LA DIGITALIZACIÓN  
DURANTE ESTOS ÚLTIMOS 5 AÑOS EN EL CENTRO DE NEGOCIOS DE  
PUENTE ALTO

Campos de acción micro-pequeñas y medianas empresas.

POR: OLGA TERESA CATENACCI VEGA

Tesis presentada a la Facultad de Gobierno de la Universidad del Desarrollo  
para optar al grado de Magíster en Políticas Públicas, mención Economía y

Gestión Pública.

PROFESORES GUÍA:

Sr. JUAN PABLO COUYOUMDJIAN

Sr. MAURICIO APABLAZA

Santiago de Chile, 01 de Julio 2022.

© Se autoriza la reproducción de esta obra en modalidad acceso abierto para fines académicos o de investigación, siempre que se incluya la referencia bibliográfica.

## INDICE

1. RESUMEN .....	4
2. INTRODUCCION .....	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
3.1. INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN .....	9
4. MARCO REFERENCIAL.....	10
4.1. ¿QUÉ ES UN EMPRENDEDOR? .....	10
4.1.1 ASPECTOS GENERALES DE LA ECONOMÍA DE CHILE .....	15
4.1.2. IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN CHILE .....	16
4.2. DIMENSIÓN/ÁMBITO 1: NORMATIVAS VIGENTES.....	20
LEY N°20.416: FIJAN NORMAS ESPECIALES ESTATUTOS PARA LAS PYMES.....	20
4.3. DIMENSIÓN SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS .....	23
4.4. DIMENSIÓN/ÁMBITO 3: CENTRO DE NEGOCIOS SERCOTEC.....	24
4.4.1. ACERCA DEL CENTRO DE NEGOCIOS PUENTE ALTO .....	26
4.4.2 ¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?.....	28
5. MARCO METODOLÓGICO.....	30
5.1. ENFOQUE .....	30
5.2. TIPO DE DISEÑO .....	30
5.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	30
5.4. MUESTRA .....	31
5.5. INSTRUMENTO/TÉCNICA .....	31
5.5.1. CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	32
5.6. TIPO DE ANÁLISIS .....	32
5.7. LIMITANTES DE SU ESTUDIO .....	32
6. RESULTADOS .....	33
6.1. RESULTADOS ESPERADOS .....	33
6.2. RESULTADOS OBTENIDOS.....	35
7. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES .....	58
7.1. RECOMENDACIÓN DE POLÍTICA PÚBLICA.....	63
8. ANEXOS .....	66
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	67

## **1. RESUMEN**

La importancia de Mipymes en la economía nacional en cuanto a la creación de ingresos y empleo muy relevante, ya que, son parte del motor que mueve un país. En los últimos años nos hemos encontrado con nuevas herramientas tecnológicas y acontecimientos que han cambiado la forma de comprar, vender y producir principalmente, es desde acá que nace la necesidad de conocer los principales cambios en los emprendimiento y si las políticas actuales se ajustan a estas necesidades. Como principal objetivo de esta investigación se busca analizar las necesidades, y cambios en la digitalización de las Micro-Pequeñas y medianas empresas en el centro de negocios de Puente Alto los últimos cinco años. Para ello se utilizó una metodología cuantitativa con enfoque descriptivo donde pudimos encontrar las principales necesidades de los emprendedores y los cambios en las estrategias de digitalización en los canales de comercialización de las empresas.

## **2.INTRODUCCION**

Hoy las Pymes representan el 97% de las empresas en Chile y tienen el potencial de reducir la pobreza y aumentar el desarrollo; representan oportunidad de desarrollo en el comercio, abren la puerta a soluciones innovadoras y también son un ejemplo en cuanto a creatividad y espíritu emprendedor en el país y el mundo.

Tras la pandemia y la apertura de nuevos mercados de comercialización, es importante renovar la cartera de beneficios que se les están entregando a las pymes pensando en una nueva generación de emprendedores.

La digitalización y los cambios en los consumidores ha abierto nuevas interrogantes en las herramientas que deben manejar los emprendedores, para muchos negocios en los últimos dos años, quienes no subieron al carro de la digitalización sus empresas no vendieron en el periodo de pandemia.

Desde acá el trabajo del Ministerio de Economía y la necesidad de adaptación de las políticas públicas que se están implementando para el apoyo al crecimiento de las empresas, y a los emprendedores entregando mayores soluciones y herramientas adaptadas a las necesidades actuales, que signifiquen un real aporte y significativo progreso en la solución de las necesidades integrales de la sociedad.

Para esto mi tesina se encargará de investigar y describir cuáles necesidades, y cambios de las micro, pequeñas y medianas empresas y sus cambios en la digitalización durante estos últimos 5 años. Siento los objetivos específicos de investigación; caracterizar los principales rubros que han iniciado actividades ante Servicio de Impuestos Internos (SII) en la comuna de Puente Alto de la Región Metropolitana (R.M.) en los últimos 5 años; identificar las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto de la R.M. en los últimos 5 años; describir los cambios provocados por la digitalización en sus empresas en el Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto de la R.M. los últimos 5 años.

Esto se realizará en el centro de negocios de Puente Alto, ya que, el último Censo realizado en 2017, en Chile hay 17.574.003 habitantes, de los cuales están divididas en 346 comunas a nivel nacional, y la comuna con mayor densidad poblacional es Puente Alto con 568.106 habitantes, es por esto que

se eligió la comuna más poblada para realizar la investigación. Según datos de SII del año 2020, existen 24.484 empresas creadas en esa comuna.

En este documento podrán encontrar información sobre las micro-pequeñas y medianas empresas, qué es un emprendedor y por qué nace, estudios relacionados con la importancia en la economía y la empleabilidad en Chile, también las leyes y normas por las que son regidas, instituciones que realizan las recaudaciones de impuestos y llevan la información sobre cada una de ellas como también información sobre el centro de negocios y su rol y apoyo en las empresas.

Esta investigación tendrá un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental ya que no se manipularán las variables enviando una encuesta a las empresas que son atendidas por el centro de negocios con un total de 430 clientes activos y se describirá los resultados, el tipo de encuesta describirá la caracterización de los emprendedores encuestados y se enfocará en el objetivo número dos y tres de esta investigación. Por otro lado, se utilizará la base de datos de las empresas con inicio de actividades en primera categoría desde el 2016 al 2020 y describiré sus cambios en cuanto a la representatividad por rubros para finalizar con análisis, conclusiones y recomendaciones a las políticas públicas ya existentes.

### **3. Planteamiento del problema**

La importancia del emprendimiento en Chile; La proliferación de las micro, pequeñas y medianas empresas en el último tiempo responde en primer lugar a la necesidad de empleo en un ambiente de crisis económica generalizada,

tras un escenario adverso, la tendencia de supervivencia motivó a las personas a buscar nuevas formas de emplearse. En segundo lugar, muy en la línea del espíritu idealista de las nuevas generaciones, se encuentra el propósito social para generar una diferencia en el mundo, como motivación para emprender, seguido de incrementar los ingresos percibidos por los ciudadanos. Ya en último lugar encontramos la tradición familiar como motor para ser parte del ecosistema de empresas de menor tamaño, de lo que se desprende un reflejo del cambio generacional, que ahora en vez de heredar negocios familiares, comienzan desde cero, con todos los riesgos que dicha labor requiere.

**La actividad emprendedora según la motivación para emprender – Chile**

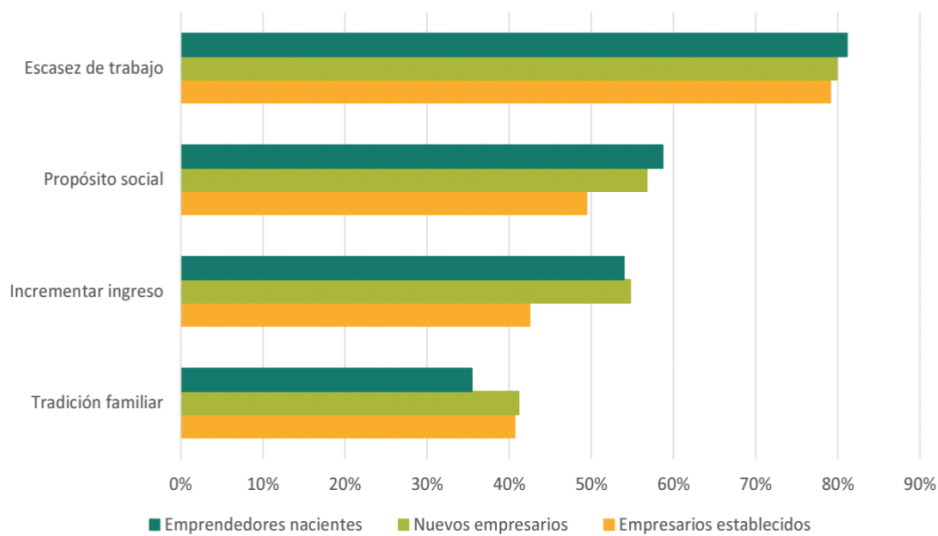


Grafico N° 1. Porcentaje según etapa del proceso emprendedor.

Fuente: GEM, APS 2020.

A raíz de la escasez de trabajo, panorama que ha perdurado a través del tiempo en el mundo laboral, son los mismos desempleados quienes buscan nuevas formas de sustento, reactivando la economía desde el comercio local y organizado. En otras palabras, la importancia de las empresas de menor tamaño se sustenta en el crecimiento económico y la creación de empleos, sin embargo, aunque esta misma situación acarrea una serie de efectos, que si no se controlan podrían converger en resultados no deseados, como lo es el alto riesgo de endeudamiento, el bajo ingreso percibido y la precarización del trabajo.

Para ello las políticas públicas vigentes deben estar actualizadas a las necesidades de los negocios. Uno de los grandes desafíos es poder entregar crecimiento no solo económico sino calidad de vida a los emprendedores, logrando una mayor seguridad en sus ingresos y menores costos en sus negocios. Impactando el crecimiento de las personas emprendedoras a nivel comunal, insertándose en un objetivo macro social de trabajo, mejorando las expectativas de la comunidad local, regional, entre otras.

Como principal objetivo de esta investigación se busca analizar las necesidades, y cambios en la digitalización de las Micro-Pymes durante estos últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto. Este es un caso relevante porque podemos tomar una muestra de los emprendedores que habitan esta comuna por ser la comuna con mayor densidad poblacional a nivel nacional, y donde podemos encontrar niveles socioeconómicos muy diversos y un crecimiento poblacional permanente según estado comunal del

plan de desarrollo comunal realizado por PLADECO, por lo que poder mejorar las herramientas para estas personas generaría un importante impacto en los Puentealtinos.

Para poder obtener la información y responder a este objetivo principal, trabajaremos en tres objetivos específicos.

- Caracterizar los principales rubros que han iniciado actividades ante SII en la comuna de Puente Alto de la Región Metropolitana (R.M.) en los últimos 5 años.
- Identificar las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto de la R.M. en los últimos 5 años.
- Describir los cambios provocados por la digitalización en sus empresas en el Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto de la R.M. los últimos 5 años.

### **3.1. Interrogantes de investigación**

Para poder analizar las necesidades y cambios de las Micro-Pequeñas y medianas empresas y su estrategia de digitalización durante estos últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto, y de esta forma determinar cómo se han comportado las pymes. Exploramos sobre cuáles son algunas de las necesidades que podemos resolver en materia de políticas públicas.

Se ha determinado las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son los principales rubros que han iniciado actividades en SII en la comuna de Puente Alto en los últimos 5 años?

- ¿Cuáles son las principales necesidades que han tenido los emprendedores de el centros de negocios en la comuna de Puente Alto los últimos 5 años?

Tanto la primera como la segunda pregunta de investigación corresponden a una investigación exploratoria, ya que es un tema poco abordado por la literatura y de reciente implementación o funcionamiento.

- ¿Cuáles son los cambios provocados por la digitalización en empresas del Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto de la R.M. los últimos 5 años?

Esta última pregunta es descriptiva ya que es utilizada cuando el fenómeno en estudio requiere ser abordado o descrito con mayor precisión, y es de esta forma que detallaremos los resultados de las encuestas.

## **4.MARCO REFERENCIAL**

### **4.1. ¿Qué es un emprendedor?**

“Existen diversas formas de definir y entender el término emprendedor. Sin embargo, los más variados autores coinciden en que tal vocablo se deriva de la palabra entrepreneur, que a su vez se origina del verbo francés entreprendre, que significa "encargarse de". Emprender es un vocablo que denota un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada y le permiten mostrar ciertas competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos” (Rodríguez, 2011).

Por otro lado, “el emprendimiento es un fenómeno cuyo estudio abarca muchas disciplinas pero que en lo principal es el individuo.” (Amoros, Guerra, & Carrillo, 2007)

Como indican los autores, no solo es una persona que desempeña una ocupación, sino que tiene principales características que lo distinguen.

De acuerdo al modelo GEM la actividad emprendedora varía específicamente dadas ciertas características únicas de los países.

En este contexto podemos ver la relación entre la creación de nuevas empresas y crecimiento económico. Pudiendo distinguir las oportunidades para emprender y la capacidad emprendedora:

La actividad emprendedora está motivada por las distintas percepciones de oportunidades combinadas con las habilidades emprendedoras y el motivo para realizarlas. Las oportunidades se refieren tanto a la existencia de estas como a la idea de poder concretar y hacer factibles estas oportunidades en los mercados disponibles. La capacidad se relaciona con la motivación y poder de las personas para comenzar nuevos negocios, además, del grado de talento y habilidades que poseen para la iniciativa emprendedora (Amoros, Guerra, & Carrillo, 2007).

Por otro lado, es importante destacar el Valle de la muerte dentro de las distintas fases del proceso emprendedor, esto se refiere al periodo en que un negocio puede ser sostenible en el tiempo y logra equilibrar sus ingresos y

egresos para que su negocio sea perdurable en el tiempo buscando la estabilidad en el mercado a abordar. Hay distintas claves de actuación preventivas y reactivas en el ámbito de la capacidad del emprendedor de su capacidad de adaptación, capacidad de frustración y resiliencia que añadidas a una intensificación de la formación emprendedora, mejoren las perspectivas de éxito del proyecto emprendedor dentro de los tres primeros años de vida, pero en particular dentro de los 12 primeros meses, donde se concentra el mayor porcentaje de mortalidad de proyectos emprendedores, quiere decir que sigan funcionando después de 12 meses desde su creación.

El emprendedor es una persona que ve en su negocio una oportunidad y, por lo tanto, tiene confianza en su capacidad para salir adelante. Hay distintos tipos de emprendedores, y en esta investigación nos enfocaremos en los contribuyentes de primera categoría que son clasificados en los distintos tramos de tamaño en función de sus ventas anuales. Siguiendo la metodología del Servicio de Impuestos Internos (SII), se aplican los criterios siguientes para la clasificación: - Microempresa: de 0,01 a 2.400 UF. - Pequeña Empresa: de 2.400 a 25.000 UF. Mediana Empresa de 25.000 a 100.000 UF.

Algunos resultados de la Tercera Encuesta de Micro emprendimiento 2013.

Web: los determinantes del desarrollo <http://www.economia.gob.cl/estudiosyencuestas/> del Ministerio de Economía.

“Se pueden identificar comportamientos que pueden comenzar a modificarse

con un Programa de emprendimiento en la edad escolar. Alguna información general que arroja esta Encuesta es la siguiente:

- La mayoría de los emprendedores nacen por oportunidad: del total de 1.753.505 emprendedores, un 65,9% emprende por oportunidad mientras que un 34,1% lo hace por necesidad.
- Diferencias de género: Un 35,3% de las mujeres emprende por necesidad, mientras que un 33,4% de los hombres emprende por esta razón. Sin embargo, si se consideran los emprendimientos que nacen por tradición familiar como una categoría aparte, dichos porcentajes cambian a 25,5% y 18,9% respectivamente, ampliándose la brecha de género.
- Emprendedores por oportunidad tienen mayor educación: un 71,3% de los emprendedores por oportunidad alcanzó un nivel educacional mayor a la enseñanza básica, en cambio un 61,0% de los emprendedores por necesidad lo hizo.
- Sectores económicos: Un 19,2% de los emprendimientos por necesidad pertenecen al sector primario, un 22,2% al sector secundario y un 58,6% al sector terciario. En cambio, estas cifras para los emprendimientos por oportunidad son 9,2%, 24,05 y 66,8% respectivamente.
- Emprendedores por necesidad son más informales: los emprendedores formales representan el 40,1% del total de

emprendedores por necesidad, mientras que dicha cifra sube al 57,7% de los emprendedores por oportunidad.

- Acceso al financiamiento: un 24,6% de los emprendedores por necesidad ha solicitado algún préstamo, mientras que de los emprendedores por oportunidad un 32,7% lo ha hecho.
  - Nivel de ventas: un 49,5% de los emprendedores por necesidad gana el salario mínimo, mientras que un 34,2% de los emprendimientos por oportunidad se encuentra en esta situación.
- I. Generación de empleo: los emprendimientos por oportunidad generan más empleo que aquellos que nacen por necesidad; mientras los primeros emplean a 7,5 trabajadores en promedio, los segundos sólo 3.
  - II. Emprendedores por oportunidad innovan en servicios: un 57,5% de los emprendedores por oportunidad ofreció un servicio nuevo o mejoró la forma en que se realiza un servicio, mientras que un 37,3% de los emprendedores por necesidad lo hizo”(Ministerio de Economía, 2015).

Hoy las pymes representan el 97% de las empresas en Chile y tienen el potencial de reducir la pobreza y aumentar el desarrollo; representan oportunidad de desarrollo en el comercio, abren la puerta a soluciones innovadoras y también son un ejemplo en cuanto a creatividad y espíritu emprendedor en el país.

<b>Tramo Ventas</b>	<b>Empresas con ventas en al menos 10 meses</b>
Hasta 25.000 UF	431.505
25.000,01 UF a 75.000 UF.	21.015
75.000,01 UF a 100.000 UF.	3.136
100.000,01 UF a 1.000.000 UF.	10.348
sobre 1.000.000 UF.	1.872
<b>Total general</b>	<b>467.876</b>

Tabla N° 1 . Empresas con ventas en al menos 10 de los 12 meses del año

Fuente: Elaborado por la Subdirección de Gestión Estratégica y Estudios Tributarios en base a información contenida en los formularios 22, 29 y en base a información tributaria 2021 de SII.

#### **4.1.1 Aspectos generales de la economía de Chile**

“Según el Banco Mundial, Chile ha sido de las economías de más rápido crecimiento en Latinoamérica, lo cual ha permitido una reducción considerable de la pobreza, esto debido a los avances en los programas de acceso a la educación, pasando de un índice de 38% en 1990 a 14,4% en 2011 y 10% en el 2016, además a través de análisis a la actividad económica, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ubicó a Chile en el segundo lugar como el país con menor índice de pobreza, indicando así que solo el 1% de la población habita en viviendas de materiales precarios”. (Mundial, s.f.)

De acuerdo con lo referido, las pymes son una pieza fundamental de la vida económica y social en Chile, ya que aportan gran parte de la producción nacional y la generación de empleo. Las financiaciones de este tipo de

empresas provienen del sector bancario, mercado que en ocasiones impone restricciones e impide su crecimiento debido a los parámetros exigidos a la hora del acceso a crédito. Sin embargo, dicha problemática no ha impedido el desarrollo de este sector. De igual manera, estas pequeñas y medianas empresas desempeñan un papel importante en el proceso de cambio de un país, son fuente de innovación, productividad y tecnología, desempeñándose como agentes de cambio en una economía globalizada”(Mundial, s.f.)

#### **4.1.2. Importancia de las Pymes en Chile**

Años atrás la pequeña y mediana empresa no se consideraba como un factor importante en la economía del país, sin embargo, con el tiempo se empieza a ver su crecimiento nacional e internacional y su aporte económico, lo que las posiciona como un factor fundamental en su economía, haciendo que las entidades gubernamentales pongan sus ojos en ellas, es allí cuando se crean organizaciones que promueven su crecimiento emprendedor y dichas empresas empiezan a tomar un mayor auge.

Las pymes nacen en Chile por alguna oportunidad de mercado o necesidad generada por los consumidores, la pequeña y mediana empresa muestra una realidad económica por su aporte en generación de empleos, participación en la producción nacional, iniciativas de innovación y competitividad, lo que hace que se genere un crecimiento en el país.

El éxito del crecimiento de las pymes, a pesar de las complicaciones y restricciones en los créditos, se debe a cómo implementan la solución a los

problemas que enfrentan día a día, tales como escasa mano de obra, manejo de los costos en sus productos, generar espacios que visibilizan, la competencia sana entre la innovación y diferenciación, lo más importante como sostenerse en el tiempo. Por ejemplo, implementan prácticas para asociarse entre ellas, lo que les permite compartir costos y ser más competitivas en el sector económico en el que se mueven.

El 97,7% de las empresas en Chile, son propiedad privada. Las Micro-Pymes constituyen el 97% de las que existen en Chile, de acuerdo con la información estadística que maneja el Servicio de Impuestos Internos de Chile publicada en el año 2016, en el país existen 1.074.040 empresas de las cuales 1.059.868 están representadas en micro, pequeñas y medianas empresas, estas aportan más de 5 Millones de empleos directos (fuente artículo Pyme.emol.com del 17 Abril 2017), lo que genera un mayor desarrollo humano en las regiones que se concentran.

Adicional a esto, “de acuerdo a cifras del Ministerio de Economía, las pymes aportaron el 17% del Producto Interno Bruto (PIB), mientras que las grandes, el 83%. Y representan el 13,1% del total de las ventas del país. Asimismo, generan el 53% del empleo, pero tienen salarios más bajos” (Alonso, 2020). Destacando su aporte, en primer lugar a la generación de empleo, pero también en lo referente a la producción. Es por esto que esta investigación va enfocada a cómo solucionar o entregar mayores herramientas a las micro y pequeñas empresas, ya que estas tienen una gran importancia en la

generación de empleo en el país, y a nivel mundial entregan mucho trabajo a hombres y mujeres dándole a las personas crecimiento laboral y personal”(Alonso, 2020).

Estas empresas están distribuidas en los diversos sectores de la economía y debido a su composición ingresan al mercado con un proceso más lento que las grandes empresas, teniendo en cuenta que las pymes que tienen éxito tardan hasta 10 años en su proceso de desarrollo, por ejemplo aquellas empresas que inician su incursión en el mercado lo hacen de forma pequeña para determinar un comportamiento inicial, algunas lo logran y obtienen resultados eficientes generando un crecimiento significativo y otras solo se mantienen en el mercado local.

De acuerdo a la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas ELE4 en Chile, la composición de empresas por sector y tamaño se encuentran estructuradas en cinco sectores principales: comercio (34,5%); transporte y almacenamiento (10,5%); industrias manufactureras (10,2%), agrosilvicultura y pesca (10,1%) y construcción (9,8%).

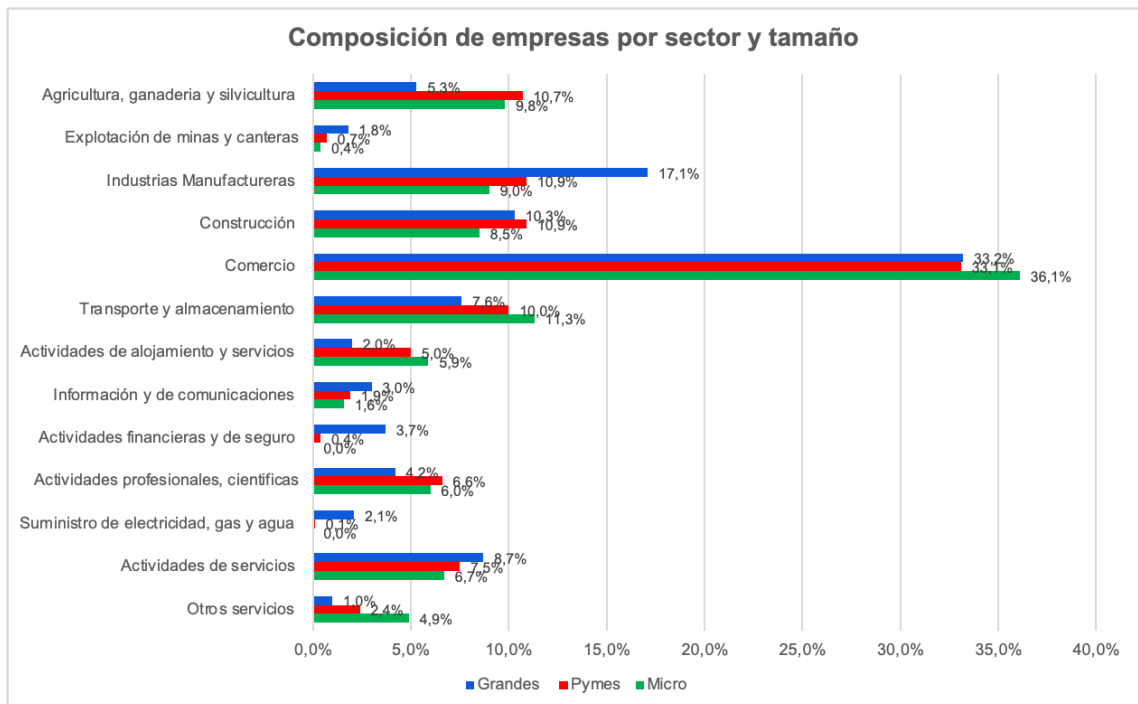


Gráfico N° 2. Composición de empresas por sector y tamaño Fuente: Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas, 2017. De estos sectores los que generan las principales exportaciones en las pymes son el de agrosilvicultura y pesca con un total de 18,9% exportado, seguido del sector de comunicaciones con un 11,6%, adicional al movimiento generado por el sector del cobre. (Fuente: Cuarta encuesta longitudinal de empresas unidad de estudios agosto 2017 pág. 4, y 27).

Las empresas que se encuentran en estos sectores deben competir con grandes empresas, como el retail y grupos económicos del país en cuanto a nicho, precio, y calidad, adicional a restricciones del mercado financiero, por ello el posicionamiento y por ende el sostenimiento es una tendencia en las economías del mundo, ya que en todas se presentan este tipo de

restricciones que hace que fracasen las empresas y no puedan concluir su ciclo.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente es importante que el gobierno volqué su mirada a dichas empresas, con el fin de impulsar su crecimiento teniendo en cuenta los impactos contributivos que generan en cuanto a empleo y crecimiento económico sin desmeritar su aporte social.

#### **4.2. Dimensión/Ámbito 1: Normativas Vigentes.**

##### **Ley N°20.416: Fijan normas especiales estatutos para las Pymes**

En enero del año 2010, fue promulgada la **ley N° 20.416**, que fijó un nuevo marco regulatorio para las empresas de menor tamaño, estableciendo su definición y parámetros de ventas. Además de los deberes de fomento de las instituciones pertenecientes al Ministerio de Economía, así como también se incluyeron las especificaciones de las sanciones a la competencia desleal y un nuevo marco normativo de los "Acuerdos de Producción Limpia", y de la ley que crea el sistema voluntario para la reorganización o cierre de micro y pequeñas empresas en crisis.

En el segundo inciso del artículo segundo de la ley 20.416 queda establecido que:

*“Son microempresas aquellas empresas cuyos ingresos anuales por ventas y servicios y otras actividades del giro no hayan superado las 2.400 unidades de fomento en el último año calendario; pequeñas empresas, aquellas cuyos*

*ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro sean superiores a 2.400 unidades de fomento y no exceden de 25.000 unidades de fomento en el último año calendario, y medianas empresas, aquellas cuyos ingresos anuales por ventas, servicios y otras actividades del giro sean superiores a 25.000 unidades de fomento y no excedan las 100.000 unidades de fomento en el último año calendario”*(Economía, 2010)

“De igual forma, en este ordenamiento jurídico, también se delimitaron los deberes del Ministerio de Economía, como institución encargada de gestionar, mediante sus servicios, dependientes o relacionados, políticas y planes de fomento que potencien a las Pymes.

Según el Artículo Tercero, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo deberá impulsar el desarrollo de las empresas de menor tamaño y facilitarles la utilización de los instrumentos de fomento dispuestos por los órganos del Estado”. (Economía, 2010)

“En esa misma línea también se dispuso la creación de la División de empresas de menor tamaño en la Subsecretaría de Economía, Fomento y Reconstrucción, donde se encargó la tarea de crear herramientas para apoyo a las Pymes y encargados de su fiscalización en distintos ámbitos de apoyo, adicional a esto se crea un consejo.

En particular, serán funciones del Consejo las siguientes:

a) Evacuar consultas, sugerencias, observaciones o proposiciones, respecto de materias de competencia del Ministerio de Economía, Fomento y

Reconstrucción relacionadas con las empresas de menor tamaño, en las cuales éste les solicite su opinión.

b) Proponer al Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción, estrategias que permitan potenciar la debida coordinación de las políticas y acciones sectoriales de apoyo a las empresas de menor tamaño.

c) Asesorar al Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción para que, en colaboración con los ministerios sectoriales, se dé cumplimiento a las políticas y planes focalizados en empresas de menor tamaño.

d) Promover la cooperación entre las instituciones del sector público y privado en la ejecución de programas relativos a las empresas de menor tamaño.

e) Promover que la implementación y ejecución de las políticas, planes y programas de emprendimiento del Estado consideren condiciones de igualdad de oportunidades.

f) Solicitar semestralmente un informe detallado de las iniciativas del sector público orientadas al fomento, financiamiento y desarrollo productivo, que distinga entre aquellas que constituyen subsidio de aquellas que no lo son, de forma de propender a que una proporción mayor de ellas alcance a las empresas de menor tamaño” (Economía, 2010).

La Ley 20.416 fija las normas especiales para las empresas de menor tamaño que están reguladas a través de distintos ministerios, organizaciones gubernamentales y municipios, para la obtención y flexibilización del correcto funcionamiento de las micro pymes en los distintos tipos de funcionamiento, (trabajo, salud, patentes) esto se puede encontrar en la biblioteca del Congreso Nacional.

### **4.3. Dimensión Servicio de Impuestos Internos**

El Servicio de Impuestos Internos de Chile (SII), es el organismo responsable de la administración tributaria de los impuestos internos, y en el ejercicio de su rol aportador de recursos al Estado para el financiamiento de inversiones sociales que se realizan en beneficio de la comunidad, es un actor relevante en la actividad económica y social del País. Además, de procurar que cada contribuyente cumpla cabalmente sus obligaciones tributarias, aplicando y fiscalizando los impuestos internos de manera efectiva y eficiente, con estricto apego a la legalidad vigente y buscando la facilitación del cumplimiento, en el marco que establecen los principios de probidad, equidad y transparencia. Esto significa que, como consecuencia directa del cumplimiento de la misión encomendada y que fundamenta su existencia, el SII cumple un rol protagónico en el fomento de la actividad económica nacional, tanto a través de su acción directa de administración del sistema tributario, como asimismo, a través de su participación activa en el contexto de iniciativas

gubernamentales tendientes a incrementar el desarrollo económico del País.  
(SII, 2002-2003)

Desde la información que maneja SII y sus datos estadísticos podremos rescatar información muy importante para poder caracterizar a las pymes y este se utilizara como registro de información para describir el objetivo numero dos de esta tesina.

#### **4.4. Dimensión/Ámbito 3: Centro de Negocios Sercotec**

“El Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec, es una corporación de derecho privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, dedicada a apoyar a las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, para que se desarrollen y sean fuente de crecimiento para Chile y los chilenos. Atendemos a pequeños empresarios y empresarias que enfrentan el desafío de actuar con éxito en los mercados, así como a los emprendedores y emprendedoras que buscan concretar sus proyectos de negocio. Su principal misión es brindar apoyo 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, s.f.)

“La iniciativa de establecer en Chile una red de Centros de Negocios Sercotec tiene como objetivo poner a disposición de las pequeñas empresas y emprendedores/as del país servicios de apoyo desplegados en el territorio de tal forma de asegurar impacto económico.

La red de Centros de Negocios es ejecutada por el Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec es una iniciativa que nació de un acuerdo suscrito entre los gobiernos de Chile y Estados Unidos en junio de 2014, en materia de Promoción del Emprendimiento y del Crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. Este comprometió asesoría técnica, capacitación y colaboración de Estados Unidos para la implementación de los Centros de Negocios. La contraparte técnica de este acuerdo es Small Business Development Centers (SBDC), una red de más de mil puntos de atención integral y principal fuente de asesoría técnica para micro y pequeñas empresas estadounidenses.

El foco de los Centros está en contribuir al aumento de la productividad y sostenibilidad de las empresas y emprendimientos, aspirando a ser un modelo de trabajo concordado que se basa en el esfuerzo, constancia y compromiso de los empresarios y emprendedores, hombres y mujeres, para llevar adelante sus negocios.

El funcionamiento de los Centros de Negocios está a cargo de operadores externos, seleccionados por concurso público, de los cuales 25 son entidades de educación superior, corporaciones, institutos profesionales, fundaciones, entre otros.

Los operadores deben cumplir con las normativas y regulaciones establecidas por Sercotec, para asegurar el mismo nivel de atención en cualquier punto del país. Los Centros son monitoreados periódicamente por organismos externos especializados.

El primer Centro de Negocios de Chile abrió sus puertas el 5 de octubre de 2015, en Valparaíso. En 2016 ya estaban en funcionamiento 35 centros, en todas las regiones del país y en 2017 ya se completó la red de 52 centros desplegada en todo el territorio, y sigue expandiéndose proyectándose, actualmente hay 62 centros a nivel nacional”. (SERCOTEC, s.f.)

#### **4.4.1. Acerca del centro de Negocios Puente Alto**

El Centro de Negocios Sercotec de Puente Alto es un espacio donde las pequeñas empresas y emprendedores reciben asesoría técnica, individual e integral y sin costo para el cliente, a través de mentores expertos, para fortalecer sus capacidades y desarrollar su actividad empresarial.

Los servicios del Centro incluyen mentoría y asesoría técnica de alto valor, capacitación especializada, acceso a oferta financiera, investigación aplicada de negocio y mercado, vinculación y articulación con el ecosistema productivo local.

El Centro de Negocios Sercotec Puente Alto es operado por el Centro de Servicios de la Universidad Central de Chile, en alianza con destacados socios estratégicos, fortaleciendo triple hélice, academia, privados y red pública.

En particular, destaca el acceso a especialistas sectoriales y temáticos de alto nivel debido a la relación directa del operador con la Universidad Central de Chile y sus diferentes facultades y escuelas, destacando estrategia territorial y colaborativo con actores locales y vinculado con el ecosistema del emprendimiento.

Desde lo académico participa la Universidad Central de Chile y sus diferentes facultades y escuelas. Otras casas de estudios como INACAP, DUOC, las Universidades UTEM y San Sebastián, lo que permite abordar capacitaciones, asesorías y mentorías de profesionales e investigación de mercado con alumnos en práctica.

Desde el ámbito empresarial participa la Cámara de Comercio de Puente Alto, la Asociación de Turismo de Pirque, organizaciones no gubernamentales y financieras, Banco Estado, microempresa y BCI.

La participación de los municipios de Puente Alto, Pirque, Buin y Paine, marcan la presencia del gobierno local. Finalmente en ámbito sectorial participan Sernatur, Servicios de Impuesto Internos, entre otros organismos.

Estos vínculos con actores relevantes del territorio permiten gestionar redes de apoyo y cooperación que potencien el crecimiento de las empresas de menor tamaño produciendo impacto económico y social.

El Centro de Desarrollo de Negocios presta servicios integrales de alto valor durante toda la atención. Esta parte con un diagnóstico, sigue con la definición de un plan de trabajo y continúa con acompañamiento de mediano a largo plazo en la implementación del plan, para asegurar impacto económico en la empresa atendida; es decir, que aumenten sus ventas, que genere empleos, que obtenga financiamiento, entre otros”.(SERCOTEC, CENTRO DE NEGOCIOS, s.f.)

#### **4.4.2 ¿A quiénes está dirigido?**

“Pequeñas empresas y emprendedores, hombres y mujeres, que requieran apoyo y se comprometan a implementar un plan de trabajo acordado con el asesor del Centro, orientado por el esfuerzo, la constancia y la responsabilidad.

Los servicios del Centro incluyen:

- ❖ Mentoría y asesoría técnica de alto valor.
- ❖ Capacitación general y especializada.
- ❖ Acceso a oferta financiera.
- ❖ Investigación aplicada de negocio y mercado.

- ❖ Vinculación y articulación con el ecosistema productivo local”.  
(SERCOTEC, s.f.)

Este centro de negocios está ubicado en Santo Domingo 660, Puente Alto.



Figura 1. Imagen del equipo de profesionales Centro de Negocios

Fuente: Pagina de Sercotec Centro de Negocios.

Es importante señalar que esta tesina esta enfocada en el Centro de Negocios de Puente Alto ya que esta es la comuna más poblada a nivel nacional con mas de medio millón de habitantes, tiene un permanente y alto crecimiento poblacional según estado comunal del plan de desarrollo comunal PLADECO, lo que las políticas publicas que se puedan mejorar en esta comuna tendrá directo impacto en las personas que habitan esta comuna.

## **5. MARCO METODOLÓGICO**

### **5.1. Enfoque**

El enfoque cuantitativo se compone de todos los elementos necesarios para construir al fenómeno de estudio. Se realizarán encuestas a través de formularios *google form* con base de datos manejados por el centro de negocios y la obtención de bases de datos para obtener generalizaciones teóricas del conocimiento, que contribuyan al enriquecimiento de un saber de las pymes mediante el control, predicción y explicación de fenómenos.

Se basará en el razonamiento deductivo a través de la observación y experimentación basándose en criterios ya mencionados. Para esta investigación asumiré una actitud neutral frente a los fenómenos y procederé con objetividad.

### **5.2. Tipo de Diseño**

#### **Diseño no experimental**

Ya que se realizará sin manipular deliberadamente variables. Se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. Se basa en las Pymes y no se realizará una intervención directa. Los emprendedores son observados en su ambiente natural.

### **5.3. Tipo de Investigación**

#### **Investigación descriptiva**

Es una investigación descriptiva ya que, su objetivo es describir la naturaleza de las pymes y su comportamiento estos últimos 5 años, sin centrarse en las razones por las que se produce. Es decir, describiré el tema de investigación.

#### **5.4. Muestra**

La muestra será probabilística intencionada y estará focalizada en las pymes de la Región Metropolitana, específicamente de la comuna de Puente Alto. Por una parte con la obtención de bases de datos de SII podremos obtener el registro de las empresas creadas en los últimos 5 años, su nivel de ingresos, rubro entre otros. Por otro lado, en las encuestas se enviarán a las pymes que son atendidas por el Centro de Negocios Sercotec y que son activamente asesoradas por los profesionales de este lugar y que se encuentren en la categoría de micro, pequeña y mediana empresa. Actualmente el centro tiene 500 clientes activos.

#### **5.5. Instrumento/Técnica**

Para poder llevar a cabo esta investigación desarrolle un cuestionario de 25 preguntas, donde se puede obtener información sobre el perfil del emprendedor y que respondan al objetivo 2 y 3 planteados con anterioridad, posterior a esto etapa se envió encuesta generada a través de la herramienta Google Form, lo que llegará a los emprendedores a través de mail que enviará directamente el centro de negocios a los 430 emprendedores del centro de negocios de Puente Alto esperando una tasa de respuesta del 13,7%. Con esta información se realiza el análisis de los datos para realizar mis observaciones.

Por otro lado se utilizaron las bases de datos de SII actualizadas con la georreferenciación y segmento a investigar que responderá al objetivo número 1 de esta investigación.

#### **5.5.1. Consentimiento informado**

Los participantes contaron y accedieron a través de la encuesta dando su consentimiento voluntario e informado, donde se explicaba en qué consistía la investigación antes de convertirse en participantes del estudio, asegurando la dignidad y el bienestar de las personas que participaron.

#### **5.6. Tipo de Análisis**

Este análisis se enfocará en estadística descriptiva ya que, esta investigación proporcionará un enfoque de describir, por el que, confeccionaré un resumen de información que dan los datos de una encuesta a través del formulario Google Form en las cuales incorporare preguntas de caracterización y preguntas para desarrollar a mayor profundidad objetivo numero 2 y 3. Una vez realizada la encuesta se realizó un cruce de datos y segmentación de los resultados, de esta forma obtener una síntesis de la información para arrojar un análisis de la información.

#### **5.7. Limitantes de su estudio**

Los sesgos de selección que pudieron haber en la tasa de respuesta de la encuesta como con el hechos de la investigación ya que sólo se está enfocando en una comuna de la R.M., por ser la comuna mas poblada de Chile y enfoca de un centro de negocios ya que se contaba con las

herramientas necesarias para llegar a este público objetivo a través de una encuesta en el tiempo necesario para entregar esta investigación.

Más allá del problema de investigación, este es un caso de estudio importante que se puede replicar tanto a nivel regional como nacional por lo que se puede seguir con nuevos estudios que reflejen las características, cambios y problemas más generales de las PYMES.

## **6. RESULTADOS**

### **6.1. Resultados esperados**

Al concluir esta investigación, el principal resultado esperado es describir la necesidades, y cambios en la Digitalización de las Micro-Pymes durante estos últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto. Esto a través de los objetivos específicos, uno de ellos es identificar las principales características de los emprendedores en la actualidad describiendo los rubros que se han iniciado estos últimos 5 años, si ha habido % cambios que han habido en la creación de estos. Con estos resultados podremos identificar las características y modificaciones que han tenido los emprendedores que han realizado inicio de actividades en SII en la comuna de Puente Alto los últimos 5 años.

Por otro lado, uno de los objetivos de esta investigación es identificar las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto de la R.M. en los últimos 5 años. La cual a través de la encuesta con alternativas se identificó las necesidades, brechas y/o dificultades que tienen actualmente los empresarios, tales como

financiamiento, capacidad de ahorro, capacidad de adaptación o reconversión, falta de equipamiento, costos, espacios de comercialización, entre otros indicadores que nos podrán dar información sobre sus ahogos. De igual forma, con las respuestas podré obtener información tal como, sector económico, sexo edad de los encuestados, si han seguido en funcionamiento y cuánto a sido si nivel de ventas los últimos años.

Como último objetivo, podré describir los cambios provocados por la digitalización en los emprendedores del Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto, cuántos de ellos se han podido reinventar tras la digitalización y utilizar la tecnología como aliado de sus negocios y que ha significado para ellos estos cambios a través de los años en sus negocios, si los emprendedores ven la digitalización como oportunidades o desafíos y si se pueden adaptar rápidamente a la innovación en sus negocios.

Con el resultado de esta investigación se pueden generar espacios de mejora que buscan solucionar parte de las necesidades de las empresas entregando herramientas y oportunidades a los emprendedores, contribuyendo en la generación de nuevas políticas públicas pensadas en las necesidades actuales de los emprendedores. De esta forma poder relevar la importancia de las pymes en la sociedad, como impactan en el empleo en Chile con más de un 53% de empleabilidad siendo los salarios más bajos y poder mejorar la desigualdad salarial apoyando a la economía local.

## 6.2. Resultados Obtenidos

A continuación presentaré los resultados obtenidos respondiendo los objetivos planteados con base de SII años 2016 a 2020 y encuesta realizada a los clientes del Centro de Negocios de Puente Alto realizada entre Abril y Mayo del año 2022.

**Objetivo 1:** Caracterizar los principales rubros con inicio actividades ante SII en la comuna de Puente Alto de la Región Metropolitana (R.M.) en los últimos 5 años.

### Estadísticas de inicio de actividades Región Metropolitana

Región Metropolitana Número de contribuyentes que realizan su primera inscripción de actividades por rubro	Total 2020	Variación % Anual por representatividad				
		2016	2017	2018	2019	2020
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS	62.347	38%	35%	35%	37%	36%
MULTIPLES RUBROS	36.335	15%	18%	20%	19%	21%
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	20.845	9%	9%	9%	9%	12%
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TECNICAS	16.612	11%	12%	12%	10%	9%
ACTIVIDADES DE ATENCION DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL	8.593	5%	4%	4%	4%	5%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	5.612	3%	3%	3%	3%	3%
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO	3.561	2%	2%	2%	2%	2%
CONSTRUCCION	3.542	3%	3%	3%	3%	2%
ENSEÑANZA	3.250	3%	2%	3%	3%	2%
INFORMACION Y COMUNICACIONES	2.717	2%	2%	2%	2%	2%
ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	2.658	3%	2%	2%	2%	2%
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	2.161	1%	1%	1%	1%	1%
ACTIVIDADES ARTISTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREATIVAS	2.087	3%	2%	2%	2%	1%
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS	1.997	2%	2%	2%	2%	1%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	1.884	1%	1%	1%	1%	1%
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA Y PESCA	627	0%	0%	0%	0%	0%
SUMINISTRO DE AGUA; EVACUACION DE AGUAS RESIDUALES, GESTION DE DESECHOS Y DES	221	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	173	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	94	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIG	20	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES	8	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES; ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DI	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valor por Defecto		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total general</b>	<b>175.346</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 2. Fuente SII Estadísticas de inscripción de actividades y términos de giro para los años 2005 al 2020. Última actualización: Octubre 2021

Cuando hablamos de las empresas que realizan inicio de Actividades en los años 2016 al 2020 en la Región Metropolitana por rubro económico, donde podemos ver que los principales 6 rubros representan mas del 80% de las empresas. Las que son lideradas por el rubro Otras actividades de servicios con un 36%, la sigue múltiples rubros con un 21%, y en tercer lugar está el rubro de Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con un 12%, Actividades profesionales, científicas y técnicas con un 9%, Actividades de atención de la Salud Humana y de Asistencia Social con 5% y por ultimo Transporte y Almacenamiento con un 3%. El resto de las actividades están contenidas en el 14% restante que suman 17 rubros. En cuanto a la diferencia entre el % de representación de los rubros iniciados por año se mantiene la misma tendencia entre años y rubros iniciados.

- Estadísticas de inicio de actividades Región Metropolitana Comuna  
Puente Alto

Puente Alto Número de contribuyentes que realizan su primera inscripción de actividades por Rubro	Total	Variación % Anual por representatividad				
	2020	2016	2017	2018	2019	2020
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS	4.315	46%	45%	44%	41%	42%
MÚLTIPLES RUBROS	1.768	11%	14%	15%	14%	17%
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS	1.158	7%	8%	8%	9%	11%
ACTIVIDADES PROFESIONALES, CIENTIFICAS Y TECNICAS	869	9%	11%	10%	9%	8%
ACTIVIDADES DE ATENCION DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL	673	6%	5%	5%	4%	6%
TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO	351	3%	3%	3%	3%	3%
CONSTRUCCION	250	3%	3%	3%	3%	2%
ENSEÑANZA	203	3%	3%	3%	3%	2%
ACTIVIDADES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO	186	1%	2%	2%	1%	2%
INFORMACION Y COMUNICACIONES	158	1%	1%	1%	1%	2%
INDUSTRIA MANUFACTURERA	111	1%	1%	1%	1%	1%
ACTIVIDADES ARTISTICAS, DE ENTRETENIMIENTO Y RECREATIVAS	110	3%	2%	3%	2%	1%
ACTIVIDADES DE ALOJAMIENTO Y DE SERVICIO DE COMIDAS	101	2%	1%	1%	1%	1%
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS	48	1%	0%	0%	0%	0%
ACTIVIDADES FINANCIERAS Y DE SEGUROS	37	1%	0%	1%	6%	0%
SUMINISTRO DE AGUA; EVACUACION DE AGUAS RESIDUALES, GESTION DE DESECHOS Y DESCONTAMINACION	17	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA Y PESCA	10	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%
EXPLOTACION DE MINAS Y CANTERAS	5	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AIRE ACONDICIONADO	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ADMINISTRACION PUBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACION OBLIGATORIA	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ACTIVIDADES DE ORGANIZACIONES Y ORGANOS EXTRATERRITORIALES	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Valor por Defecto		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
ACTIVIDADES DE LOS HOGARES COMO EMPLEADORES; ACTIVIDADES NO DIFERENCIADAS DE LOS HOGARES		0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total general</b>	<b>10.375</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 3. Fuente SII Estadísticas de inscripción de actividades y términos de giro para los años 2005 al 2020. Última actualización: Octubre 2021

Al ver las empresas que realizan inicio de Actividades en los años 2016 al 2020 en la comuna de Puente Alto por rubro económico, los principales 6 rubros representan mas del 88% de las empresas muy similar con los que se representan a nivel regional. Las que son lideradas por el rubro “Otras” actividades de servicios con un 42%, la sigue “Múltiples rubros” con un 17% y en tercer lugar esta el rubro de Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas con un 11%, Actividades profesionales, científicas y técnicas con un 8%, Actividades de atención de la Salud Humana y de Asistencia Social con 6% y se suma Transporte y

Almacenamiento con un 3%, El resto de las actividades están contenidas en el 12% restante que suman 17 rubros. En cuanto a la diferencia entre porcentual de representación de los rubros iniciados por año se ve un leve aumento en los rubros de Comercio y Actividades de Atención a la Salud Humana.

Al revisar el inicio de actividades y hacer el comparativo entre la región Metropolitana y La comuna de Puente Alto podemos destacar que la representatividad por rubro en el total de empresas creadas en la comuna se mantiene durante los últimos 5 años.

Por otro lado, es importante destacar que de las empresas creadas (revisar anexo 1 empresas totales por comuna y rubro) el total de empresas en Puente Alto en 2016 era de 20.337, y en 2020 era de 24.484, y entre esos años se crearon 56.303 empresas (11.242 + 11.434 + 11.505 + 11.750 + 10.375), según información entregada en la tabla de creación de empresas Puente Alto, hay una gran diferencia entre estas  $56.303 - 24.484 = 31.819$  este ultimo numero significa que muchas empresas cerraron, por lo que estos datos es importante darles la importancia necesaria y da para un análisis aun mayor que en esta tesina no abordare dado a los distintos factores que pueden estar ocasionando la muerte de estas empresas y que claramente puede generar un nuevo estudio por si solo.

### **Resultados encuesta;**

De las personas encuestadas el 96,6% indica que entregan su consentimiento informado para participar en esta encuesta y en base a sus respuestas se

generarán estudios cuantitativos y descriptivos, adicionalmente se deja constancia que están contestando esta encuesta de forma voluntaria.

### Preguntas de Caracterización:

Sexo		
Hombre	Mujeres	Otros
21,7%	76,7%	1,7%

Tabla N° 4. Fuente: encuesta realizada

Edad			
Entre 18 y 24 años	Entre 25 y 35 años	Entre 36 y 60 años	Mas de 60 años
1,7%	26,7%	66,7%	5%

Tabla N° 5. Fuente: encuesta realizada

Educación completa			
Enseñanza básica	Enseñanza media	Enseñanza superior	Postgrado
0%	30%	63,3%	6,7%

Tabla N° 6. Fuente: encuesta realizada

Se puede destacar que la mayor cantidad de empresarias con 18 personas esta entre las mujeres de 36 a 60 a años con enseñanza superior completa que son las que representan el público del Centro.

Por otro lado, la mayor cantidad de personas que es dueña de las empresas encuestadas tiene enseñanza superior y esto se representa con el 62,7%, para seguir con un 30,5% de personas que ya cumplieron enseñanza media

y un 5,1% de estas tiene algún tipo de postgrado, donde se puede destacar que ninguna de las personas que contesto esta encuesta, que es dueño de empresa y que se atiende en el centro de negocios de Puente Alto no tiene a lo menos su enseñanza media completada.

La edad de las personas que respondieron esta encuesta esta entre encuentra 66,1% mayoritariamente entre 36 y 60 años, sigue con un 27,1% esta entre 25 y 35 años, el 5,1% tiene más de 60 años de edad y el 1,7% esta entre 18 y 24 años. Podemos interpretar de este grafico que el 93,2% de los emprendedores se encuentra entre los 25 y 60 años de edad. Las personas que han respondido esta encuesta el 76,3% ha indicado ser de sexo femenino y el 22% de sexo masculino 1 persona no se identifica con ningún sexo.

Rubro  
59 respuestas

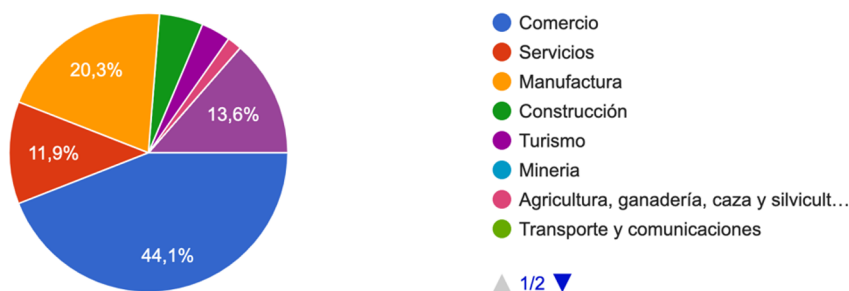


Gráfico N° 3. Fuente: encuesta realizada

Las principales empresas que respondieron esta encuesta en el Centro de Negocios de Puente Alto corresponden al rubro de Comercio con 44,1 %, 20,3% en Manufactura, 11,9% rubro de Servicios, 13,6% Otras Actividades

de Servicios, 5,1% en Construcción, Turismo 3.4% y un 1.7% en Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura.

Al revisar los números desde SII y realizar el comparativo entre los principales rubros en la comuna, de igual forma es liderado por el rubro de comercio y se mantienen otros como manufactura y construcción, el rubro que puede dar espacio de mejora para el centro de negocios sería transporte y almacenamiento ya que tiene una gran representación en Puente Alto no así en el centro de negocios.

¿Cuál es el nivel de venta de tu empresa anual?

59 respuestas

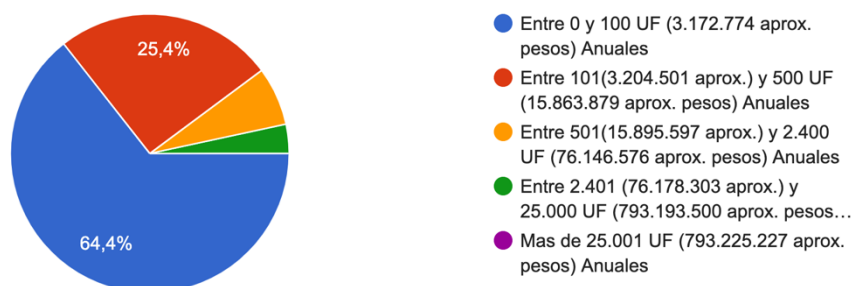


Gráfico N° 4. Fuente: encuesta realizada

Principalmente las empresas se encuentran en un tramo de ventas entre 0 a 100 UF( 3.172.774 aproximadamente) mensual lo que representa el 64% de la población encuestada, lo sigue el 25,4% con ventas anuales entre 10 a 500 UF(15.863.879 Aproximadamente), con un 6,8% están las empresas que tienen un ventas anuales entre 501 y 2400 UF (76.146.576 aproximadamente) y un 3,4% las empresas con ventas por sobre las 2.401 UF de ventas anuales ( mas de \$76.146.577 aproximadamente). Por otro lado, es bueno destacar

que la suma de los dos menores ingresos en cuanto a la cantidad de empresas, contempla el 89,9% de la población por lo que demuestra que el centro de negocios de Puente Alto mayoritariamente atiende a microempresas que sus ingresos no superan las 500 UF anuales.

Al realizar la pregunta; **¿Cuántos años lleva en el centro de negocios Puente Alto Sercotec?**

La mayor cantidad de personas atendidas en el Centro de Negocios de Puente Alto y que asciende al 42,4% lleva menos de un año siendo atendida o capacitada por los profesionales del centro, con un 37,3% de personas que llevan siendo atendidas entre uno y tres años por el centro, un 15,3% de personas que llevan siendo atendidas por el centro de negocios y 5,1% personas que son atendidas más de cinco años en el centro recibiendo distintos tipos de apoyos de este.

Tiempo	Cuenta de ¿Cuál es la antigüedad de su Negocio?
Entre tres y cinco años	19
Entre uno y tres años	28
Mas de 5 años	9
Mas de cinco años	1
Menos de un año	16

Tabla N° 7. Fuente: encuesta realizada

La empresas que han sido encuestadas del centro de negocios Sercotec Puente Alto en su mayoría más del 42% tiene una antigüedad de su empresa entre uno y tres años, con un 22% están las empresas se han creado con menor a un año de antigüedad, luego con un 20,3% están las empresas que

tienen una vigencia en su creación entre tres y cinco años de antigüedad para finalizar en un 15% con empresas con mas de cinco años de antigüedad.

Con los siguientes resultados de la encuesta podremos analizar el objetivo numero dos;

**Objetivo 2;** Identificar las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto de la R.M. en los últimos 5 años.

**¿Cuál es la principal necesidad que ha tenido en su emprendimiento los últimos 5 años?** Al dejar 6 alternativas de respuesta indican que las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios Puente Alto en los últimos 5 años principalmente y con un 44,1% han respondido que es en área financiera y otro necesidad con una representatividad del 28,8% son los espacios de comercialización, le siguen las necesidades de asesoría y capacitación con un 11,9% no quedándose atrás con un 8,5% la necesidad de materia prima, este ultimo se puede analizar dentro del contexto de pandemia mas adelante. Un 5,1% tiene la necesidad de como gerenciar, administrar y/o liderar su empresa y finalizando con un 1,7% que una de sus principales necesidades estos últimos 5 años fueron los trabajadores.

Al realizar el cruce entre el 44% de las empresas que tiene necesidades financieras con el sexo de cada uno de las personas nos indica;

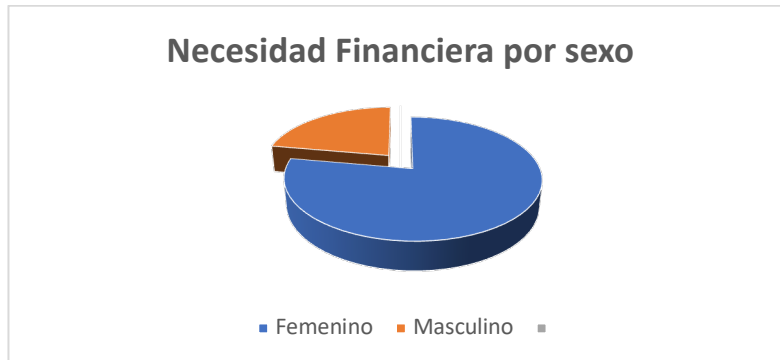


Gráfico N° 5. Fuente: encuesta realizada

Del total que conforman el 44,1% correspondiente a 36 personas el 78% de estas son de sexo femenino y su principal necesidad que ha tenido en su emprendimiento los últimos 5 años en el centro de Negocios de Puente Alto versus el 22% masculino que declara su principal necesidad el área financiera.

Por otro lado y siguiendo con las empresas con necesidades financieras (44,1% del total de los encuestados) por rubros podemos informar que los rubros con mayor necesidades financieras son comercio con un 39%, siguiendo con otras Actividades de servicios con un 22% y Manufactura con un 17% tal como se muestra en el gráfico.



Grafico N° 6. Fuente: encuesta realizada

Por otro lado, otra principal necesidad de los emprendedores del Centro de Negocios de Puente Alto estos últimos 5 años también ha sido los espacios de comercialización con un 28,8% de este total, el 76% corresponde a mujeres y el 24% a varones tal como lo muestra el grafico y al realizar el cruce entre las necesidades de espacios de comercialización por rubro económico, nos encontramos que el principal rubro con necesidades de espacios en comercialización es comercio con un 43% casi llegando a la mitad, luego siguen el rubro de Manufactura y Otras actividades de Servicios con un 14% de representación cada una, finalizando con los más significativos con un 10% de representación los rubros de Servicios y Turismo cada uno.

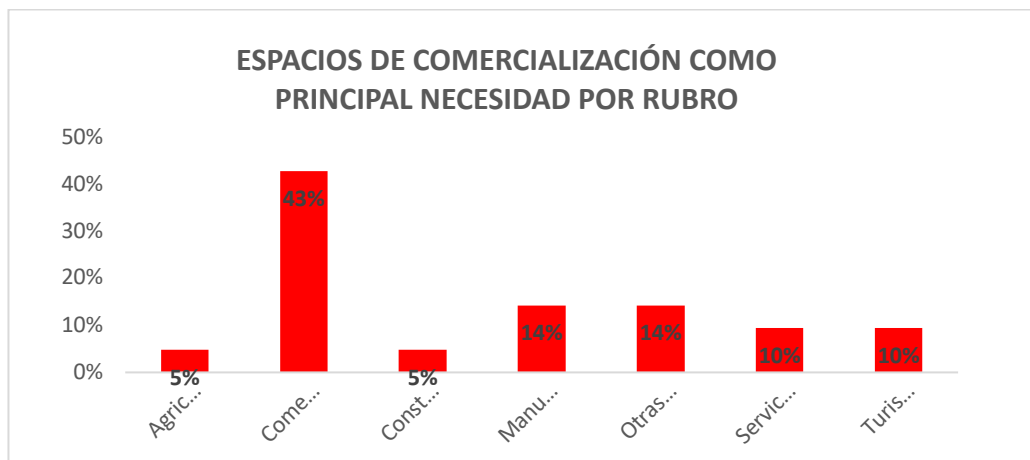


Grafico N° 7. Fuente: encuesta realizada

Muy relacionada con la respuesta anterior, se pregunto **¿Cuál fue su principal fuente de financiamiento?** La principal fuente de financiamiento de las empresas del Centro de Negocios de Puente Alto en los últimos 5 años con un 62,7% han sido los ahorros propios, otros han sido beneficiarios o han adquirido algún fondo público y esto representa el 15,3%, otra forma de financiamiento y con el 13,6% ha sido prestamos de familiares, las empresas que su principal fuente de financiamiento fue a través de crédito hipotecario llega al 5,1% y en cuanto a préstamos de terceros u otras fuentes de financiamiento representan el 1,7% cada una.

Otra pregunta muy relacionada con la capacidad económica es saber si las empresas cuentan con ahorros propios para sostenerse en el tiempo, y para ello la pregunta fue; **¿Cuenta con ahorros propios para sostenerse en el tiempo?**

El 25%,4 de las empresas encuestadas cuenta con ahorros propios para sostenerse solo un mes y en esta misma cifra 25,4% ha empresas que no cuentan con ahorros propios, luego sigue las personas que cuentan con ahorros suficientes para sostener su empresa dos meses y estos representan el 16,9%, y con un 15,3% las empresas que pueden sostenerse mas de tres meses, con menor representatividad en un 10,2% hay empresas que se pueden sostener menos de un mes y para finalizar con un 6,8% empresas que pueden sostenerse tres meses con ahorros propios, es importante destacar que de las personas encuestadas el 61% de estas pueden sostenerse entre uno, menos de un mes o no cuentan con capacidad de ahorro.

Si seguimos analizando la capacidad de ahorro de los emprendedores por sexo, se puede indicar que de las personas que tienen capacidad de ahorro de un mes o menos indicado en la encuesta 35,6%, las mujeres tienen menor capacidad con el 81% de ahorro para sostener su negocio por un mes o menos versus los hombres con un 19% del total.

De las empresas encuestadas el 96% de los encuestados ha recibido asesorías y/o capacitaciones en su negocio y solo 2 personas que representan el 3,4% de la población no ha recibido algún tipo de encuesta y/o asesoría.

Al preguntarle a las personas si han debido cambiar y/o ampliar el giro de su empresa en los últimos dos años y con un 64,4% nos han indicado que no, con un 35,6% han respondido que si, Con estos datos podemos destacar es la tasa de reconversión que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de Puente Alto en estos últimos 5 años y cuáles han sido los rubros

que se han tenido que ampliar o cambiar su giro, de las empresas que si debieron cambiar o ampliar su giro 35,6%, el que lidera sigue siendo Comercio con un 38%, luego otras actividades y/o servicios y con un 13% representatividad cada una Construcción y Manufactura.

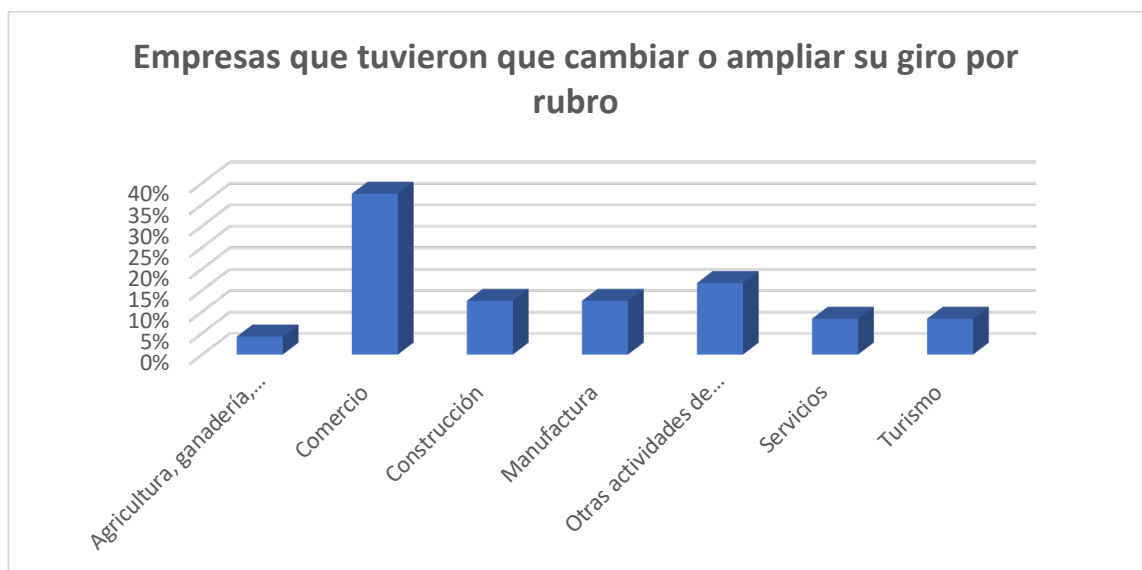


Gráfico N° 8. Fuente: encuesta realizada

Otra pregunta relacionada con las necesidades de los emprendedores son sus costos; **¿Cuál es el principal costo que influye en su negocio y que menos puede controlar?**

El principal costo que influye en el negocio de las empresas del centro de Negocios de Puente Alto y que menos pueden controlar en un 47,5% son los costos de producción con un 13,6% están los costos salariales que también se pueden ver relacionados en cierta medida a los costos de producción, con una representatividad del 10,2% los principales costos que influyen en estas empresas son otro tipo de costos que no están detallados en ninguna de las

alternativas descritas, con un 6,8% el principal costo para estas empresas son los costos de impuestos y regularizaciones, al igual que los costos en activos fijos que también representan el 6,8%, otro costo que están influyendo en las empresas encuestadas son los costos de combustibles y que para el 5,1% de las empresas es uno de los principales, en un 3,4% el principal costo que influye en sus negocios para las personas encuestadas son los costos de arrendamiento, costos de préstamos y costos de importación y exportación, en estos tres últimos y en igual medida influye en cada uno.

¿Cuál es el factor que está afectando la habilidad de incrementar ventas?  
59 respuestas

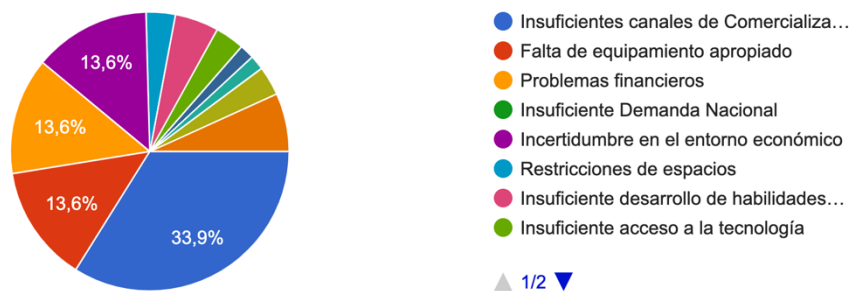


Gráfico N° 9. Fuente: encuesta realizada

El principal factor que está afectando la habilidad de incrementar las ventas es de insuficientes canales de comercialización con un 33,9% siendo el mayoritario para las empresas encuestadas en el centro de negocios de Puente Alto, otro dato que es muy parejo en el gráfico es que tres factores tienen el mismo valor en representatividad y estos son; falta de equipamiento apropiado, problemas financieros y incertidumbre en el entorno económico,

estos tres se ven reflejados con un 13,6% cada uno. Por otro lado con un 6,8% hay otros factores que no están descritos en la encuesta que están afectando la habilidad de incrementar ventas a los negocios, el 5,1% de las empresas indica que el factor que les está afectando es el insuficiente desarrollo de habilidades para el negocio, hay tres factores que representan el 3,4% de habilidades por cada uno que son restricciones de espacios, insuficiente acceso a la tecnología y escasez de materias primas. Para finalizar en los factores que imposibilitan el incremento de las ventas está la escasez de mano de obra especializada con un 1,7% y con este mismo % son las restricciones en la distribución de productos.

Contestado el objetivo número dos, indicamos que las principales necesidades de los emprendedores del centro de negocios de Puente Alto se dan principalmente en dos factores; **financiamiento y espacios de comercialización** siendo los rubros mas afectados; comercio, servicios y manufactura, que coinciden con los rubros que mayoritariamente representan a la comuna de Puente Alto en SII.

La necesidad financiera se puede dar ya que la principal fuente de financiamiento para comenzar sus negocios es ahorros propios quedando sin ahorros para enfrentar un mes sin ventas o algún acontecimiento inesperado, a esto se le debe sumar que lideran la menor capacidad de ahorro las mujeres con un 80/20 versus los hombres. Adicional a esto, un tercio de los encuestados tuvo que ampliar o cambiar su giro y es muy importante ya que hay una tasa de reconversión de empresas que podrían haber muerto durante

estos últimos dos años tras acontecimientos globales y siguen en funcionamiento.

Como pregunta adicional al final de la encuesta se pregunto como pregunta abierta ¿cuál es el apoyo que necesitan las empresas de las instituciones del estado y principalmente están relacionadas con financiamiento y créditos, lo que ratifica las necesidades antes descritas.



Grafico N° 10. Fuente: encuesta realizada

Con los siguientes resultados de la encuesta podremos analizar el objetivo numero tres;

**Objetivo 3;** Describir los cambios provocados por la digitalización de las empresas en el Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto de la R.M. los últimos 5 años.

Tras las pregunta **¿Si han tenido cambios en la digitalización en los últimos 5 año?** El 62,7% de las empresas encuestadas en el centro de Negocios de Puente Alto ha tenido cambios tras la digitalización versus el 37,3% no ha tenido cambios tras la digitalización. De los rubros que si han tenido cambios lo importante es destacar que el 40% de estos ha sido en el rubro de Comercio, tal como lo muestra el gráfico.

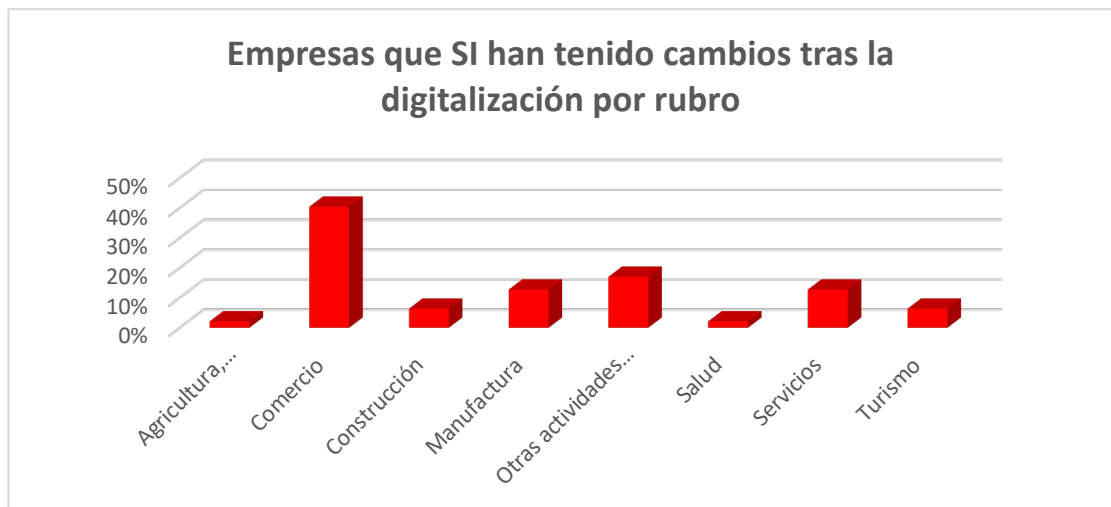


Grafico N° 11. Fuente: encuesta realizada

**¿Los cambios producidos en su empresa en cuanto a la digitalización fueron?** Con un 55,9% los cambios producidos en las empresas en cuanto a la digitalización en el Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto fueron posterior al 18 de marzo del año 2020, que fue cuando comenzaron las restricciones en Chile tras la pandemia, con un 20,3% los cambios de las empresas en la digitalización fue anterior al 18 de marzo del año 2020 (anterior a la pandemia) y con un 23,7% no ha tenido cambios en cuanto a la digitalización.

¿Cuál es el factor más relevante que motivo la digitalización?

59 respuestas

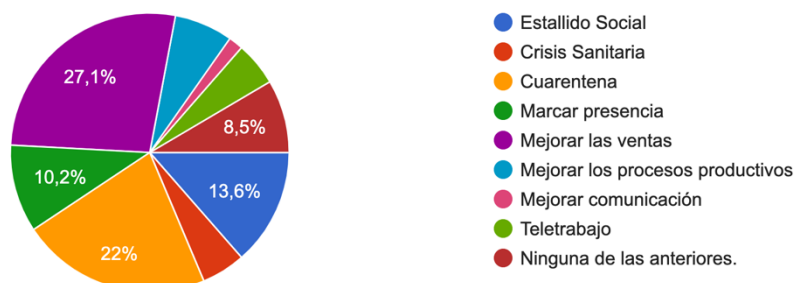


Grafico N° 12. Fuente: encuesta realizada

Para las empresas del Centro de Negocios de Puente Alto el factor más relevante que motivó la digitalización y con un 27,1% fue mejorar las ventas de sus negocios, seguido con el 22% uno de los factores mas relevantes fue la cuarentena, con el 13,6% el principal motivo para las empresas fue el estallido social, con un 10,2% uno de los factores mas relevantes es marcar presencia, con un 8,5% del total de las empresas el motivo del cambio en la digitalización no está en las alternativas descritas por lo que seleccionan ninguna de las anteriores, con un 6,8% del total de las empresas encuestadas el principal motivo es mejorar los procesos productivos, con el 5,1% el factor más relevante fue la crisis sanitaria y que también se puede relacionar a las cuarentenas y con un 5,1% el motivo fue el teletrabajo y para finalizar también unos adoptaron la digitalización para mejorar la comunicación.

**¿Ha sido favorable la digitalización en su empresa?**

De todas las empresas encuestadas en el Centro de Negocios de Puente Alto con un **86,4% sí ha sido favorable** la digitalización para su empresa y con un 13,6% no ha sido favorable.

¿ Sobre qué tipo de digitalización ha adoptado en su empresa en los últimos 5 años?

59 respuestas

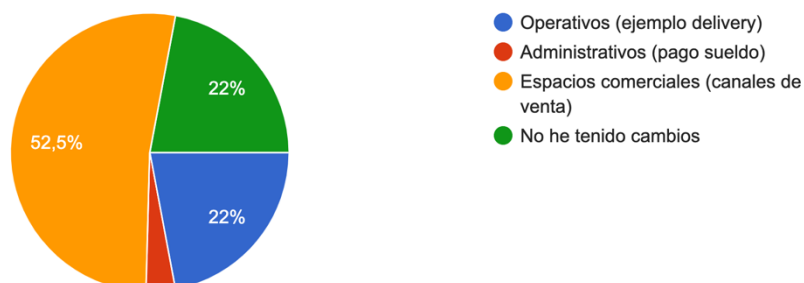


Gráfico N° 13. Fuente: encuesta realizada

Los tipos de digitalización que han adoptado las empresas estos últimos cinco años principalmente y con una representación del 52,5% son en espacios de comercialización (canales de ventas), otros cambios importantes que han tenido las empresas han sido con un 22% operativos y con un 3,4% han sido en la digitalización de los negocios administrativos. Por otro lado 22% no ha tenido cambios.

¿Cómo comercializa sus productos principalmente?

59 respuestas

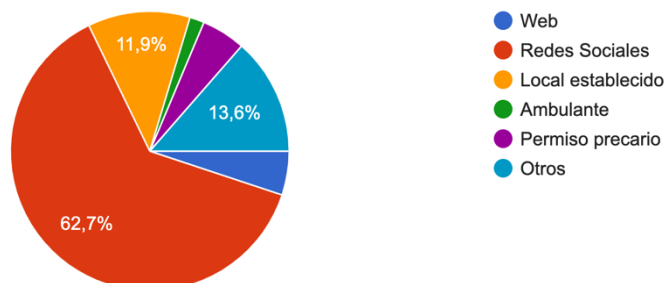


Gráfico N° 14. Fuente: encuesta realizada

Para las empresas encuestadas en el Centro de Negocios de Puente Alto la forma de comercializar sus productos principalmente y con un 62,7% del total de las empresas es a través de redes sociales, con un 13,6% es a través de otros medios digitales no descritos en la pregunta de investigación, con un 11,9% comercializa sus productos a través de un local establecido, con un 5,1% comercializan sus productos a través de la web y con el mismo porcentaje del 5,1% los negocios cuentan con un permiso precario para poder comercializar sus productos, terminando con el 1,7% que comercializa como vendedor ambulante.

Del total de las empresas que ha adoptado la digitalización en los últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto, el 52,5% ha sido en espacios de comercialización, y por otro lado, de la encuesta realizada el 62,7% de las empresas comercializa sus productos a través de redes sociales, al realizar el cruce de datos entre los rubros que venden por redes sociales nos indica que comercio sigue liderando con un 39%, luego el rubro que comercializa sus productos principalmente por redes sociales es Manufactura con un 24%, siguiendo los rubros de Otras actividades de servicios con un 17% y Servicios con 12% de representatividad.



Grafico N° 15. Fuente: encuesta realizada

**¿Qué porcentaje del total de sus ventas estima, aproximadamente, que se realizan a través de medios digitales?** De el total de las empresas encuestadas del Centro de Negocios de Puente Alto con un 39% del total de las empresas indican que las ventas que realizan a través de medios digitales de encuentra entre un 61% a 100%, para el 33,9% de las empresas las ventas que realizan a través de medios digitales esta entre un 1% y un 30% del total de sus ventas, con un 23,7% seleccionan que su % en ventas digitales esta entre un 31% a 60% de las ventas totales para finalizar solo con un 3,4% de empresas que no venden por medios digitales.

**¿Con qué formas de pagos realizan las ventas de sus productos y/o servicios?.** Para las empresas del Centro de Negocios de Puente Alto estos últimos 5 años la forma de recibir el pago que realizan el pago de sus ventas y/o servicios principalmente y con una representación del 44,1% del total es a

través de transferencias, efectivo y tarjetas, hay empresas que reciben el pago a través de efectivo y transferencias con un 32,2% y el 22% de los negocios tiene la mayoría de formas de pago que están son transferencias, efectivo, tarjetas y aplicaciones, por lo que 98,3 % de las empresas tienen mas de una forma de pago, finalizando con un 1,7% que solo realiza pagos en efectivo.

Si comenzamos a describir los cambios provocados por la digitalización de las empresas en el Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto de la R.M. los últimos 5 años, confirmamos que sí, efectivamente existen cambios. La respuesta a esta pregunta confirma que más del 62% han tenido cambios en con la digitalización y por rubros los principales son de comercio, servicios y manufactura. Adicional existe más del 50% de estos cambios que se realizo posterior al 18 de Marzo que comenzaron las restricciones sanitarias donde las personas comenzaron a ver su movilidad reducida, es por esto que muchas empresas debieron buscar canales para mejorar sus ventas y ver alternativas para marcar presencia y es así como para el 86% de las empresas la digitalización ha sido positiva, destacando la apertura de nuevos canales de comercialización. Otro dato relevante, es la cantidad de empresas que comercializa sus productos a través de redes sociales que corresponde al 62% de los encuestados y el rubro con mayor venta por RRSS es el de la comercialización, por lo que es muy importante destacar y potenciar todos los canales de comercialización digitales ya que mas del 40% de las empresas estiman que sus ventas por estos canales están del 60 al 100%, de esta forma

seguir perfeccionando y profesionalizando su comercialización y las herramientas para este como por ejemplo las formas de pago.

## **7. ANÁLISIS Y CONCLUSIONES**

Al concluir esta investigación, el principal resultado esperado es analizar las necesidades y cambios de las Micro-Pequeñas y medianas empresas y su estrategia de digitalización durante estos últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto. Esto a través de los objetivos específicos planteados. El primero de estos es caracterizar los principales rubros que han iniciado actividades ante SII donde podemos ver que los principales 6 rubros representan más del 80% de las empresas. Los 3 rubros más significativos son liderados por el rubro Otras actividades de servicios con un 36%, la sigue Múltiples rubros con un 21% y en tercer lugar está el rubro de Comercio al por mayor y al por menor tanto en la comuna de Puente Alto como a nivel regional. En cuanto a los cambios y/o variaciones que ha habido entre los rubros podemos indicar que se ha mantenido constante es su % de representación del total durante los años tanto a nivel comunal como regional, por lo que no hay algún rubro que haya cambiado significativamente en variación respecto a años anteriores.

Con la información entregada por SII es importante destacar que de las 24.484 empresas actualmente vigentes, hay una diferencia importante con las empresas creadas entre los años 2016 y 2020 que da un total de 56.303 empresas, el delta entre estas cifras son empresas que se quedan en el camino por distintos motivos y no es parte de esta investigación pero son un

dato a estudiar analizando en futuras investigaciones y ver porque las empresas esta cerrando en gran %.

Con los resultados de la encuesta realizada identificamos que las empresas atendidas por el Centro de Negocios de Puente Alto en su mayoría ésta representada 89,9% por micro empresas catalogadas por SII y que sus ventas no superan las 500 UF anuales. Adicional a esto, la gran mayoría lleva atendiéndose un año en el centro de negocios o menos de tres años, lo que coincide directamente con la creación de empresas por lo que se podría analizar que muchos de los clientes del centro son empresas que se están creando y llevan una antigüedad inferior a tres años. Por otro lado el perfil de estas empresas en su mayoría son mujeres con una edad promedio entre 36 y 60 años de edad y con estudios superiores completados, lo que coincide con los emprendimientos por oportunidad. Además, los principales rubros atendidos por el centro Comercio, manufactura, turismo y servicios donde encontramos una diferencia con las empresas creadas en la comuna de Puente Alto con los rubros de construcción, transporte y logística que se podría analizar porque no están teniendo la misma representatividad que en los otros rubros desde el centro de negocios.

Como segundo objetivo de la investigación y las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios de la comuna de Puente Alto de la RM en los últimos 5 años, siendo la principal necesidad con un 44,1% el área financiera y esto puede deberse a que la principal fuente de financiamiento con un 62,7% han sido los ahorros propios, lo que es muy

preocupante ya que al preguntar si cuenta con ahorros propios el 70% de los encuestados no tiene ahorros o puede sostenerse con estos entre un mes o menos, por lo que el capital para poder solventarse en el tiempo es muy escaso, acá se puede complementar con investigaciones sobre si tienen opciones de crédito y de qué tipo. Es importante resaltar que las mujeres tienen menor capacidad de ahorro con el 81% para sostener su negocio por un mes o menos versus los hombres con un 19% del total negocios de Puente Alto.

Otra necesidad importante para los emprendedores con una representatividad del 28,8% son los espacios de comercialización, indicando que existen insuficientes canales de comercialización lo que nos da espacios para mejora en las herramientas entregadas a las empresas que podremos complementar con el objetivo número tres, adicional a las necesidades hay que destacar que el principal costo que influye en el negocio de las empresas del centro de Negocios de Puente Alto y que menos pueden controlar en un 47,5% son los costos de producción y que también nos da un espacio de mejora en las herramientas ha entregar ya que los costos son parte del precio de venta de un producto.

Como último objetivo, se puede describir los cambios provocados y la estrategia de digitalización en los emprendedores del Centro de Negocios en la comuna de Puente Alto en los últimos cinco años, ya que el 62,7% de los encuestados **SI** ha tenido cambios en la digitalización y estos principalmente han sido con una representación del 52,5% en espacios de comercialización

(canales de ventas) y otro cambio importante que han tenido las empresas han sido con un 22% los procesos operativos lo que se relaciona directamente con uno de los costos que menos pueden controlar las empresas en un 47,5% son los costos de producción con un 13,6% están los costos salariales que también se pueden ver relacionados en cierta medida a los costos de operativos.

Se puede indicar que la tendencia por la búsqueda de nuevos espacios comercialización y mejorar los costos en la operación se están viendo como adopción en los medios digitales, por lo que el 86,4% de los encuestados indica que ha sido favorable la digitalización para ellos. Por otro lado, es importante mencionar que estos cambios en la digitalización fueron principalmente post pandemia con un 56% de representatividad y solo el 20% se digitalizo antes del 18 de Marzo del año 2020. En cuanto a los principales motivos para la digitalización fueron; mejorar sus ventas, cuarentena y estallido social, en orden de prelación.

Hoy en día el principal canal de venta de las empresas del centro de negocios de Puente Alto es a través de redes sociales con una representatividad 62,7% y mas del 70% de los encuestados utiliza mas de una forma de pago con % total de sus pagos a través de medios digitales del 39%, lo que nos entrega como antecedente que ya las empresas están utilizando los medios digitales para distintas áreas de su empresa y buscar herramientas para aportar en este proceso en la era digital.

En conclusión analizando las necesidades y cambios de las Micro-Pequeñas y medianas empresas y su estrategia de digitalización durante estos últimos 5 años en el Centro de Negocios de Puente Alto puedo indicar que al caracterizar los principales rubros que han iniciado actividades ante SII no hay cambios significativos en los rubros y su representación ya que el porcentaje respecto del total de empresas se ha mantenido durante estos últimos cinco años, lo que es muy importante seguir complementando con nuevas investigaciones es porque las empresas cierran sus negocios ya que en la comuna de Puente Alto se crean entre diez mil y once mil empresas anuales, pero se mantienen constante en tiempo un total entre 20.000 y 24.000 empresas anuales, por lo que, el número de las empresas que mueren y/o se reinventan es muy significativo.

Cuando identificamos las principales necesidades que han tenido los emprendedores del Centro de Negocios nos encontramos principalmente con el área financiera la cual representa un gran porcentaje de las personas encuestadas, lo que a mi parecer debiese ser parte de la estrategia del negocio como conseguir financiamiento para la apertura de nuevos proyectos al igual que la comercialización de los productos que también representa una parte importante de las necesidades de los emprendedores debe ser pensado según los mercados que se están interviniendo.

Al describir los cambios y estrategias en la digitalización de las empresas atendidas en el Centro de Negocios en la comuna de Puente es importante destacar que más del 60% de las empresas sí han tenido cambios en cuanto a la digitalización, mayoritariamente estos han sido en los espacios de

comercialización seguidos por los operativos y para las personas encuestadas si ha sido favorable la apertura de la digitalización, muchos de estos cambios están relacionados con la emergencia sanitaria y acontecimientos a nivel nacional lo que ha logrado que las micro- pequeñas y medianas empresas den un salto a la digitalización generando nuevas vitrinas y espacios de comercialización lo que es muy importante ya que entrega nuevas oportunidades y canales de venta a los emprendedores, al darnos cuenta que estos cambios si están siendo efectivos y implementados por los emprendedores es muy importante generar estrategias solidas factibles para llegar a los mercados correctos con las diferentes plataformas digitales que existen hoy para comercializar los productos. Adicional a esto, hoy también la digitalización se ha convertido en un gran aporte para simplificar los procesos operativos, administrativos que están también dentro de los cambios que han mencionado los emprendedores en esta investigación que podemos seguir complementando con estrategias de intervención estatal.

### **7.1. RECOMENDACIÓN DE POLÍTICA PÚBLICA**

Hoy las micro-medianas y pequeñas empresas representan el 97% de las empresas en Chile tienen el potencial de reducir la pobreza y aumentar el desarrollo, representan oportunidad de desarrollo en el comercio, abren la puerta a soluciones innovadoras siendo una fuente de innovación, productividad, tecnología y también son un ejemplo en cuanto a creatividad y espíritu emprendedor, desempeñándose como agentes de cambio en una economía globalizada generando aporte económico en el país y siendo las

empresas más rápidas de adaptarse a los cambios. También generan crecimiento económico, calidad de vida a los emprendedores y sus trabajadores, ya que, la importancia de las Micro-pymes en la sociedad impactan en el empleo en Chile con más de un 53% de empleabilidad siendo los salarios más bajos del país.

Si bien hay políticas públicas enfocadas a este nicho de empresas ejecutadas directamente desde el ministerio de economía, es importante ajustar estas políticas a las necesidades actuales de estos consumidores e incluir a todos los actores relevantes en esta materia.

Por su importancia este problema merece su atención y poder mejorar la desigualdad salarial apoyando a la economía local, recomiendo poder ampliar la selección de las empresas encuestadas a nivel regional y nacional a través de esta misma metodología para poder evitar los sesgos de selección y poder llevar a una buena implementación.

Con el resultado de esta investigación se pueden generar espacios de mejora que buscan solucionar parte de las necesidades de las empresas entregando herramientas y oportunidades a los emprendedores, contribuyendo en la generación de nuevas políticas públicas pensadas en las necesidades actuales de los emprendedores.

En base a lo expuesto, se considera necesario adaptar y reforzar las medidas de apoyo:

En cuanto a las medidas financieras apoyar a las empresas con financiamientos basados en proyectos sólidos y que sean sostenibles, esto puede ser a través de créditos y subsidios de parte del gobierno y/o

instituciones privadas con menores requisitos financieros pero para la evaluación y entrega de subsidios sería muy bueno incorporar instituciones de apoyo estratégico a las micro-pequeñas y medianas empresas así como los centros de negocio que llevan un trabajo transversal y continuo en el tiempo. Por otro lado, ya que son un gran aporte en empleabilidad el ministerio del trabajo debe generar vinculación con el ministerio de economía para generar políticas en conjunto.

En cuanto a la digitalización es muy importante tener claro que dependerá de cada modelo de negocio y estrategia que tipo de digitalización es la mas conveniente y será exitosa en cada empresa para esto entregar herramientas a través del centro de negocios de Puente Alto en cuanto a conocimientos, es muy bueno poder generar mayor visibilización de estos apoyos ya que hoy en día el centro de negocios de Puente Alto atiende a menos del 2% de la masa empresarial de la comuna.

De esta forma lograr una mayor seguridad en sus ingresos y menores costos en sus negocios. Impactando el crecimiento de las personas emprendedoras a nivel comunal, regional y nacional insertándose en un objetivo macro social de trabajo y mejorando las expectativas de la comunidad.

## 8. ANEXOS

- Estadísticas de Empresas por Comuna y Rubro económico

PUENTE ALTO RUBROS	TOTAL EMPRESAS CREADAS					% participaci
	2016	2017	2018	2019	2020	
G - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	7.161	7.947	8.629	8.855	9.080	37,1%
H - Transporte y almacenamiento	3.118	3.106	3.477	3.468	3.057	12,5%
F - Construcción	2.296	2.423	2.598	2.748	2.670	10,9%
C - Industria manufacturera	1.905	1.879	1.936	2.017	2.065	8,4%
S - Otras actividades de servicios	1.665	2.006	1.861	1.913	1.643	6,7%
N - Actividades de servicios administrativos y de apoyo	786	961	1.102	1.075	1.068	4,4%
I - Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	707	802	1.089	1.136	1.100	4,5%
M - Actividades profesionales, científicas y técnicas	670	805	1.022	1.061	1.016	4,1%
K - Actividades financieras y de seguros	172	177	181	811	790	3,2%
J - Información y comunicaciones	311	328	449	465	495	2,0%
P - Enseñanza	296	317	415	413	353	1,4%
Q - Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	237	284	319	373	362	1,5%
Sin información	461	355	202	153	90	0,4%
R - Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	145	188	237	272	232	0,9%
L - Actividades inmobiliarias	139	156	208	246	218	0,9%
A - Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	167	167	135	115	117	0,5%
B - Explotación de minas y canteras	46	48	38	42	33	0,1%
E - Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación	27	26	31	41	66	0,3%
D - Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	22	21	16	14	20	0,1%
O - Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	6	9	6	5	8	0,0%
T - Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares					1	0,0%
U - Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales		1				0,0%
<b>Total general</b>	<b>20.337</b>	<b>22.006</b>	<b>23.951</b>	<b>25.223</b>	<b>24.484</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 8. Fuente: SII Estadísticas de empresas años comerciales 2005 al 2020. Última actualización: enero 2022

En este grafico podemos ver las empresas creadas en la Comuna de Puente Alto por rubro económico desde año 2016 al 2020.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ◆ Aprueba reglamento para la aplicación del artículo 66 bis de la ley n° 16.744 sobre la gestión de la seguridad y salud en el trabajo en obras, faenas o servicios que indica Biblioteca Nacional del Congreso Nacional de Chile.  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=257601>
- ◆ Boletín Análisis descriptivo del impacto de la pandemia sobre las empresas en Chile Unidad de Estudios División Política Comercial e Industrial Julio, 2021. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.  
<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcqlclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.economia.gob.cl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2021%2F07%2FBoletin-Analisis-descriptivo-del-impacto-de-la-pandemia-sobre-las-empresas-en-Chile-1.pdf&cflen=542807&chunk=true>
- ◆ Censos de Población y Vivienda Instituto Nacional de Estadísticas.  
[https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda#:~:text=El%20%20C3%BA%20ultimo%20censo%20de%20poblaci%C3%B3n,51%2C1%25\)%2C%20mujeres.](https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda#:~:text=El%20%20C3%BA%20ultimo%20censo%20de%20poblaci%C3%B3n,51%2C1%25)%2C%20mujeres.)  
<https://negocios.udd.cl/gemchile/wp-content/blogs.dir/19/files/2014/10/reporte-gemchile-2007-2008.pdf>
- ◆ E. Amorós & M. Guerra & J.M. Carrillo. (Mayo, 2007). Reporte Nacional de Chile 2007. Global entrepreneurship monitor, 1era Edición, 99. Sept. 2021, de ediciones universidad del desarrollo Base de datos.
- ◆ Estatuto pymes Biblioteca Nacional del Congreso Nacional de Chile  
<https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>
- ◆ Estudios relacionados Universidad de Lima Impacto de las micro finanzas en el bienestar e importancia de las pymes en la economía mundial  
[Chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcqlclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F3374%2F337428494005.pdf&cflen=364400](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcqlclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.redalyc.org%2Fpdf%2F3374%2F337428494005.pdf&cflen=364400)

- ◆ Estudios relacionados: Condiciones del Contexto para el Emprendimiento en Chile: Un análisis de 5 años, Global Entrepreneurship Monitor.  
<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fnegocios.udd.cl%2Ffiles%2F2011%2F05%2FGEM-5-A%25C3%2591OS-completo-FINAL.pdf&clen=968355>
  
- ◆ Experiencia chilena en Políticas Públicas de promoción de la micro, pequeña y mediana empresa. Patricio ChellewS.SERCOTEC27 02 2006.  
<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fiberpyme.sela.org%2FDocumentos%2FPoliticasPublicasChile.pdf&clen=2581391&chunk=true>
  
- ◆ Fija normas especiales para las empresas de menor tamaño Biblioteca Nacional del Congreso Nacional de Chile  
<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1010668>
  
- ◆ Información Servicios de Impuestos Internos SII Disponible en :  
[https://www.sii.cl/sobre\\_el\\_sii/mision.html](https://www.sii.cl/sobre_el_sii/mision.html)  
[https://www.sii.cl/cuenta\\_publica\\_sii\\_2002\\_2003](https://www.sii.cl/cuenta_publica_sii_2002_2003)  
Estadísticas de inscripción de actividades y términos de giro  
[https://www.sii.cl/sobre\\_el\\_sii/estadisticas\\_inicio\\_de\\_actividades.html](https://www.sii.cl/sobre_el_sii/estadisticas_inicio_de_actividades.html)
  
- ◆ Informe de resultados: Empresas en Chile Cuarta Encuesta Longitudinal de empresas.  
<Chromeextension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.economia.gob.cl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2017%2F03%2FBolet%25C3%25ADn-empresas-en-Chile-ELE4.pdf&clen=850186&chunk=true->
  
- ◆ Importancia de las pymes para el desarrollo económico de Chile en el siglo XXI  
<https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/1179/885>
  
- ◆ Las pymes son el sostén de la economía. La Tercera.  
<https://www.latercera.com/pulso/noticia/las-pymes-son-el-sosten-de-la-economia/SYHT7OR6SVH7DIYQP4OIKP7NGU/>

Infografía a las pymes Servicios de Impuestos Internos.

[https://www.sii.cl/sobre\\_el\\_sii/Infografia\\_a\\_las\\_pymes\\_SII\\_AT2021.pdf](https://www.sii.cl/sobre_el_sii/Infografia_a_las_pymes_SII_AT2021.pdf)

- ◆ Ministerio de Economía, fomento y turismo, Innovación emprendimiento en el sistema escolar.  
[Chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/07/Emprendimiento-escolar.pdf](https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/07/Emprendimiento-escolar.pdf)
- ◆ Pagina Centro de Negocios Sercotec. Disponible en :  
<https://www.sercotec.cl/centros-de-negocios/nosotros/>
- ◆ Reporte nacional de chile 2020 Global entrepreneurship monitor,  
<https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2021/07/GEM-Nacional-2020-1.pdf>
- ◆ Valle de la muerte  
<http://www.1.revistaespacios.com/a19v40n30/19403020.html>