



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA UTILIZACIÓN DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN PYMES APOYADAS POR CDN – SERCOTEC

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE INGENIERO COMERCIAL,
MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN

PATRICIO BUSTOS CASTRO

PROFESOR GUÍA:
M. SOLEDAD ETCHEBARNE

Santiago de Chile

Diciembre 2017

A mi madre Eliana y a mi padre Patricio, a mis hermanos Yenny y Bastian, por contribuir cada día a que pueda hacer realidad mis sueños. A mi familia y amigos por ser un soporte en todo momento.

Agradezco profundamente la colaboración y el apoyo entregado para la elaboración de esta tesis de parte de:

M. SOLEDAD ETCHEBARNE LOPEZ
Profesora Guía

GABRIELA VALENZUELA ARCUCH
Directora CDN - EC

Índice

Índice de cuadros	2
Resumen	4
1. Introducción	5
2. Emprendimiento	7
2.1. Marco teórico	7
2.2. Emprendimiento en Chile	9
3. Financiamiento: una mirada a la oferta	12
3.1. Fuentes estatales	12
3.2. Préstamos o créditos de instituciones privadas	14
3.2.1. Crédito bancario	14
3.2.2. Créditos de cooperativas	15
3.2.3. Créditos de cajas de compensación	16
3.2.4. Crédito de instituciones de microfinanzas	17
3.3. Crowdfunding	18
3.4. Capital de riesgo	19
3.5. Inversionistas ángeles	20
3.6. Factoring	20
4. Financiamiento: una mirada desde la demanda	21
4.1. Los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN)	21
4.2. Datos	21
4.3. Metodología	23
4.4. Resultados	24
4.5. Recomendaciones a los CDN	30
5. Conclusiones, limitaciones y recomendaciones	32
6. Referencias	35
7. Anexos	37

Índice de cuadros

1.	Instituciones bancarias que ofrecen servicios financieros a PYMES.	15
2.	Cooperativas de ahorro y crédito con créditos comerciales a PYMES.	16
3.	Instituciones con servicios de microcrédito.	18
4.	Plataformas de crowdfunding con presencia en Chile.	19
5.	Tipos de clientes para el total de los centros.	22
6.	Tipos de empresas en relación a los centros de origen.	22
7.	Financiamiento de puesta en marcha (total clientes).	24
8.	Adjudicación de fondos concursables (total clientes).	25
9.	Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (total clientes).	26
10.	Razones por las que no han solicitado crédito (total clientes).	26
11.	Cómo fueron solicitados los créditos según tamaño de empresa (total clientes).	27
12.	Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (total clientes).	28
13.	Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio según comunas del Gran Santiago (total clientes).	29
14.	Composición educacional de la muestra de emprendedores GEM 2016.	37
15.	Datos disponibles recopilados a través de formulario D1.	40
16.	Financiamiento de puesta en marcha (EC).	41
17.	Adjudicación de fondos concursables (EC).	41
18.	Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (EC).	42
19.	Razones por las que no han solicitado crédito (EC).	42
20.	Cómo fueron solicitados los créditos (EC).	43
21.	Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (EC).	43
22.	Financiamiento de puesta en marcha (SB).	44
23.	Adjudicación de fondos concursables (SB).	44
24.	Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (SB).	45
25.	Razones por las que no han solicitado crédito (SB).	45
26.	Cómo fueron solicitados los créditos (SB).	46
27.	Financiamiento de puesta en marcha (M).	47
28.	Adjudicación de fondos concursables (M).	47
29.	Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (M).	48
30.	Razones por las que no han solicitado crédito (M).	48
31.	Cómo fueron solicitados los créditos (M).	49

32.	Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (M).	49
33.	Financiamiento de puesta en marcha (LC).	50
34.	Adjudicación de fondos concursables (LC).	50
35.	Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (LC).	51
36.	Razones por las que no han solicitado crédito (LC).	51
37.	Cómo fueron solicitados los créditos (LC).	52
38.	Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (LC).	52
39.	Clasificación de comunas del Gran Santiago según ingreso promedio del hogar. .	53

Resumen

Según datos de la Cuarta Encuesta de Microemprendimiento la falta de financiamiento es la principal razón reportada por microempresarios que a su juicio limita el crecimiento de sus negocios. Esta tesis busca contribuir en comprender y evidenciar desde la mirada de emprendedores su realidad en relación a los temas de financiamiento, en este sentido ¿cómo financian los emprendedores sus proyectos de negocio? ¿cuál es su grado de relación con el sistema financiero? y ¿qué importancia dan al tema del financiamiento? son algunas de las preguntas que se dan respuesta en el siguiente informe. Esto por medio del análisis descriptivo de datos de 1450 clientes provenientes de cuatro Centros de Desarrollo de Negocios de SERCOTEC de las comunas de Maipú, San Bernardo, Las Condes y Estación Central.

Los principales resultados muestran una consistencia en reconocer a la falta del financiamiento como una de las principales limitantes al desarrollo y crecimiento de los negocios y, más aún, este factor se acentúa en negocios ubicados en comunas de menores ingresos. También, la utilización de recursos propios aparece como la fuente más utilizada para la puesta en marcha de los negocios, y se observa una baja proliferación en la utilización de fuentes alternativas como los créditos de instituciones no bancarias. En línea con lo anterior, una parte importante de los clientes que reportan no haber accedido a créditos bancarios argumenta razones atribuibles a falta de conocimiento de cómo acceder al sistema bancario o bien a no cumplir con los requisitos para la asignación de préstamos. Por contra parte, en relación a los clientes que sí han solicitado créditos bancarios, se concluye que microempresas solicitan principalmente créditos a nombre de sus dueños, mientras que empresas medianas lo hacen en mayor medida a nombre del negocio.

Otros resultados muestran que más de un 12% de los clientes consideran que nada impide el crecimiento o desarrollo de sus negocios, y que las regulaciones y normas son vistas como una traba al crecimiento en negocios ubicados en comunas de menores ingresos del Gran Santiago. Adicionalmente, a partir de las variables analizadas no se reconocen mayores diferencias entre los distintos centros.

A partir de los resultados de la caracterización se recomiendan estrategias y acciones para abordar las problemáticas y necesidades identificadas, así como también, a modo de conclusión se reconocen y proponen cursos de investigación que van en la línea de contribuir en comprender las variables que dan forma al ecosistema emprendedor chileno.

1. Introducción

De acuerdo a datos del GEM Chile en su versión 2016 más de un 24% de la población declara encontrarse realizando una actividad emprendedora¹. De igual forma, las microempresas alcanzan un 44,9% del total de empresas a nivel nacional, y estas presentan en su mayoría un tipo de organización jurídica de persona natural (65,9%), según datos de la Cuarta Encuesta Longitudinal Empresas (ELE4) del Ministerio de Economía, F. y T. (2017a).

Bajo este escenario en la última década se ha reconocido profundamente el valor para la sociedad que tienen las acciones emprendedoras. Distintas instituciones tanto públicas como privadas han centrado sus esfuerzos en ser actores relevantes en el desarrollo de un contexto o ecosistema emprendedor, por cuanto, el alto impacto económico y social en términos de innovación, aumento de la competencia y la llegada a nuevos nichos de mercado, inducido por las pequeñas empresas, representa una mejora importante en la eficiencia económica del mercado (Minniti, 2012). De igual forma, el emprendimiento representa una importante forma de movilidad social, así lo cree Alejandra Mustakis (2017) Presidenta del Directorio de ASECH.

Por otro lado, diversos estudios identifican al tema del financiamiento como uno de los principales factores críticos en el ecosistema emprendedor chileno. Por el lado de la oferta, el GEM 2016 a través de su encuesta NES (Nacional Expert Survey) establece a las oportunidades de financiamiento como el segundo peor elemento en el contexto emprendedor nacional, es decir, los expertos encuestados consideran que no hay suficientes fuentes de financiamiento privadas para el emprendimiento (Mandakovic y Serey, 2016). Por el lado de la demanda, la Cuarta Encuesta de Microemprendimiento (EME4) encuentra que la falta de financiamiento es el principal factor reportado por microempresarios, que a su juicio, limita el crecimiento de sus negocios, también, concluye que el 88,2% de los emprendedores utilizó ahorros propios o de conocidos para poner en marcha el negocio, adicionalmente, sólo el 2,4% de quienes solicitaron financiamiento de gobierno lo obtuvieron, y la banca financia al 8,2% de los emprendimientos con necesidades de capital (Ministerio de Economía, F. y T., 2016).

A partir de los antecedentes antes expuestos es relevante, por lo tanto, generar antecedentes que contribuyan a entender qué caracteriza a los emprendedores y emprendimientos locales en relación a los temas de financiamiento, con una especial atención en identificar cómo, desde la propia mirada de los emprendedores, este tema afecta al desarrollo de sus negocios. En este sentido, con datos de 1450 mipymes clientes de los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN) de SERCOTEC de las comunas de Estación Central, San Bernardo, Las Condes y Maipú; este

¹Negocio o actividad de entre 3 a 42 meses de vida (Mandakovic y Serey, 2016).

trabajo busca caracterizar estas empresas desde la óptica del financiamiento y, a partir de ello, generar propuestas que puedan contribuir a los CDN a desarrollar actividades orientadas en las problemáticas y necesidades identificadas.

Se espera que los resultados de la caracterización en relación al financiamiento, del segmento de mipymes apoyadas por los CDN, muestren congruencia con los antecedentes expuestos por los principales estudios de carácter nacional (GEM e informes del Ministerios de Economía, F. y T.) en la materia.

Para la realización de esta caracterización se utilizará una metodología basada en el análisis descriptivo de los datos, los cuales fueron obtenidos directamente a partir de la información proporcionada por cada empresa.

Esta tesis se estructura de la siguiente forma: la sección **2** entrega un marco teórico para comprender la evolución del concepto emprendimiento y sus estrecha relación con el emprendedor; de igual forma, se presentan una serie de datos para entender el contexto emprendedor chileno, sobre la base de dos estudios orientados a caracterizar el emprendimiento a nivel nacional. En la sección **3**, se entrega una revisión de las principales ofertas de financiamiento, que podrían ser transversalmente utilizados en distinto tipos de proyectos de emprendimiento. Luego, la sección **4**, se inicia con una breve revisión de qué son los CDN, se plantea una descripción de los datos y se establecen los resultados obtenidos a partir del análisis descriptivo, también, se entregan recomendaciones para los CDN sobre las necesidades y problemáticas identificadas. Finalmente, en la sección **5**, se plantean las principales conclusiones del informe, se reconocen las limitaciones del trabajo y se entregan recomendaciones para estudios futuros.

2. Emprendimiento

2.1. Marco teórico

El concepto de emprendimiento tiene su origen en el francés “*entrepreneur*” definido inicialmente por el economista Richard Cantillon a inicios del siglo XVIII. Cantillon, reconoce que el *entrepreneur* es aquella persona que desarrolla actividades empresariales y se encuentra dispuesta a asumir los riesgos asociados a la actividad (Formichella, 2004), bajo esta línea, el *entrepreneur* se identifica como empresario, entendiendo a éste como el agente que desarrolla actividades de carácter empresarial o comercial. No obstante, no fue hasta mediados del siglo XX que el término “emprendedor” alcanzó cierta popularidad como forma de referirse al empresario, por medio de éste concepto se reconocía además al emprendedor como una persona iniciadora de proyectos, incluso en contextos donde no disponía de los recursos para ello (Urbano, Pulido, y Garrido, 2008).

A lo largo de los años diversos autores han definido el concepto desde nuevas ópticas y marcos para su comprensión, identificando sus características y reconociendo el contexto social en el que la actividad emprendedora y el emprendedor se encuentran inmersos. Así mismo, el sujeto emprendedor ha sido objeto de diferentes estudios.

Uno de los primeros aportes importantes en el análisis teórico del fenómeno emprendedor fue de Jean Baptiste Say (1767-1832), este economista francés establece una diferencia sustancial entre el capitalista clásico y el emprendedor. Bajo su mirada el emprendedor destaca por sobre el capitalista al poseer la capacidad de dirección y administración, por cuanto es capaz de reunir y combinar los medios de producción para generar procesos productivos (Osorio y Pereira, 2011). En esta línea, Alfred Marshall (1842-1924) reconoce al emprendedor como un trabajador superior, debido a sus capacidades de liderazgo y de organización industrial (Rodríguez, 2009).

Joseph Schumpeter (1883-1950) va más allá y reconoce las implicancias del emprendimiento en el contexto económico, identificando este fenómeno como clave para la generación de inestabilidades en los mercados de bienes y servicios (Rodríguez, 2009), adicionalmente, establece una estrecha relación entre emprendimiento e innovación (Naudé, 2013). La tesis de Schumpeter establece que los emprendedores lideran las empresas innovadoras, debido a que son capaces de desarrollar nuevos productos y servicios a través de la incorporación de nuevos métodos de producción, distribución y formas de organización, esto induce mayores niveles de empleo e ingresos, y finalmente un desarrollo económico mayor. Así mismo describe a los emprendedores como personas innovadoras, dinámicas, fuera de lo común, soñadores, visionarios, iniciadores

del cambio y creadores de oportunidades (Larroulet y Ramírez, 2008).

Para Ludwig von Mises (1881-1973) el hombre es en esencia un emprendedor debido a que todas sus acciones presentan diferentes niveles de incertidumbre. En este contexto de inestabilidad el emprendedor especula y explota oportunidades de mercado, y es consciente que estas actividades podrían resultar tanto en ganancias como pérdidas, estando dispuesto a asumirlas. En este sentido, la visión de Mises se contrapone a la de Schumpeter, por cuanto no establece la condición de innovador al sujeto emprendedor (Castillo, 1999).

Peter Drucker (1909-2005) continua en la línea de lo planteado por Schumpeter e identifica al emprendedor como un agente que dispone de la capacidad de innovación. Para este autor, el desarrollo de una actividad económica nueva, como abrir un negocio pequeño, no califica dentro de un emprendimiento, ya que éste puede carecer del carácter innovador. Así mismo establece que el espíritu emprendedor no es inherente al hombre, por cuanto la capacidad de emprender responde a una conducta desarrollable, y esta se construye sobre un marco racional o teórico y no intuitivo (Formichella, 2004). En este sentido, la capacidad emprendedora responde a un rasgo de ciertas personas, pero no a una estructura de personalidad compartida en toda la población.

Los autores Gries y Naudé (2011) definen el emprendimiento como *“el recurso, el proceso y el estado de ser, a través del cual los individuos utilizan positivamente oportunidades del mercado para la creación y el desarrollo de nuevas empresas”*². Bajo esta definición el *“recurso”* identifica el valor como actividad económica posible o aceptable en el sistema económico; en relación al *“proceso”* se destaca el carácter de desarrollo evolutivo del proceso de emprender, como por ejemplo, el desarrollo de una idea, el inicio de actividades, el cierre del negocio, entre otras; y como *“estado de ser”* se plantea que el emprendimiento no responde a una actividad instrumental, sino que tiene valor en sí misma (Naudé, 2013).

Por otro lado, Alcaraz (2015) evalúa las distintas características que han sido establecidas por diferentes autores como propias de los individuos emprendedores, y concluye cinco elementos centrales que describen a estas personas: la capacidad de crear e innovar, la confianza en sí mismos y en sus capacidades, la perseverancia, la capacidad para manejar problemas y la aceptación del riesgo. De igual forma concluye, que este último elemento resulta clave en todo emprendedor, dado que el riesgo es inherente a toda actividad emprendedora. De igual manera, Etchebarne, García, y Geldres (2008) generan una revisión de las principales tendencias en investigaciones de emprendimiento a nivel de empresas, concluyen que son tres los elementos principalmente

²La definición original presentada por estos autores establece que: *“entrepreneurship can be defined as the resource, process and state of being through and in which individuals utilise positive opportunities in the market by creating and growing new business firms”* (Gries y Naudé, 2011).

utilizados por los autores para evaluar la orientación emprendedora de las firmas: la capacidad que tienen las organizaciones de innovar, de asumir riesgos y de actuar en forma proactiva.

Las diferentes corrientes de pensamiento aquí expuestas dan forma a lo que entendemos hoy por emprendimiento y el agente emprendedor. Desde un punto amplio, toda creación y desarrollo de nuevas empresas o actividades económicas caerá dentro de la clasificación de emprendimiento. Adicionalmente, desde un marco específico, el marco conceptual del GEM establece como emprendimientos aquellas empresas que se encuentran entre los 3 y 42 meses de vida. Junto con ello, la legislación chilena clasifica a las empresas de acuerdo a sus niveles de ingresos: microempresas con ventas anuales menores a 2.400 UF, pequeñas con menos de 25.000 UF y medianas con ventas menores a 100.000 UF (Biblioteca del Congreso Nacional, 2010). Finalmente, todo individuo que desarrolle actividades creativas e innovadoras, persevere y esté dispuesto a asumir riesgos en el desarrollo de una actividad será considerado emprendedor.

2.2. Emprendimiento en Chile

El tema de emprendimiento ha sido ampliamente estudiado en el contexto nacional, especialmente en la última década, tanto a nivel de individuos como de empresas. Diversas organizaciones públicas como privadas han desarrollado reportes anuales para identificar el estado del emprendimiento, como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) con su Reporte Nacional de carácter anual, o el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo con sus encuestas de Microemprendimiento y Longitudinal Empresas. Estos informes suelen centrarse en aspectos como el análisis del ecosistema emprendedor, la evolución de las actividades emprendedoras, identificación de rubros, caracterización en términos de variables económicas (números de trabajadores, volumen de ventas, utilidades, valor de activos, capital, etc.), identificación de aspectos que facilitan y limitan el desarrollo emprendedor, motivaciones de emprendedores y de potenciales emprendedores, además, han buscado generar perfiles de éstos, con un fuerte enfoque en comprender aquellos rasgos tanto de personalidad como sociodemográficos que son comunes en personas que desarrollan este tipo de actividades. Así mismo, los distintos emprendimientos se han clasificado generalmente dentro de tres categorías: emprendimiento tradicional, emprendimiento centrado en la innovación tecnológica y emprendimiento social. Cada uno de estos tipos de emprendimientos responde a cualidades particulares, y sus contribuciones e impacto en la sociedad y economía son estudiados a partir de marcos diferentes³.

³Sin embargo, aun cuando el emprendimiento sea, por ejemplo, definido como uno de carácter social, esto no limita que pueda disponer de aspectos innovadores.

Chile se encuentra en la posición 55 de 190 de acuerdo al ranking Doing Business 2018 elaborado por el Banco Mundial (2017), lo que representa una mejora de dos posiciones con respecto a la medición anterior. Este ranking evalúa la facilidad con la que se pueden crear empresas en los distintos países, sobre la base de 10 indicadores, como por ejemplo trámites, tiempo o costo que se incurren en la apertura de un negocio, acceso al crédito, acceso a electricidad, pago de impuestos, entre otros. En el caso chileno, el mejor indicador es el de “manejo de permisos de construcción”, que lo ubica en la posición 14 y, el peor elemento evaluado, es el “acceso al crédito” que lo deja en la posición 90 del ranking.

De acuerdo a la información entregada por el GEM - Reporte Nacional 2016⁴ (Mandakovic y Serey, 2016), uno de los principales estudios descriptivos de carácter anual sobre emprendimiento en el territorio nacional, un 24,2% de la población se encuentra desarrollando una actividad emprendedora en una fase inicial⁵, así mismo, un 8% desarrolla una actividad ya establecida (más de 42 meses de vida). Un dato interesante es que un 44,7% de las personas que no se encuentra realizando actualmente una actividad emprendedora tiene la intención de establecer un negocio en un plazo no mayor a tres años. Adicionalmente, concluyen que el 53,4% de los emprendedores iniciales y el 41,7% de los establecidos poseen negocios en sectores de actividad relacionados con consumidores finales. Otro aspecto clave con respecto al emprendimiento que identifica este reporte, tienen relación a las motivaciones para emprender, de acuerdo a éste un 75,8% se encuentra realizándolo para aprovechar una oportunidad de negocio, por tanto, menos de un 25% lo hace por necesidad. Este dato es consistente con que un 65,9% de los emprendedores en etapas iniciales tiene estudios más allá de la enseñanza media⁶, y que cerca del 60% de ellos pertenece a los estratos socioeconómicos ABC1 y C2. Con respecto a la composición por género, este estudio identifica que por cada 10 hombres, existen 6 mujeres emprendedoras. Por otro lado, en relación al tema central de esta tesis, el informe recoge que un 17% de las empresas discontinuadas argumentan razones de tipo financieros, como lo es la falta de oportunidades de financiamiento como causa del cierre del negocio⁷.

También, el GEM Chile en su versión 2016 recoge la visión de expertos en el tema en relación al estado del ecosistema emprendedor, dentro de sus conclusiones más importantes destacan que los aspectos peor evaluados del ecosistema son el apoyo financiero y la transferencia de I+D.

⁴Para mayor información sobre el proyecto GEM Chile se recomienda visitar <http://negocios.udd.cl/gemchile/>.

⁵De acuerdo al marco conceptual del GEM, una actividad emprendedora en etapa inicial (TEA) es aquella que tiene menos de 42 meses de existencia.

⁶Ver Cuadro 14 para mayor información sobre la composición de nivel de estudio de los emprendedores

⁷Volveré sobre este tema en la próxima sección.

En relación al primero, los expertos estiman que no existen suficientes fuentes de financiamiento privadas para el emprendimiento, no obstante, califican positivamente la disponibilidad de subvenciones públicas para este objetivo. Adicionalmente, establecen una baja proliferación de otras fuentes de financiamiento, como “crowdfunding”, inversionistas ángeles, capitales de riesgo, inversionistas informales, entre otras. El informe puntualiza que éste es un análisis desde la oferta de fondos, y en contraste no recoge las características de quienes tienen la necesidad de estos recursos (la demanda)⁸. Por otro lado, con respecto a la transferencia de I+D, los especialistas reconocen la incapacidad de las empresas nuevas para costear las últimas tecnologías, así como la limitación del ecosistema para transferir eficientemente las nuevas tecnologías a estas empresas. En esta línea, el gasto nacional en I+D fue de 607.408 millones de pesos el 2015, lo que representa un 0,39% del PIB, cuando el promedio de la OCDE fue de 2,38% para el año 2014, de acuerdo a datos del Ministerio de Economía, F. y T. (2017b), adicionalmente, un 42,6% de este gasto fue financiado por el estado, y sólo un 32,8% por empresas.

Otro dato interesante evaluado negativamente por el estudio, es la capacidad de los emprendimientos para ingresar a nuevos mercados, sobre esto, sólo un 2,1% de las microempresas y un 5% de las pymes exportó sus productos el año 2015, a diferencia del 26,2% de las grandes empresas (Ministerio de Economía, F. y T., 2017a). De igual forma, es evaluado negativamente la falta de herramientas y recursos para acceder a proveedores, consultores y subcontratistas debido a los altos costos que tendrían que incurrir, sin embargo, destacan la alta disponibilidad de estos servicios. Adicionalmente, los programas de gobierno para impulsar la creación de nuevas empresas y el crecimiento son mayormente bien evaluadas.

Otro estudio de índole público que busca caracterizar a los emprendedores y sus empresas es la Encuesta de Microemprendimiento. En su versión 2016, la Encuesta de Microemprendimiento⁹ (EME 4) (Ministerio de Economía, F. y T., 2016), concluyó que en el país existen más de 1,8 millones de microemprendedores, donde más del 60% de ellos corresponden a hombres y son estos los que en promedio ganan más por la actividad. Adicionalmente, sólo el 48,7% del total de microempresarios (hombres y mujeres) se encontraban con inicio de actividades en el SII y cerca del 47% generan utilidades menores a los \$250.000 pesos. Otro dato interesante es que para este segmento de emprendedores, lo que más refleja un beneficio de ser independiente es el no tener jefe.

⁸Es precisamente sobre este punto que esta tesis busca generar un aporte.

⁹La encuesta fue aplicada el año 2015.

3. Financiamiento: una mirada a la oferta

La disponibilidad de fuentes de financiamiento es un elemento central en el desarrollo de un efectivo ecosistema emprendedor¹⁰. De acuerdo a datos del GEM 2016 (Mandakovic y Serey, 2016), el apoyo financiero al emprendimiento es el segundo indicador peor evaluado para el contexto chileno, sólo después del nivel de educación primaria y secundaria para el emprendimiento, así mismo, a nivel internacional Chile se ubica en la posición número 55 de 66 en relación al indicador de apoyo financiero.

Por otro lado, la EME 4 identifica que el 27,3% de los microempresarios considera que la falta de financiamiento es la principal limitante para el crecimiento de su negocio, la que corresponde a la más votada. No obstante, se presentan diferencias si el análisis se genera por empresas formales e informales, son estas últimas las que asignan al financiamiento mayor relevancia. También, se concluye que el 88,2% de los emprendedores utilizó ahorros propios o de conocidos para poner en marcha el negocio, adicionalmente, sólo el 2,4% de quienes solicitaron financiamiento de gobierno lo obtuvieron, y la banca financia al 8,2% de los emprendimientos con necesidades de capital (Ministerio de Economía, F. y T., 2016).

Como primer paso es necesario conocer cuáles son las fuentes de financiamiento que existen, y desde ahí comprender y analizar si existen segmentos de emprendedores que quedan fuera de estas alternativas. Con esto en mente, a continuación se presentan las principales fuentes e instituciones que entregan financiamiento a emprendimientos o empresas de menor tamaño, cabe mencionar que sólo se han incluido aquellas que son de carácter transversales a distintos tipos de proyectos¹¹, en ese sentido, se han dejado fuera fondos especializados o con temáticas específicas.

3.1. Fuentes estatales

Distintas instituciones y programas públicos entregan apoyo financiero a proyectos de diferente índole, no obstante seis instituciones presentan fuerte orientación al apoyo del emprendimiento en el país. Las siguientes instituciones disponen de programas y fondos para el financiamiento de actividades emprendedoras:

- **Fosis:** Tiene como principal objetivo el contribuir con el desarrollo de estrategias para la

¹⁰Otros elementos del ecosistema incluyen las políticas públicas, los programas de gobierno, los niveles de educación de la población, la cultura, la infraestructura física, la transferencia de I+D y las características del mercado (Mandakovic y Serey, 2016).

¹¹O al menos lo más transversal posible.

superación de la pobreza y la reducción de la desigualdad social. Bajo esta línea impulsa el emprendimiento, como motor de movilidad social, por medio de tres programas que entregan apoyo de ámbito financiero, estos son: “Yo Emprendo”, “Yo Emprendo Semilla” y “Programa Acceso al Microfinanciamiento”.

www.fosis.gob.cl

- **Sercotec:** Se dedica al apoyo de las micro y pequeñas empresas y a los emprendedores del país, por medio del desarrollo de capacidades y oportunidades emprendedoras para el aumento sostenible del valor de negocio de estas empresas. Entrega financiamiento a emprendimientos en etapas iniciales por medio de los fondos “Capital Semilla Emprende” y “Capital Abeja Emprende”

www.sercotec.cl

- **Corfo:** Busca fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad del país, con una orientación al fortalecimiento del capital humano y las capacidades tecnológicas. Entrega fondos para proyectos de distintas características, que principalmente tienen un alto potencial de crecimiento o presentan alto dinamismo, así mismo, tiene una serie de programas orientados a apoyar aquellas empresas que no disponen de garantías suficientes para solicitar créditos en instituciones financieras, como lo son el programa “Fogain”, “Garantía Corfo Pro Inversión” y “Crédito Corfo Mipymes”¹². Dentro de sus fondos se encuentran: “Semilla Corfo” y el “Subsidio Semilla de Asignación Flexible para Desafíos”, y también como parte de Start-Up Chile con sus programas “The S Factory” y “Seed”.

www.corfo.cl

www.startupchile.org

- **Indap:** Tiene como misión contribuir en el “desarrollo económico, social y tecnológico de los pequeños productores agrícolas y campesinos”, con una orientación en potenciar las capacidades empresariales de los mismo. Entrega servicios en tres ejes principalmente: capacitación, asesorías y financiamientos. En relación al último, Indap entrega créditos de corto y largo plazo para empresas o personas naturales clientes de esta institución que

¹²Para conocer más sobre los programas Fogain, Pro Inversión, Crédito Mipymes y Fogape ver Anexo 2.

requieran capital para financiar inversiones o capital de trabajo. Adicionalmente, cuenta con el “Programa Emprende Joven Rural”, orientado a financiar vía crédito inversiones y capital de trabajo, de personas entre los 18 y 35 años, que se encuentren desarrollando actividades económicas o productivas en zonas rurales del país. También, dispone de otros programas de financiamiento orientados en procesos específicos del ámbito agropecuario.

www.indap.gob.cl

- **ProChile:** Busca fomentar el desarrollo exportador de las empresas chilenas, fomentar la inversión extranjera y el turismo. Dentro de sus programas ofrece asesorías y herramientas para potenciar las exportaciones en pymes. En relación a oportunidades de financiamiento, entrega fondos a empresas del ámbito silvoagropecuario, servicios o industria, que requieran capital para financiar campañas publicitarias o promocionales, instalación de oficina en el exterior, asesoría legal, visita a ferias internacionales, misiones comerciales, entre otras. Entrega hasta 20 millones de financiamiento compartido para mipymes.

www.prochile.gob.cl

3.2. Préstamos o créditos de instituciones privadas

3.2.1. Crédito bancario

Las instituciones bancarias disponen de una amplia gama de productos financieros especializados en empresas de menor tamaño, como cuentas corrientes, tarjetas de crédito, líneas de crédito y préstamos bancarios (créditos), no obstante, como línea general exigen una serie de requisitos como la formalidad de la actividad, suficiente cantidad de antecedentes o información comercial y la disposición de garantías, entre otras, que dejan un segmento de los emprendimientos fuera de la capacidad de acceder a estas fuentes de financiamiento. Adicionalmente, las tasas de interés tienden a ser decrecientes al tamaño de la firma, en esta línea, la ELE 4 identificó que empresas de mayor tamaño acceden a tasas de interés considerablemente más bajas que las empresas de menor tamaño: mientras que las microempresas se endeudan a tasas promedio de 14,8%, las grandes empresas acceden a tasa promedio de 9,5% (Ministerio de Economía, F. y T., 2017a). Sin embargo, algunas instituciones entregan financiamiento con garantías estatales Corfo y Fogape¹² para aquellas empresas que no disponen de las garantías suficientes, como forma de emparejar la cancha para este tipo de empresa.

El Cuadro 1 muestra un listado de instituciones bancarias que disponen de productos especializados en proveer apoyo y servicios financieros a micro y pequeñas empresas, de igual forma se indica aquellos bancos que cuentan con los programas de garantía estatal de Corfo y Fogape.

Cuadro 1: Instituciones bancarias que ofrecen servicios financieros a PYMES.

Institución Bancaria	Institución Fogape	Corfo		Sitio web de contacto
		Fogain	Pro Inversión	
Banco Estado	Sí	Sí	Sí	www.goo.gl/LD4W3X
Banco de Chile	Sí	Sí	No	www.goo.gl/R7PG2T
Banco CrediChile	Sí	No	No	www.goo.gl/LzNePL
Banco Santander	Sí	Sí	No	www.goo.gl/gJ3V42
Banco Desarrollo	No	No	No	www.goo.gl/Pgq9Cw
Corpbanca	No	Sí	No	www.goo.gl/ZwaUFJ
Scotiabank Chile	Sí	Sí	Sí	www.goo.gl/6vDfHZ
BCI	Sí	Sí	No	www.goo.gl/7RDuTk
BBVA	Sí	Sí	No	www.goo.gl/Ntkpv9
Itaú	Sí	Sí	No	www.goo.gl/XTNSSY
Banco Consorcio	No	No	No	www.goo.gl/8WZiiD
Banco Bice	Sí	Sí	No	www.goo.gl/wrH3Ej

Lo requisitos de asignación para créditos y servicios financieros dependen de cada institución.

Fuente: Elaboración propia con datos de cada institución.

3.2.2. Créditos de cooperativas

Las cooperativas de ahorro y crédito entregan alternativas de servicios financieros a sus socios miembros. Entre otras, estas instituciones pueden recibir depósitos de sus socios y de terceros, contraer préstamos con instituciones financieras, de igual forma, pueden otorgar préstamos a sus socios (Bancafacil.cl, s.f.-b).

En la actualidad existen cerca de 70 cooperativas de ahorro y crédito vigentes de acuerdo a

de microempresas.

El Crédito Microempresario de caja Los Andes está orientado a microempresarios con proyectos formales e informales, que requieran fondos para dar inicio a la actividad, capital de trabajo o para inversión en equipamiento. Entrega hasta 1.000 unidades de fomento dependiendo de la capacidad de pago del afiliado, además, cuenta con un plazo máximo de pago de 60 meses y no requiere prenda ni garantía.

www.cajalosandes.cl

3.2.4. Crédito de instituciones de microfinanzas

Las microfinanzas son servicios financieros orientados a personas o microempresas que no disponen de acceso al sistema bancario tradicional debido a sus condiciones socioeconómicas, dado esto, los servicios microfinancieros presentan un fuerte enfoque al apoyo de emprendimientos en sectores vulnerables y personas en situación de pobreza. Este tipo de crédito es entregado por instituciones bancarias, cooperativas, sociedades financieras, fundaciones, entre otras; para el financiamiento de la puesta en marcha del negocio, capital de trabajo, inversión o compra de maquinarias.

El Cuadro 3 presenta cuatro instituciones, principalmente fundaciones, que tienen por objetivo entregar un conjunto de herramientas y recursos para potenciar el desarrollo emprendedor en sectores y personas vulnerables. Los servicios incluyen asesorías de negocio, capacitaciones y ayudas financieras tipo crédito. Estas organizaciones entregan créditos individuales y colectivos, si bien estos últimos son en rigor créditos individuales, deben ser solicitados por un colectivo de personas (como es especificado en el cuadro) pertenecientes a una zona territorial común. Adicionalmente, el colectivo debe actuar como avalista social en caso de que un integrante del grupo no pague la deuda pactada, es decir, el grupo debe estar dispuesto a pagar si un integrante del colectivo no lo hace, de esta forma, no son exigidos avales ni garantías. También, los créditos entregados por estas instituciones, individuales o colectivos, están orientados a empresas formales e informales, y la antigüedad exigida depende de la institución y el crédito solicitado.

Cuadro 3: Instituciones con servicios de microcrédito.

Institución	Crédito Individual	Crédito Colectivo	Integrantes Necesarios	Sitio web de contacto
Fundación Banigualdad	No	Sí	18	www.banigualdad.cl
Emprende Microfinanzas	Sí	No	-	www.emprendemf.cl
Fondo Esperanza	Sí	Sí	21	www.fondoesperanza.cl
Fundación Crecer	No	Sí	21	www.fundacioncrecer.cl

Lo requisitos específicos de asignación de créditos dependen de cada institución.

Fuente: Elaboración propia con datos de cada institución.

3.3. Crowdfunding

El crowdfunding o financiamiento colectivo se desarrolla principalmente a través de plataformas web, donde individuos realizan aportes monetarios para contribuir al financiamiento de un proyecto. Estos aportes pueden ser de carácter donativo o a cambio de alguna recompensa o regalía. Bajo éste último, es habitual la recompensa por medio de la participación accionaria en el proyecto, la asignación de un producto o el pago de un interés por la utilización de los recursos (tipo préstamo).

Esta forma alternativa de financiamiento ha tomado gran popularidad en el último tiempo, sólo en el contexto nacional el monto recolectado a través de plataformas de crowdfunding se duplicó el 2016 en relación al año anterior, alcanzando un monto de US \$96 millones (Cominetti, 2017). Gran parte del éxito en la recolección de fondos a través de estas plataformas responde a la capacidad de plantear de forma atractiva el proyecto, en este sentido, contar con prototipos del producto y comunicar las motivaciones que dan origen a la idea podrían ser claves en la obtención de fondos.

El Cuadro 4 presenta una lista de las principales plataformas que funcionan sobre la modalidad de financiamiento colaborativo en Chile y América Latina. Estas plataformas no funcionan sobre la base de donativos, dado esto, los compromisos con el inversor van desde regalías o recompensas de cualquier tipo, la asignación de acciones (equity crowdfunding) del proyecto o la devolución del dinero con un cargo de intereses (crédito). Adicionalmente, cada plataforma establece políticas y requisitos tanto para la publicación de proyectos, como también para la inversión.

Cuadro 4: Plataformas de crowdfunding con presencia en Chile.

Plataforma	Tipo	Sitio web
Ideame	Recompensa	www.idea.me
Cumplo	Crédito	www.secure.cumplo.cl
Broota	Acciones	www.inversion.broota.com
Kickstarter	Recompensa	www.kickstarter.com
Indiegogo	Recompensa	www.indiegogo.com

Fuente: Elaboración propia con datos de cada institución.

3.4. Capital de riesgo

Los capitales de riesgo están orientados a financiar proyectos de negocio que se encuentran en etapas tempranas de desarrollo o en etapas de expansión, que se caracterizan por un alto riesgo, pero que cuentan con un alto nivel de rentabilidad esperado, en este sentido, los proyectos de negocio deben contar con un alto potencial de crecimiento.

Bajo este esquema, las Administradoras de Fondos de Inversión realizan aportes de capital a empresas a cambio de una participación accionaria en la organización, generalmente minoritaria. Estas administradoras, disponen normalmente de unidades de estudio que identifican oportunidades de inversión y evalúan su conveniencia, también, disponen de fondos orientados en rubros o áreas específicos como la agricultura, energía, minería, tecnología, entre muchas otras. Adicionalmente, se establece una relación de cooperación entre la empresa y la administradora con el objetivo de aumentar las posibilidades de éxito del proyecto de negocio.

Corfo entrega fondos a Administradoras de Fondos de Inversión como forma de potenciar esta forma de financiamiento, y son estos últimos los encargados de gestionar la asignación a las empresas. Los fondos de origen Corfo están orientados a empresas con patrimonio hasta UF 500.000 de cualquier sector económico, constituidas como sociedades anónimas cerradas. Los capitales son destinados a negocios con perspectivas de alta rentabilidad, que tienen un mercado en crecimiento con un alto potencial de demanda (Bancafacil.cl, s.f.-a).

Para una lista de instituciones de capital de riesgo visitar: www.goo.gl/AXoDBb

3.5. Inversionistas ángeles

Los inversionistas ángeles son personas o instituciones que están dispuestas a invertir en proyectos de negocio, toda vez que asumen participación en el capital social de la empresa como dueños o accionistas de la misma. A diferencia de los capitales de riesgo, los inversionistas ángeles, no son necesariamente parte de una administradora de fondos de inversión por lo que la asignación de recursos se da de forma directa entre el inversionista y la empresa, de igual forma, los montos invertidos pueden ser menores en este caso. También, como socio con poder de decisión en la empresa, los inversionistas, toman un rol activo en la gestión de la misma, entregando principalmente la experiencia, herramientas de gestión y redes de contacto que puedan potenciar el desarrollo del negocio.

Al igual que el capital de riesgo, los inversionistas ángeles invierten principalmente en empresas con propuestas innovadoras que presentan un alto potencial de crecimiento, con altas tasas de rentabilidad esperada. En esta línea Chile Global Angels, la principal red de inversionistas ángeles en el país, establece que buscan *“emprendedores que quieran cambiar el mundo y que hayan desarrollado un negocio disruptivo, escalable y que esté validado comercialmente”*, actualmente cuentan con 27 proyectos y más de US \$85 millones en inversiones. Dadneo es otra organización que entrega programas de desarrollo integral para el emprendimiento, entre ellos dispone de capitales ángeles para inversión, cuenta con más de 5 años de antigüedad, con más de 400 proyectos evaluados y más de US \$2,5 millones gestionados.

Chile Global Angels: www.chileglobalangels.cl

Dadneo: www.dadneo.com

3.6. Factoring

Bajo esta modalidad de financiamiento la empresa establece un acuerdo con un servicio de cobranza, esta última realiza los cobros futuros disponibles de facturas o créditos de la primera, entregando de forma inmediata el dinero a la empresa con un descuento.

Existen instituciones especializadas en entregar este servicio, así también, la banca tradicional entrega soluciones de este tipo. De acuerdo a datos de Bolsa mi PYME, en Chile existen más de 20 instituciones no bancarias que entregan este servicio, y más de 13 instituciones bancarias (Bolsamipyme.cl, s.f.).

4. Financiamiento: una mirada desde la demanda

4.1. Los Centros de Desarrollo de Negocios (CDN)

Tienen como principal misión disponer de servicios integrales de apoyo al desarrollo sostenible de empresas de menor tamaño y emprendedores, por medio de la asesoría técnica entregada por expertos. Actualmente existen 51 centros a lo largo del país, administrados por operadores externos y seleccionados por concurso público.

El trabajo transversal contempla tres etapas o hitos. En una primera instancia el experto junto con el empresario desarrollan un diagnóstico de la empresa o emprendimiento. Luego, se establece un plan de trabajo comprometiendo al emprendedor a la constancia y la responsabilidad para llevarlo a cabo. Finalmente, se dispone de un acompañamiento en el mediano y largo plazo, todo esto con el objetivo de que la empresa cumpla satisfactoriamente los desafíos identificados, los que pueden ir desde el aumento de ventas, obtención de financiamiento, la generación de empleo, entre otras.

Como servicios específicos los CDN entregan: mentoría y asesoría técnica de alto valor, capacitaciones en temas generales y especializados, asistencia para acceso a financiamiento, apoyo en la generación de investigaciones de mercado y herramientas e instancias de vinculación con los ecosistemas emprendedores, con una fuerte orientación a la medición de resultados. El Anexo 3 muestra los mapas de proceso sobre los que funcionan los CDN.

El modelo de trabajo se establece a partir de la etapa de desarrollo de la empresa o emprendimiento. Para emprendimientos en etapas iniciales, la asesoría se encuentra centrada en entregar herramientas para la elaboración de un plan de negocio y para la consolidación del proyecto. Por otro lado, para empresas que ya se encuentran establecidas, la generación de un diagnóstico y la elaboración de plan de trabajo son los elementos centrales de la asesoría (Centros de Desarrollo de Negocios, s.f.).

Para más información visitar: www.centroschile.cl

4.2. Datos

Corresponden a información básica de 1450 empresas o personas clientes de los Centros de Desarrollo de Negocios de las comunas de Estación Central (EC), San Bernardo (SB), Maipú (M) y Las Condes (LC). Estos clientes se encuentran clasificados de acuerdo al grado de formalización de la actividad, es decir, son considerados “Emprendedores” aquellos que no han iniciado

actividades en el SII, son “Nuevas Empresas” y “Empresas Establecidas” las que tienen menos de un año o más de un año, respectivamente, de formalización con inicio de actividades. En términos relativos, en conjunto estos centros tienen como clientes a un 20,83 % de Emprendedores, 29,25 % de Nuevas Empresas y un 49,94 % de Empresas Establecidas.

Cuadro 5: Tipos de clientes para el total de los centros.

Tipo	N	%
Emprendedor	302	20,83 %
Nueva Empresa	424	29,25 %
Empresa Establecida	724	49,94 %
Total	1450	100 %

Fuente: Elaboración propia.

El Cuadro 6 muestra la información de número de empresas en relación a los distintos centros. Adicionalmente, muestra la cantidad de empresas según la segmentación antes presentada. Se muestra una predominancia de empresas con más de un año de funcionamiento, y una minoría de clientes no formalizados (emprendedores).

Cuadro 6: Tipos de empresas en relación a los centros de origen.

Tipo	EC		SB		M		LC	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Emprendedor	84	26,5 %	158	24,97 %	19	7,26 %	41	17,23 %
Nueva Empresa	100	31,55 %	177	27,97 %	77	29,39 %	70	29,42 %
Empresa Establecida	133	41,96 %	298	47,08 %	166	63,36 %	127	53,37 %
Total	317	100 %	633	100 %	262	100 %	238	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Esta información fue recolectada a través del formulario “D1 Clasificación de Nuevos Clientes y Contacto Asociado”, para los centros de Las Condes, Maipú y Estación Central fueron recogidos en los últimos 6 meses, en cambio, para el centro de San Bernardo han sido recolectados en los últimos dos años. Se dispone de información transversal para las distintas empresas o

emprendimientos, de igual forma, existe información sólo referida tanto a empresas ya establecidas, como a emprendimientos. Para conocer la información disponible según tipo de cliente, ver el Cuadro 15 del Anexo 4.

En relación al tema de financiamiento, la información disponible incluye para los clientes de tipo emprendedor datos de cómo financiarán principalmente el negocio y si ha sido beneficiados por algún fondo concursable. En el caso de las empresas formalizadas, la información incluye si han solicitado algún crédito o préstamo bancario, además, informa los elementos que, a juicio de estos empresarios, limitarían el crecimiento o desarrollo de sus negocios.

Es necesario reconocer una importante falta de datos para algunos clientes en distintas preguntas. Esto podría tener un fuerte impacto en la representatividad de los resultados presentados, adicionalmente, la falta de éstos podría afectar de manera importante la robustez de los análisis. Dado esto, cada tabla presentada incluirá el número y porcentaje de datos faltantes.

4.3. Metodología

La caracterización y resultados presentados en la siguiente sección se encuentran elaborados a partir del análisis descriptivo (tablas de frecuencia) de los datos disponibles. Para ésto fueron tomadas las seis principales preguntas disponibles relacionadas a financiamiento para generar las caracterizaciones respectivas. Éstas son:

1. ¿Cómo financiará principalmente este emprendimiento?
2. ¿Se ha adjudicado con este emprendimiento algún fondo concursable?
3. ¿Ha solicitado algún crédito o préstamo bancario para este negocio?
4. En caso de responder no, indique el porqué
5. En caso de responder si, indique cómo lo solicitó
6. Principalmente, ¿qué impide el crecimiento y desarrollo de este negocio?

En la sección de Resultados se incluyen tablas de datos agrupados, es decir, para el total de los clientes del total de los centros, no obstante los anexos 5, 6, 7 y 8 presentan los resultados desagregados para cada uno de ellos.

Finalmente, debido a la falta de datos para algunos clientes y a la concentración de los mismos para algunas variables, no fue posible mayormente generar estadísticas cruzadas entre las distintas variables disponibles.

4.4. Resultados

La puesta en marcha del negocio se espera financiar en un 55,63% de los casos con recursos propios o de terceros para los emprendimientos, junto con eso, los programas de apoyo de gobierno y los créditos bancarios y comerciales son las siguientes alternativas de financiamiento más utilizadas con un 1,99% y un 1,66% de los casos, respectivamente. En relación a las empresas formalizadas, si bien no se disponen de datos para 83,37% de ellas, el 15,42% de ellas es financiada a partir de recursos propios. Esta tendencia al uso de recursos propios igualmente se replica en los cuatro centros, específicamente, los centros de Estación Central, Maipú y Las Condes, muestran que más del 70% de sus emprendedores tienen planeado financiar la puesta en marcha con recursos propios. Adicionalmente, estos resultados son consistente con los resultados de la EME4, donde 88,2% de los encuestados informó que financió la puesta en marcha de su negocio con recursos propios, de familiares o amigos (Ministerio de Economía, F. y T., 2016).

Cuadro 7: Financiamiento de puesta en marcha (total clientes).

Financiamiento	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
Recursos propios y/o de terceros	168	55,63 %	177	15,42 %
Créditos bancarios y/o comerciales	5	1,66 %	8	0,7 %
Tarjetas bancarias y/o comerciales	0	0 %	0	0 %
Línea de crédito	1	0,34 %	0	0 %
Créditos en Cooperativas y/o Caja de Compensación	0	0 %	0	0 %
Crédito en entidades sin fines de lucro	0	0 %	0	0 %
Programa estatal de fomento o relacionado	6	1,99 %	4	0,35 %
Otro	7	2,32 %	2	0,18 %
Sin información	115	38,08 %	957	83,37 %
Total	302	100 %	1148	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Es necesario mencionar y reconocer, a partir de los datos presentados por el Cuadro 7, la inexistente o nula utilización de fuentes de financiamiento alternativas, principalmente créditos

de instituciones no bancarias, como cooperativas, cajas de compensación y entidades sin fines de lucro. De igual forma, estos resultados son consistentes con lo recogidos por la EME4.

En línea con lo anterior, el Cuadro 8 muestra la adjudicación de fondos concursables para el total de clientes, separado para empresas formalizadas y no formalizadas. Cabe mencionar que del total de los 1450 clientes solo el 1,79 % se ha adjudicado algún fondo concursable y que, por lo tanto, el 98,21 % restante nunca ha accedido a esta fuente de financiamiento. Adicionalmente, los clientes con ideas de emprendimiento en términos relativos han tenido una mayor adjudicación de fondos concursables en relación a sus pares formalizados (3,32 % contra 1,4 %), no obstante sigue siendo un bajo valor.

Tanto el centro de Estación Central como de San Bernardo cuentan con 9 clientes con fondos concursables asignados, lo que corresponde a la máxima asignación para los distintos centros; en cambio, el centro de Las Condes no cuenta con ningún emprendedor con fondo asignado, y con sólo dos clientes formalizados que han recibido este beneficio.

Cuadro 8: Adjudicación de fondos concursables (total clientes).

Fondo	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
No	292	96,69 %	1132	98,61 %
Sí	10	3,32 %	16	1,4 %
Total	302	100 %	1148	100 %

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estos resultados sería interesante, por lo tanto, disponer de la información de cuántos de estos clientes han postulado a algún fondo concursable, de esta forma podríamos contar con una medida de demanda para este tipo de financiamiento.

El Cuadro 9 entrega la información de empresas formalizadas que han solicitado¹³ crédito bancario para el financiamiento del negocio. Del total de 1148 empresas formalizadas, el 39,38 % (452 empresas) de ellas no han solicitado crédito bancario, y un 15,86 % (182 empresas) por el contrario sí han solicitado. El centro de Estación Central presenta la mayor solicitud de créditos con 50 clientes y el centro Maipú la menor cantidad con 41 clientes que han solicitado este tipo de préstamo.

¹³Sólo informa solicitud de crédito y no asignación del mismo.

Cuadro 9: Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (total clientes).

Crédito	N	%
No	452	39,38 %
Sí	182	15,86 %
Sin información	514	44,78 %
Total	1148	100 %

Fuente: Elaboración propia.

En relación a los clientes que no han solicitado crédito bancario, dentro de sus principales razones para esto, el 45,36 % indica que no lo han necesitado, un 13,06 % debido a que no cumplen los requisitos y un 11,73 % ya que no les gusta pedir créditos o préstamos.

Cuadro 10: Razones por las que no han solicitado crédito (total clientes).

Razón	N	%
No lo ha necesitado	205	45,36 %
No sabe dónde acudir	19	4,21 %
Desconoce cómo solicitarlo	30	6,64 %
No le gusta pedir créditos o préstamos	53	11,73 %
No puede pagarlos	24	5,31 %
No cumple con los requisitos	59	13,06 %
No confía en las instituciones que entregan estos servicios	3	0,67 %
Otro	29	6,42 %
Sin información	30	6,64 %
Total	452	100 %

Sólo incluye empresas que no han solicitado crédito.

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, cerca de 50 clientes desconocen cómo solicitarlo o no saben dónde recurrir, que si bien representan el 10,85 % del total, son clientes que podrían necesitar de esta forma

de financiamiento, pero se ven impedidos a acceder a él por falta de conocimiento. De igual forma, si consideramos además a quienes no pueden pagarlos y no cumplen con los requisitos, se llega a un total de 132 clientes que no pueden acceder al sistema bancario tradicional, lo que corresponde a un 29,22 % del total. Al mirar por centros, el máximo se alcanza en San Bernardo donde 12 clientes indican que desconocen cómo solicitarlos y 8 no saben dónde acudir, de igual forma en el centro de Maipú 26 de sus clientes indican que no cumplen con los requisitos para solicitar este tipo de préstamo. Al contrario, el centro de Estación Central presenta la mayor cantidad de clientes que indican no haber necesitado de este servicio, con 69 casos (55,2 %).

Por otro lado, en relación a los 182 clientes que informaron haber solicitado algún tipo de crédito bancario, el Cuadro 11 muestra que sólo 6 indican que fue rechazado, para el resto un 62,57 % lo solicitó a nombre personal y un 27,94 % a nombre del negocio, lo que se replica con leves diferencias en los distintos centros. A pesar de lo anterior, se ven diferencias interesantes al descomponer estos resultados según el tamaño de la empresa, en este sentido, empresas de menor tamaño son más propensas a solicitar créditos a título personal en relación a las de mayor tamaño, así los resultados muestran que el 67,12 % de las microempresas solicitó crédito a título personal, a diferencia de empresas medianas que lo realizaron sólo en el 25 % de los casos, por contra parte, empresas medianas solicitan créditos en un 50 % de las veces a nombre del negocio, y las microempresas sólo en el 22,82 % de los casos.

Cuadro 11: Cómo fueron solicitados los créditos según tamaño de empresa (total clientes).

Solicitud	Micro	Pequeña	Mediana	Total	
				N	%
A título personal	67,12 %	42,31 %	25 %	115	62,57 %
A nombre de su negocio	22,82 %	53,85 %	50 %	50	27,94 %
Lo solicité, pero fue rechazado	4,03 %	0 %	0 %	6	3,36 %
No aceptó las condiciones	0,68 %	0 %	0 %	1	0,56 %
Otro	4,7 %	3,85 %	0 %	8	4,47 %
Sin información	0,68 %	0 %	25 %	2	1,12 %
Total	100 %	100 %	100 %	182	100 %

Fuente: Elaboración propia.

También, el Cuadro 12 muestra, para el total de clientes formalizados, factores que podrían limitar el crecimiento de los negocios. En esta línea, la opción más seleccionada fue la falta de clientela con un 26,6 % de las preferencias, luego, y como era de esperar, sigue la falta de financiamiento para inversión con un 14,1 %. Estos resultados son consistentes tanto con la ELE4 que establece a la limitada clientela como la principal limitante con un 44 % de las votaciones (Ministerio de Economía, F. y T., 2017a) y, también, con los resultados de la EME4 que identificó que el 27,3 % de las microempresas indicaron a la falta de financiamiento como la principal limitante para el crecimiento (Ministerio de Economía, F. y T., 2016). Por otro lado, el género (0 %), el pago de impuestos (0,9 %) y la incertidumbre económica (1,6 %) corresponden a las alternativas menos seleccionadas.

Cuadro 12: Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (total clientes).

Razón	N	%
Situación personal y/o familiar	18	2,7 %
Por mi género	0	0,0 %
Por falta de clientela	179	26,6 %
Falta de insumos y/o materias primas	25	3,7 %
Falta de financiamiento para inversión	95	14,1 %
Por las regulaciones y normas	23	3,4 %
Por el pago de impuestos	6	0,9 %
Por la incertidumbre económica	11	1,6 %
Nada impide el crecimiento y desarrollo de mi negocio	83	12,3 %
Otros	46	6,8 %
Sin información	187	27,8 %
Total	673	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

En particular destaca que para el centro de Las Condes, la falta de financiamiento se encuentra como la tercera opción, donde el 22,34 % de los clientes indican que nada limita el desarrollo

del negocio (lo que corresponde a la máxima valoración al compararla con los otros centros) y el 14,22 % lo atribuye al financiamiento, sin embargo, la falta de clientela sigue siendo la opción más seleccionada con un 27,92 %.

Adicionalmente, el Cuadro 13 entrega una versión de los datos anteriores agrupados por comunas de origen de los negocios según tres clasificaciones de comunas del Gran Santiago en relación a sus perfiles de ingreso. Es decir, el grupo (1) incluye las comunas que según datos de la encuesta Casen 2013 cuentan con ingreso promedio del hogar superior a un millón de pesos, el grupo (2) aquellas comunas con ingresos entre 500 mil y 1 millón de pesos y el grupo (3) comunas con ingreso menor a 500 mil pesos¹⁴.

Cuadro 13: Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio según comunas del Gran Santiago (total clientes).

Razón	(1)	(2)	(3)	Total	
				N	%
Situación personal y/o familiar	1,14 %	4,35 %	0 %	18	2,87 %
Por mi género	0 %	0 %	0 %	0	0 %
Por falta de clientela	30,31 %	25,22 %	10,53 %	169	26,92 %
Falta de insumos y/o materias primas	1,52 %	5,51 %	5,27 %	24	3,83 %
Falta de financiamiento para inversión	11,75 %	15,66 %	15,79 %	88	14,02 %
Por las regulaciones y normas	3,79 %	3,19 %	10,53 %	23	3,67 %
Por el pago de impuestos	0,76 %	1,16 %	0 %	6	0,96 %
Por la incertidumbre económica	3,04 %	0,58 %	0 %	10	1,6 %
Nada impide el crecimiento de mi negocio	18,19 %	8,41 %	15,79 %	80	12,74 %
Otros	6,82 %	6,96 %	10,53 %	44	7,01 %
Sin información	22,73 %	28,99 %	31,58 %	166	26,44 %
Total	100 %	100 %	100 %	628	100 %

Fuente: Elaboración propia.

¹⁴Para conocer el listado de comunas según clasificación ver Anexo 9.

El Cuadro 13 muestra que para aquellos negocios ubicados en las comunas del grupo (1) la falta de clientela aparece como la principal limitante para el desarrollo o crecimiento del negocio en un 30,31 % de los casos, no obstante, este valor cae al avanzar en los grupos (2) y (3) y pierde el liderazgo. En este sentido, para empresas ubicadas en las comunas del grupo (3) la principal limitante es la falta de financiamiento con un 15,79 % de las preferencias, y la falta de clientela queda con un 10,53 % de las elecciones, lo que es consistente con una menor disponibilidad de recursos esperada para comunas de menores ingresos.

Otro resultado interesantes a partir del Cuadro 13 es como las regulaciones y normas son vistas como una limitante de desarrollo en los negocios ubicados en las comunas de menores ingresos (grupo 3). Adicionalmente, existe una porción importante de clientes (80) que consideran que no hay ningún factor que limite el crecimiento de sus negocios. Por último, el género y pago de impuestos se mantienen como los factores menos relevantes.

Finalmente, se debe reconocer que en términos generales los distintos centros no presentan mayores diferencias en relación a las variables analizadas, y los casos particulares ya fueron mencionados a lo largo de la presentación de resultados.

4.5. Recomendaciones a los CDN

Como ya fue mencionado anteriormente existe una porción importante de datos faltantes para cada uno de los cuatro centros analizados, esto podría afectar profundamente los análisis antes presentados y generar conclusiones equivocadas con respecto a los clientes y, por lo tanto, de sus necesidades. De igual manera, disponer de más datos que recojan elementos centrales en la asignación y toma de fuentes de financiamiento, podrían orientar de mejor forma las acciones y estrategias tomadas por los centros. En esta línea se recomienda:

- Mejorar la calidad de los datos: esto implica disponer de toda la información solicitada de los clientes a través del formulario D1, con especial atención en seguir las instrucciones de aplicación establecidas para el llenado del mismo. El beneficio evidente de esta acción es que todo análisis entregará resultados realistas y será una representación fiel de las características de los clientes.
- Profundizar en temas de interés: como forma de conocer en mayor profundidad los problemas en financiamiento de los clientes, se recomienda generar encuestas orientadas en recoger aspectos claves en la utilización de fuentes de financiamiento, como lo son: la solicitud y adjudicación de fondos concursables, el financiamiento de empresas formalizadas

tanto en la puesta en marcha como de gastos regulares, evaluar el conocimiento de los clientes de fuentes alternativas de financiamiento, conocer razones de créditos rechazados y medir el nivel de educación financiera de los mismos.

En relación a los resultados de la caracterización en financiamiento, tomando en cuenta la concentración en la utilización de recursos propios como fuente central de financiamiento, así como la necesidad de financiamiento reportada se recomienda:

- Capacitar o dar a conocer a emprendedores distintas fuentes que entregan alternativas para el financiamiento de emprendimientos, con una orientación en reconocer aquellos que se ajustan al perfil o características de los mismos. Esto especialmente en los centros de Estación Central, Maipú y Las Condes.
- Generar estrategias de orientación a clientes que no pueden acceder a créditos bancarios, debido a que desconocen dónde recurrir o cómo solicitarlos. Los cuales se presentan principalmente en el centro de San Bernardo.
- Orientar en alternativas de financiamiento a clientes formalizados que de necesitar ayuda financiera, no pueden acceder al sistema bancario, ya que no cumplen con los requisitos de asignación de créditos o no cuentan con capacidad de pago para asumir este compromiso, como queda reflejado especialmente en el centro de Maipú.
- Potenciar el desarrollo de negocio en aquellos clientes que consideran que no existen factores que limiten el crecimiento de sus empresas.
- Potenciar las capacidades de desarrollo de mercado en los clientes ubicados en las comunas del Gran Santiago de mayores ingresos (grupo 1), a su vez, dar mayor relevancia en temas de financiamiento a clientes con negocios ubicados en comunas de menores ingresos (grupo 3), que busquen crecer o desarrollar su negocio.

5. Conclusiones, limitaciones y recomendaciones

La evidencia aquí recogida muestra congruencia con estudios previos que han caracterizado a los emprendedores y pymes a nivel nacional. El financiamiento es considerado un tema central en el desarrollo emprendedor, desde la mirada de los emprendedores y empresarios, de acuerdo a los datos aquí analizados, en este sentido, si bien en términos generales los clientes de los CDN ven a la falta de clientela como la principal limitante al crecimiento de sus negocios (26,6%), la falta de financiamiento para inversión aparece como el segundo factor más escogido (14,1%). Adicionalmente, al comparar estos factores a través de las comunas de origen de los negocios, es posible identificar que la falta de financiamiento es considerada la principal limitante para aquellos negocios ubicados en las comunas de menores ingresos del Gran Santiago.

También, a partir de los resultados, es posible identificar que los recursos propios corresponden a la fuente de financiamiento mayormente utilizada para poner en marcha las ideas de emprendimiento (en un 55,53% de los casos), más todavía, al evaluar por centros, en Estación Central, Maipú y Las Condes, el nivel de utilización de este recurso supera el 70%. Si bien esta información se refiere a empresas no formalizadas, cabe la duda preguntarse de qué forma se condice la utilización mayoritaria de recursos propios con las amplias necesidades de financiamiento que muestran los resultados. En este sentido también es relevante preguntarse, y como propuesta a futuras investigaciones, a qué factores responde esta poca diversificación, y si es atribuible a una falta de conocimiento de las alternativas de financiamiento por parte de los emprendedores, o en la práctica el ítem “recursos propios” podría estar incluyendo otras fuentes diferentes a las “tres efes” como podrían ser los prestamistas de tipo informal o particulares.

En línea con lo anterior, los resultados muestran que 182 clientes de un total de 1148 (15,86%) han solicitado algún tipo de crédito bancario para el financiamiento de su negocio. De ellos 115 lo hicieron a título personal y 50 a nombre de su negocio; al mirar en más detalle estos resultados, se desprende que empresas de tamaño mediano solicitan mayormente créditos a nombre de la empresa, a diferencia de microempresas que solicitan principalmente a nombre del dueño. A partir de estos resultados sería interesante profundizar en comprender los motivos de esta tendencia, como hipótesis las necesidades de aval, y en particular la falta de aval de empresas pequeñas, podrían jugar un rol relevante en explicar este fenómeno.

Por otro lado, en relación a clientes que informan no haber solicitado crédito bancario, el 45,36% de ellos indica que no lo ha necesitado, por el contrario 217 clientes indican distintos motivos que los han limitado para poder acceder a este tipo de préstamo, que podrían por lo tanto necesitar. El motivo más informado es el no cumplir con los requisitos de asignación, junto

con que no lo han solicitado debido a que no les gusta pedir créditos. De igual manera resulta interesante que cerca de 50 clientes no han solicitado crédito porque no saben dónde acudir o desconocen cómo solicitarlo. Por lo mismo sería relevante comprender en que grupos de clientes esta falta de conocimiento se hace más presente para generar acciones orientadas en capacitar a estos clientes. En relación a esto último, un estudio en el año 2012 mostró que un 55% de los emprendedores posee escasos o nulos conocimientos financieros, y esto se acentúan en los grupos de emprendedores con menores niveles de educación (Ministerio de Economía, F. y T., 2012).

Retomando el tema de las limitantes al crecimiento y desarrollo de los negocios, tres resultados merecen mención. Primero, la tercera opción más seleccionada al preguntar a los clientes sobre las limitantes fue la idea de que nada impide el crecimiento del negocio, y esto se presenta con mayor participación en el segmento de empresas ubicadas en comunas del grupo (1), este resultado resulta consistente con los presentados a partir de la EME4, donde plantean como causa posible para explicar este fenómeno que los microempresarios se encuentran satisfechos con la escala de sus negocios (Ministerio de Economía, F. y T., 2016), no obstante, también podría responder a cierta característica de un mayor nivel de confianza en sí mismos y en sus capacidades que este segmento particular de emprendedores tienen, tal como reconoce Alcazar (2015). Cabe como recomendación para futuras investigaciones comprender a este perfil de emprendedores y proponer acciones que puedan potenciar su “espíritu emprendedor”.

Segundo, las regulaciones y normas aparecen como la tercera opción más seleccionada en el grupo (3) de comunas con un 10,53% de las preferencias, más de 6 puntos porcentuales por sobre la relevancia asignada por los grupos (1) y (2). Esto podría ser explicado por una menor capacidad de estos emprendedores para comprender y completar las normas y regulaciones exigidas, debido a entre otras a menores niveles de educación. Sobre este supuesto, un foco de investigación relevante sería el comprender si las normas y regulaciones tienen un impacto importante en el desarrollo de conductas emprendedoras, especialmente en los grupos de población de menores ingresos, entendiendo además que la información aquí presentada hace referencia al estudio de emprendedores ex-post y no ex-ante (referido a potenciales emprendedores).

Tercero, si bien es un resultado menor, se presenta una tendencia en la importancia que alcanza como limitante la incertidumbre económica al pasar del grupo de menor a los de mayor ingreso. En esta línea, si para el grupo (1) ningún cliente ve a la incertidumbre económica como un factor relevante, en el grupo (2) dos clientes lo ven como un factor determinante, y para el grupo (3) aumenta a ocho. Esto podría explicarse debido a que los grupos o personas de mayores ingresos son más conscientes del entorno externo.

En consideración de los 59 clientes que informan no cumplir con los requisitos para acceder al sistema bancario tradicional, pese a que en este informe recoge algunas fuentes de financiamiento para mipymes no es posible evaluar cuáles de ellos se ajustan a las necesidades y características de éstos clientes, por cuanto no se disponen de los perfiles específicos de éstos. Sin embargo, al menos cabe mencionar que hay alternativas de instituciones no bancarias que disponen de créditos y en algunos casos no solicitan avales, o bien aceptan garantías de fuentes estatales, como son las cooperativas, cajas de compensación e instituciones de microfinanzas. De igual forma, el factoring puede resultar en una forma rápida de liquidar las facturas o créditos pendientes de pago para la obtención de dinero.

Finalmente, este trabajo ha contribuido a entregar nueva evidencia para comprender desde la mirada de los emprendedores su realidad en relación a los temas de financiamiento, y se han reconocido estrategias para abordar las necesidades y problemáticas identificadas, de igual forma, a partir del mismo se han establecido y propuesto áreas relevantes de estudio empírico y teórico para profundizar en el entendimiento del ecosistema emprendedor chileno.

6. Referencias

- Alcaraz, R. (2015). *Emprendedor de éxito (5a. ed.)*. Mc Graw Hill.
- Bancafacil.cl. (s.f.-a). *¿qué es el capital de riesgo?* Descargado 2017-11-15, de <http://www.bancafacil.cl>
- Bancafacil.cl. (s.f.-b). *¿qué es una cooperativa de ahorro y crédito?* Descargado 2017-11-12, de <http://www.bancafacil.cl>
- Banco Mundial. (2017). Doing business 2018: Reforming to create jobs. *Banco Mundial, Estados Unidos*.
- Biblioteca del Congreso Nacional. (2010). *Estatuto de las pymes*. Descargado 2017-11-21, de <http://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/estatuto-de-las-pymes>
- Bolsamipyme.cl. (s.f.). *Las empresas de factoring en Chile*. Descargado 2017-11-21, de <http://noticias.bolsamipyme.cl/las-empresas-de-factoring-en-chile/>
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*.
- Centros de Desarrollo de Negocios. (s.f.). *Nuestros servicios*. Descargado 2017-11-17, de <http://www.centroschile.cl/nuestros-servicios>
- Cominetti, M. (2017). *Industria del financiamiento colectivo en Chile se duplica y llega a us \$98 mills. en 2016*. Descargado 2017-11-13, de www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=377537
- Corfo. (2016a). *Crédito corfo mipymes*. Descargado 2017-11-12, de https://www.corfo.cl/sites/cpp/gif-2016-credito_corfo_mipymes
- Corfo. (2016b). *Garantía corfo pro inversión*. Descargado 2017-11-12, de <https://www.corfo.cl/sites/cpp/gif-2016-proinversion?resolvetemplatefordevice=true>
- Etchebarne, M. S., García, R., y Geldres, V. (2008). La orientación emprendedora a nivel de la firma. *Multidisciplinary Business Review*, 1(1), 15–25.
- FOGAPE. (s.f.). *¿qué es fogape?* Descargado 2017-11-12, de <http://www.fogape.cl/sitio/que-es-fogape/>
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Bueno Aires, Argentina*.
- Gries, T., y Naudé, W. (2011). Entrepreneurship and human development: A capability approach. *Journal of Public Economics*, 95, 216-224.
- Larroulet, C., y Ramírez, M. (2008). Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile. *Emprendimiento e Innovación en Chile Una Tarea Pendiente*, 15-38.

- Mandakovic, V., y Serey, T. (2016). *Global entrepreneurship monitor: Reporte nacional de Chile 2016*. Universidad del Desarrollo.
- Ministerio de Economía, F. y T. (2012). *Alfabetización Financiera de los Emprendedores en Chile segunda encuesta de microemprendimiento 2011*. Unidad de Estudios.
- Ministerio de Economía, F. y T. (2016). *Informe de resultados: El microemprendedor en Chile cuarta encuesta de microemprendimiento 2015*. Unidad de Estudios.
- Ministerio de Economía, F. y T. (2017a). *Informe de resultados: Empresas en Chile cuarta encuesta longitudinal de empresas*. Unidad de Estudios.
- Ministerio de Economía, F. y T. (2017b). *Resultados Preliminares vi encuesta nacional sobre gasto y personal en i+d*. Unidad de Estudios.
- Ministerio de Economía, F. y T. (s.f.). *Fogain*. Descargado 2017-11-12, de <http://www.economia.gob.cl/portfolio-items/fogain#prettyPhoto>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383, 23–30.
- Mustakis, A. (2017). *Alejandra mustakis, la mujer que quiere hacer del emprendimiento el motor de la economía y una herramienta para luchar contra la desigualdad*. Descargado 2017-11-20, de <https://goo.gl/M9AekU>
- Naudé, W. (2013). Entrepreneurship and economic development: Theory, evidence and policy. *Discussion Paper No. 7507*.
- Osorio, F. F., y Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43).
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*(26), 94–119.
- Suseso. (s.f.). *Cajas de compensación*. Descargado 2017-11-12, de <http://www.suseso.cl/609/w3-propertyvalue-10334.html>
- Urbano, D., Pulido, D. U., y Garrido, N. T. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas* (Vol. 118). Editorial UOC.

7. Anexos

Anexo 1

Cuadro 14: Composición educacional de la muestra de emprendedores GEM 2016.

Porcentaje de la Muestra	Nivel Educativo
2 %	Primario incompleta
3 %	Primario completa
6 %	Secundario incompleto
24 %	Secundario completo
4 %	Formación técnica y/o profesional incompleta
17 %	Formación técnica y/o profesional
8 %	Formación universitaria incompleta
27 %	Formación universitaria completa
8 %	Postgrado

Fuente: Elaboración propia con datos de GEM-Reporte Nacional 2016.

Anexo 2

Los siguientes programas están orientados a apoyar micro, pequeñas y medianas empresas que no cuentan con las garantías suficientes para acceder a créditos de bancos e intermediarios financieros no bancarios, por medio del otorgamiento de garantías de carácter estatal:

- Fogain:** Fondo de Garantía para la Inversión y el Capital de Trabajo (Fogain) es un programa Corfo orientado a pequeñas y medianas empresas, con ventas hasta los 100.000 UF anual. Entrega garantías a personas naturales y jurídicas que no cuenten con garantías suficientes para acceder a financiamiento. La postulación se realiza por medio de las instituciones financieras que operan con esta garantía (Ministerio de Economía, s.f.).

Para más información visitar: www.goo.gl/fbjqiT

- **Pro Inversión:** Garantía Corfo Pro Inversión es un programa orientado a pequeñas y medianas empresas, funcionando como respaldo frente a bancos o otras instituciones financieras para facilitar el acceso a créditos o préstamos. La empresa debe tener ventas anuales hasta las 600.000 UF anuales. La postulación se realiza por medio de las instituciones financieras que operan con esta garantía (Corfo, 2016b).

Para más información visitar: www.goo.gl/X4YoDV

- **Crédito Corfo Mipymes:** Programa orientado al financiamiento de micro y pequeñas empresas que requieran financiar capital de trabajo, compra de activos o inversiones. Asigna un monto máximo de UF 5.000 a empresas que no tengan ventas anuales superiores a UF 25.000 anuales. La asignación se realiza por medio de intermediarios financieros no bancarios. De acuerdo a datos de Corfo, sólo la cooperativa de ahorro y crédito Oriencoop actualmente entrega este préstamo (Corfo, 2016a).

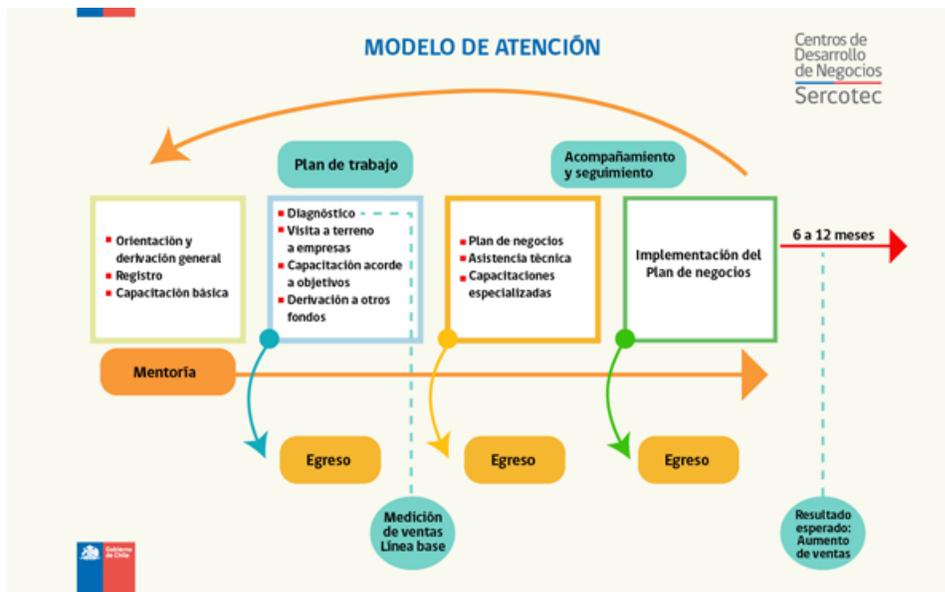
Para más información visitar: www.goo.gl/9UDnPJ

- **Fogape:** Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (Fogape), es un fondo estatal destinado a Micro/Pequeños Empresarios, Exportadores y Organizaciones de Pequeños empresarios que no cuentan con garantías suficientes, para presentar a las instituciones financieras en la solicitud de sus financiamientos. La empresa debe tener ventas anuales hasta las 25.000 UF anuales. La postulación se realiza por medio de las instituciones financieras que operan con esta garantía (FOGAPE, s.f.).

Para más información visitar: www.fogape.cl

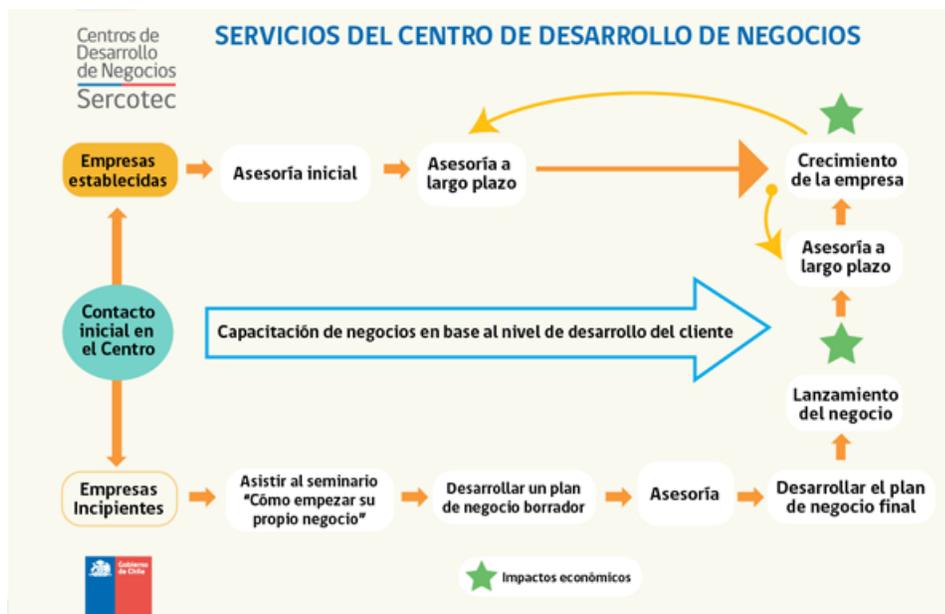
Anexo 3

- Modelo de Atención de los CDN



Fuente: Centros de Desarrollo de Negocios - www.centroschile.cl

- Servicios de los CDN



Fuente: Centros de Desarrollo de Negocios - www.centroschile.cl

Anexo 4

Cuadro 15: Datos disponibles recopilados a través de formulario D1.

Disponibilidad	Información
Todas	Estatus actual
	Estatus inicial
	Fecha de establecimiento
	Municipio
	Nivel de formalización
	Tamaño de la empresa
	Tipo de empresa
	Tipo de organización
	Género de propietario
	Ingresos brutos
	¿Participa en alguna asociación gremial?
	¿Negocio en línea?
	¿Ha sido beneficiado por SERCOTEC?
Emprendimiento	¿Cómo financiará principalmente este emprendimiento? *
	¿Se ha adjudicado con este emprendimiento algún fondo concursable?*
	En caso de responder si, indique en que institución(es)
Formalizada	¿Ha solicitado algún crédito o préstamo bancario para este negocio?
	En caso de responder no, indique el porqué
	En caso de responder si, indique como lo solicitó
	Principalmente, ¿Qué impide el crecimiento y desarrollo de este negocio? **

Elaborado a partir de las instrucciones de aplicación de formulario D1.

* Información disponible para parte de empresas formalizadas.

** Información no disponible para CDN San Bernardo.

Anexo 5: Caracterización clientes centro Estación Central

Cuadro 16: Financiamiento de puesta en marcha (EC).

Financiamiento	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
Recursos propios y/o de terceros	62	73,81 %	84	36,06 %
Créditos bancarios y/o comerciales	0	0 %	3	1,29 %
Tarjetas bancarias y/o comerciales	0	0 %	0	0 %
Línea de crédito	1	1,2 %	0	0 %
Créditos en Cooperativas y/o Caja de Compensación	0	0 %	0	0 %
Crédito en entidades sin fines de lucro	0	0 %	0	0 %
Programa estatal de fomento o relacionado	1	1,2 %	1	0,43 %
Otro	6	7,15 %	2	0,86 %
Sin información	14	16,67 %	143	61,38 %
Total	84	100 %	233	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 17: Adjudicación de fondos concursables (EC).

Fondo	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
No	79	94,05 %	226	97 %
Sí	5	5,96 %	7	3,01 %
Total	84	100 %	233	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 18: Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (EC).

Crédito	N	%
No	125	53,65 %
Sí	50	21,46 %
Sin información	58	24,9 %
Total	233	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 19: Razones por las que no han solicitado crédito (EC).

Razón	N	%
No lo ha necesitado	69	55,2 %
No sabe dónde acudir	4	3,2 %
Desconoce cómo solicitarlo	4	3,2 %
No le gusta pedir créditos o préstamos	15	12 %
No puede pagarlos	7	5,6 %
No cumple con los requisitos	19	15,2 %
No confía en las instituciones que entregan estos servicios	1	0,8 %
Otro	6	4,8 %
Total	125	100 %

Sólo incluye empresas que no han solicitado crédito.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 20: Cómo fueron solicitados los créditos (EC).

Solicitud	N	%
A título personal	34	68 %
A nombre de su negocio	14	28 %
Lo solicité, pero fue rechazado	2	4 %
No aceptó las condiciones	0	0 %
Otro	0	0 %
Total	50	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 21: Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (EC).

Razón	N	%
Situación personal y/o familiar	6	2,58 %
Por mi género	0	0 %
Por falta de clientela	65	27,9 %
Falta de insumos y/o materias primas	16	6,87 %
Falta de financiamiento para inversión	39	16,74 %
Por las regulaciones y normas	11	4,73 %
Por el pago de impuestos	3	1,29 %
Por la incertidumbre económica	3	1,29 %
Nada impide el crecimiento y desarrollo de mi negocio	17	7,3 %
Otros	15	6,44 %
Sin información	58	24,9 %
Total	233	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6: Caracterización clientes centro San Bernardo

Cuadro 22: Financiamiento de puesta en marcha (SB).

Financiamiento	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
Recursos propios y/o de terceros	63	39,88 %	58	12,22 %
Créditos bancarios y/o comerciales	2	1,27 %	1	0,22 %
Tarjetas bancarias y/o comerciales	0	0 %	0	0 %
Línea de crédito	0	0 %	0	0 %
Créditos en Cooperativas y/o Caja de Compensación	0	0 %	0	0 %
Crédito en entidades sin fines de lucro	0	0 %	0	0 %
Programa estatal de fomento o relacionado	5	3,17 %	0	0 %
Otro	0	0 %	0	0 %
Sin información	88	55,7 %	416	87,58 %
Total	158	100 %	475	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 23: Adjudicación de fondos concursables (SB).

Fondo	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
No	154	97,47 %	470	98,95 %
Sí	4	2,54 %	5	1,06 %
Total	158	100 %	475	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 24: Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (SB).

Crédito	N	%
No	100	21,06 %
Sí	49	10,32 %
Sin información	326	68,64 %
Total	475	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 25: Razones por las que no han solicitado crédito (SB).

Razón	N	%
No lo ha necesitado	54	54 %
No sabe dónde acudir	8	8 %
Desconoce cómo solicitarlo	12	12 %
No le gusta pedir créditos o préstamos	6	6 %
No puede pagarlos	2	2 %
No cumple con los requisitos	6	6 %
No confía en las instituciones que entregan estos servicios	1	1 %
Otro	7	7 %
Sin información	4	4 %
Total	100	100 %

Sólo incluye empresas que no han solicitado crédito.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 26: Cómo fueron solicitados los créditos (SB).

Solicitud	N	%
A título personal	32	65,31 %
A nombre de su negocio	15	30,62 %
Lo solicité, pero fue rechazado	0	0 %
No aceptó las condiciones	0	0 %
Otro	2	4,09 %
Total	49	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7: Caracterización clientes centro Maipú

Cuadro 27: Financiamiento de puesta en marcha (M).

Financiamiento	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
Recursos propios y/o de terceros	14	73,69 %	26	10,7 %
Créditos bancarios y/o comerciales	1	5,27 %	3	1,24 %
Tarjetas bancarias y/o comerciales	0	0 %	0	0 %
Línea de crédito	0	0 %	0	0 %
Créditos en Cooperativas y/o Caja de Compensación	0	0 %	0	0 %
Crédito en entidades sin fines de lucro	0	0 %	0	0 %
Programa estatal de fomento o relacionado	0	0 %	1	0,42 %
Otro	0	0 %	0	0 %
Sin información	4	21,06 %	213	87,66 %
Total	19	100 %	243	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 28: Adjudicación de fondos concursables (M).

Fondo	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
No	18	94,74 %	241	99,18 %
Sí	1	5,27 %	2	0,83 %
Total	19	100 %	243	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 29: Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (M).

Crédito	N	%
No	115	47,33 %
Sí	41	16,88 %
Sin información	87	35,81 %
Total	243	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 30: Razones por las que no han solicitado crédito (M).

Razón	N	%
No lo ha necesitado	47	40,87 %
No sabe dónde acudir	3	2,61 %
Desconoce cómo solicitarlo	6	5,22 %
No le gusta pedir créditos o préstamos	12	10,44 %
No puede pagarlos	4	3,48 %
No cumple con los requisitos	26	22,61 %
No confía en las instituciones que entregan estos servicios	1	0,87 %
Otro	6	5,22 %
Sin información	10	8,7 %
Total	115	100 %

Sólo incluye empresas que no han solicitado crédito.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 31: Cómo fueron solicitados los créditos (M).

Solicitud	N	%
A título personal	29	70,74 %
A nombre de su negocio	6	14,64 %
Lo solicité, pero fue rechazado	2	4,88 %
No aceptó las condiciones	1	2,44 %
Otro	3	7,32 %
Total	41	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 32: Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (M).

Razón	N	%
Situación personal y/o familiar	12	4,94 %
Por mi género	0	0 %
Por falta de clientela	59	24,28 %
Falta de insumos y/o materias primas	9	3,71 %
Falta de financiamiento para inversión	28	11,53 %
Por las regulaciones y normas	6	2,47 %
Por el pago de impuestos	3	1,24 %
Por la incertidumbre económica	1	0,42 %
Nada impide el crecimiento y desarrollo de mi negocio	22	9,06 %
Otros	19	7,82 %
Sin información	84	34,57 %
Total	243	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 8: Caracterización clientes centro Las Condes

Cuadro 33: Financiamiento de puesta en marcha (LC).

Financiamiento	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
Recursos propios y/o de terceros	29	70,74 %	9	4,57 %
Créditos bancarios y/o comerciales	2	4,88 %	1	0,51 %
Tarjetas bancarias y/o comerciales	0	0 %	0	0 %
Línea de crédito	0	0 %	0	0 %
Créditos en Cooperativas y/o Caja de Compensación	0	0 %	0	0 %
Crédito en entidades sin fines de lucro	0	0 %	0	0 %
Programa estatal de fomento o relacionado	0	0 %	2	1,02 %
Otro	1	2,44 %	0	0 %
Sin información	9	21,96 %	185	93,91 %
Total	41	100 %	197	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 34: Adjudicación de fondos concursables (LC).

Fondo	Emprendimiento		Formalizada	
	N	%	N	%
No	41	100 %	195	98,99 %
Sí	0	0 %	2	1,02 %
Total	41	100 %	197	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 35: Solicitud de crédito bancario, sólo empresas formalizadas (LC).

Crédito	N	%
No	112	56,86 %
Sí	42	21,32 %
Sin información	43	21,83 %
Total	197	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 36: Razones por las que no han solicitado crédito (LC).

Razón	N	%
No lo ha necesitado	35	31,25 %
No sabe dónde acudir	4	3,58 %
Desconoce cómo solicitarlo	8	7,15 %
No le gusta pedir créditos o préstamos	20	17,86 %
No puede pagarlos	11	9,83 %
No cumple con los requisitos	9	8,04 %
No confía en las instituciones que entregan estos servicios	0	0 %
Otro	10	8,93 %
Sin información	15	13,4 %
Total	112	100 %

Sólo incluye empresas que no han solicitado crédito.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 37: Cómo fueron solicitados los créditos (LC).

Solicitud	N	%
A título personal	20	47,62 %
A nombre de su negocio	15	35,72 %
Lo solicité, pero fue rechazado	2	4,77 %
No aceptó las condiciones	0	0 %
Otro/ s.i.	5	11,92 %
Total	42	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 38: Limitantes para el crecimiento o desarrollo del negocio (LC).

Razón	N	%
Situación personal y/o familiar	0	0 %
Por mi género	0	0 %
Por falta de clientela	55	27,92 %
Falta de insumos y/o materias primas	0	0 %
Falta de financiamiento para inversión	28	14,22 %
Por las regulaciones y normas	6	3,05 %
Por el pago de impuestos	0	0 %
Por la incertidumbre económica	7	3,56 %
Nada impide el crecimiento y desarrollo de mi negocio	44	22,34 %
Otros	12	6,1 %
Sin información	45	22,85 %
Total	197	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9

Cuadro 39: Clasificación de comunas del Gran Santiago según ingreso promedio del hogar.

Clasificación	Comuna	Ingreso Promedio
(1)	Vitacura	2.645.755
	Las Condes	2.268.546
	Ñuñoa	2.044.500
	Providencia	1.971.040
	La Reina	1.915.668
	Lo Barnechea	1.567.557
	Santiago	1.271.688
	San Miguel	1.028.130
(2)	Macul	970.585
	Quilicura	968.346
	Pirque	958.220
	La Cisterna	911.512
	San José de Maipo	848.595
	Maipú	848.134
	La Florida	836.063
	San Joaquín	767.902
	Cerrillos	691.690
	Quinta Normal	677.614
	Estación Central	638.296
	Lo Espejo	634.739
	Peñalolén	624.989
	El Bosque	623.741
	Renca	612.804
	Puente Alto	596.382
	Huechuraba	580.663
	Lo Prado	578.586
	Pedro Aguirre Cerda	555.474
	San Ramón	542.402
	La Pintana	537.521
	San Bernardo	532.073
Pudahuel	525.718	
Conchalí	517.688	
Cerro Navia	506.179	
(3)	Independencia	493.938
	La Granja	475.140
	Padre Hurtado	453.634
	Recoleta	439.733

