

UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS

ESCUELA DE PREGRADO

MEMORIA DE TÍTULO

**DEFINICIÓN DE PERFILES BASADOS EN ACTITUDES HACIA LOS
PROGRAMAS DE APOYO PÚBLICO DE LOS MICROEMPRESARIOS
RURALES DE LA COMUNA DE CAUQUENES, REGIÓN DEL
MAULE**

GONZALO ANDRÉS MARCOS CUBILLOS

Santiago, CHILE

2014

UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS

ESCUELA DE PREGRADO

MEMORIA DE TÍTULO

DEFINICIÓN DE PERFILES BASADOS EN ACTITUDES HACIA LOS PROGRAMAS DE APOYO PÚBLICO DE LOS MICROEMPRESARIOS RURALES DE LA COMUNA DE CAUQUENES, REGIÓN DEL MAULE.

PROFILE DEFINITION BASED ON ATTITUDES TOWARD PUBLIC SUPPORT PROGRAMS FOR RURAL MICROCOMPANIES OF THE DISTRICT OF CAUQUENES, MAULE REGION.

GONZALO ANDRÉS MARCOS CUBILLOS

Santiago, CHILE
2014

UNIVERSIDAD DE CHILE

FACULTAD DE CIENCIAS AGRONÓMICAS

ESCUELA DE PREGRADO

Definición de perfiles basados en actitudes hacia los programas de apoyo público de los microempresarios rurales de la comuna de Cauquenes, Región del Maule.

Memoria para optar al título profesional de
Ingeniero Agrónomo

GONZALO ANDRÉS MARCOS CUBILLOS

| | Calificaciones |
|--|----------------|
| Profesores Guías | |
| Sra. Sofía Boza M. Ingeniero Comercial, Dra. | 6,0 |
| Sra. Maruja Cortés B. Ingeniero Agrónomo, Dra. | 6,0 |
| Profesores Evaluadores | |
| Sr. Jaime Rodríguez M. Ingeniero Agrónomo, MSc. | 5,5 |
| Sra. Loreto Prat R. Ingeniero Agrónomo, MSc. | 7,0 |

Santiago, CHILE
2014

A mis padres, Abuelos y tíos por estar siempre a mi lado.
A mis grandes amigos Rodrigo, Patricio, Pablo, Andrea, Daniela y Lucía por ser mi apoyo,
compañeros y amigos en todo este largo camino.

AGRADECIMIENTOS

Al Departamento de Economía Agraria de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile. En particular a mis profesoras guía Sofía Boza y Maruja Cortés, por su colaboración y compromiso con el desarrollo de la memoria de título, sin ustedes jamás lo hubiese logrado. Al profesor Marcos Mora por su preocupación constante, múltiples consejos y el gran apoyo brindado durante mi formación académica. A Claudia Olgún por el apoyo y la ayuda administrativa brindados.

A la Ilustre Municipalidad de Cauquenes, al alcalde Juan Carlos Muñoz N., por permitir el acceso a la información y facilitar la colaboración de los departamentos y funcionarios municipales en este proceso de investigación. A Andrés Barra del Departamento de Desarrollo Rural, por el tiempo dedicado y ayuda en la búsqueda de información.

A la Dra. Ximena Cubillos por el apoyo moral, infraestructura y gestión que nos proporcionó durante el transcurso de la investigación.

A “Construyendo Mis Sueños” de la Universidad de Chile, pues sin su gestión no podría haber realizado esta investigación.

A todos y a todas quienes de forma anónima colaboraron con su tiempo, ideas, comentarios y opiniones que enriquecieron los resultados de esta investigación.

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 1 |
| PALABRAS CLAVES | 1 |
| ABSTRACT | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| MATERIALES Y MÉTODOS | 5 |
| Materiales..... | 5 |
| Metodología | 5 |
| RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 9 |
| Importancia de la Microempresa | 9 |
| Líneas de apoyo a las microempresas en Chile | 10 |
| a) Instrumentos para el emprendimiento y la innovación | 10 |
| b) Instrumentos de calidad y productividad | 10 |
| c) Instrumentos de Financiamiento | 11 |
| d) Instrumentos de Desarrollo Territorial | 11 |
| Líneas de apoyo de INDAP | 12 |
| a) Desarrollo en innovación | 12 |
| b) Desarrollo de capital humano | 12 |
| c) Acceso a capital | 13 |
| d) Apoyo al desarrollo de la cadena productiva y comercial | 14 |
| Breve caracterización del área de estudio | 15 |
| Caracterización de los microempresario encuestados..... | 16 |
| a) Datos socioeconómicos y de la unidad de producción | 16 |
| b) Capacidades técnicas y acceso a tecnologías de la información | 23 |
| c) Nivel de innovación | 24 |
| Análisis de actitudes frente a los programas de apoyo | 28 |
| Segmentación de Microempresarios | 32 |

| | |
|---|----|
| Reflexiones finales y recomendaciones | 36 |
| ANEXOS | 40 |
| BIBLIOGRAFÍA | 51 |

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito identificar las actitudes de los beneficiarios de los programas de apoyo público dirigidas a microempresarios rurales en la comuna de Cauquenes, Región del Maule, Chile. Para ello, se llevó a cabo una encuesta a 126 de estos empresarios, los cuales participan de un programa de apoyo coordinado por la I. Municipalidad de Cauquenes junto con el Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP). Dicha encuesta se centró en los siguientes temas: a) identificación del productor y sus hogares, b) caracterización del sistema productivo, c) ingresos agrícolas y no agrícolas, d) participación en redes sociales, e) manejos sustentables de sus recursos productivos, f) actividades de innovación, g) participación en otros programas públicos, y h) actitudes hacia los programas públicos. A los datos emanados de lo anterior se les aplicó en primer lugar un análisis descriptivo para obtener una caracterización de los encuestados. Tras ello se revisaron en mayor profundidad las respuestas a las afirmaciones contenidas en el punto h, para posteriormente aplicar un análisis de conglomerados no jerárquico con el fin de determinar perfiles. Mediante lo anterior se identificó la existencia de dos grupos de empresarios, según su actitud hacia los programas de apoyo público, los cuales se denominaron: “tradicionales” (30,15%) e “innovadores-informados” (69,84%) que se diferencian principalmente por sus actitudes sobre asociatividad, objetivos sobre capacitación, requisitos de acceso a programas públicos, el apoyo brindado por el sector público, entre otros. Finalmente, se establecieron una serie de recomendaciones en base a los resultados obtenidos, por ejemplo la necesidad de hacer más accesible la información a los programas públicos, asociativismo, colaboración entre distintas organizaciones, uso de TIC’s, entre otros.

PALABRAS CLAVES

Programas de apoyo público, microempresa rural, desarrollo comunal, Cauquenes.

ABSTRACT

This research aims to identify the attitudes of beneficiaries of public support programs, aimed at rural micro entrepreneurs in the commune of Cauquenes, Maule Region, Chile. For this purpose, a survey was conducted of 126 of these micro entrepreneurs, which participate in a support program coordinated by the Municipality of Cauquenes together with the Institute of Agricultural Development (INDAP). The survey focused on the following topics: a) identification of the producer and their homes, b) characterization of the productive system, c) farm and non-farm income, d) participation in social networks, e) sustainable handling of productive resources, f) innovation activities, g) participation in other public programs, and h) attitudes toward public programs. The data emanating from the above, was applied a descriptive analysis in first place, to obtain a characterization of respondents. After it is review in greater depth responses to the statements contained in paragraph h), later to apply a non-hierarchical cluster analysis in order to determine profiles. The above identify the existence of two groups of entrepreneurs, according to their attitudes towards public support programs, identified like "traditional" (30.15%) and "innovative-informed" (69.84%) which are principally differentiated by their attitudes about partnerships, training targets, requirements for access to public programs, the support provided by the public sector, among others. Finally, a number of recommendations were established based on the results obtained, for example, the need to make the information of public programs more easy to the micro entrepreneurs, associative, collaboration between different government organizations, use of ICT, among others.

KEYWORDS

Support programs for rural microenterprise, community development, Cauquenes.

INTRODUCCIÓN

Chile se potencia como una economía en desarrollo con altos índices de crecimiento (OCDE, 2010), donde las micro y pequeñas empresas constituyen un componente fundamental para dicho crecimiento, creación de empleos y reducción de la pobreza (Goldmark, 2001). De hecho, gran parte de la creación de empleos y de la actividad económica nacional, tiene lugar en estas empresas, sobre las cuales existe escasa información oficial disponible. En este sentido, según Oyarzún y Moreira (2009) las microempresas se definen como unidades económicas que pretenden conseguir niveles aceptables de producción y bienestar en la economía campesina, lograr la creación de nuevos núcleos para construir y desarrollar un mercado interno sólido y diversificado, conservar los recursos naturales y crear sistemas políticos para el desarrollo local y regional. No obstante, en la realidad mantener una micro o pequeña empresa en el tiempo, desarrollarla en sus aspectos de organización y hacerla crecer en el mercado, requiere de capacidades empresariales, como también de un adecuado ambiente de negocios que haga fructificar dichos esfuerzos (INDAP, 2007).

En Sudamérica existen distintas formas para determinar o caracterizar a las empresas; los indicadores más usados son las ventas anuales netas, el número de trabajadores, la infraestructura y la tecnología aplicada, entre otras (González, 2005). En Chile las instituciones que realizan fomento productivo, dependientes del Ministerio de Economía (MINECON), focalizan sus actividades utilizando, principalmente, dos criterios de segmentación, a saber: volúmenes de venta anuales que factura cada empresa, es decir, de 0 a 2.400 UF son microempresas, de 2.400 a 25.000 UF son pequeñas empresas, de 25.000 a 100.000 UF mediana empresas y más de 100.000 gran empresa; y en una menor medida el empleo generado por éstas. Esta estrategia ordena la acción de sus instituciones y programas a partir de los requerimientos específicos de cada segmento.

Bajo estos criterios, en Chile existen del orden de 700.000 unidades empresariales, de las cuales las microempresas representan más de un 80%. Esto deja de manifiesto el ya señalado importante aporte en actividad y demanda de mano de obra que éstas generan (SERCOTEC, 2003).

En el sector agropecuario, desde una mirada de negocios, las microempresas carecen de las herramientas y conocimientos de gestión necesarios para su funcionamiento eficiente debido al poco conocimiento que tienen estas sobre el mercado, costos asociados a sus emprendimientos, avances tecnológicos, entre otros. Tampoco existe una herramienta sistematizada que logre evaluar su situación actual, ya que las instituciones agrícolas vinculadas a acciones de fomento productivo no segmentan ni focalizan su intervención correctamente, utilizando los criterios anteriormente descritos, los cuales en algunos casos no se adaptan a los marcos normativos con los cuales operan dichas instituciones (MINAGRI, 2006).

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo aplicar una metodología de análisis estadístico que busque definir los intereses que los microempresarios tienen con respecto al apoyo público a fin de contribuir al análisis de si las políticas públicas se adecuan o no a lo que ellos buscan.

Con el fin de concretar dicho propósito, nace la preocupación de poder estudiar lo señalado en una comuna concreta, específicamente la de Cauquenes, Región del Maule. La focalización en dicha comuna deriva de que ésta presenta altos niveles de analfabetismo (MIDEPLAN, 2006), degradación de suelos (Pino, 2012) y fue golpeada fuertemente por el terremoto del veintisiete de febrero del 2010 (USGS, 2012). Además, la Región del Maule, tiene cerca de 18.884 explotaciones agrícolas, lo cual corresponde al 20,87% del total de las presentes en el país, conformadas exclusivamente por micro y pequeñas empresas, de las cuales el 4,25% están concentradas en la comuna de Cauquenes (Biblioteca del Congreso Nacional, 2013)

Finalmente, es importante mencionar que esta memoria se engloba dentro de un proyecto más amplio, denominado “*Microemprendimiento en la realidad del campo chileno*” (Premio Azul, Universidad de Chile) donde se busca la asociación y capacitación en temas de agronegocios y habilidades blandas de 900 microempresarios de la comuna de Cauquenes, mediante lo cual como última instancia se contribuya con el desarrollo endógeno de la región.

Objetivo General

Definir y caracterizar las diferentes actitudes hacia los programas de apoyo público de los microempresarios rurales de la comuna de Cauquenes, Región del Maule, entendiéndose como actitudes la opinión y expectativa de los microempresarios hacia los programas de política pública.

Objetivos Específicos:

- Realizar un análisis descriptivo de los microempresarios rurales de la comuna de Cauquenes
- Identificar las opiniones por parte de los microempresarios hacia las políticas de apoyo de las cuales son beneficiarios.
- Construir grupos homogéneos basados principalmente en las actitudes hacia los programas públicos.
- Plantear las recomendaciones de políticas públicas adecuadas a los resultados obtenidos

MATERIALES Y MÉTODOS

Lugar del estudio

Esta memoria se realizó en la comuna de Cauquenes, perteneciente a la provincia de Cauquenes de la Región del Maule, Chile y en el Departamento de Economía Agraria, de la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile.

El universo de análisis para este estudio se centra en los microempresarios adscritos al programa del Departamento de Desarrollo Rural de la Ilustre Municipalidad de Cauquenes, que reciben apoyo de ésta y llevan en él, a lo menos, 4 años. En este contexto, el total es de 900 microempresarios, definidos bajo el concepto de microempresarios del MINECON, el cual se caracterizan por ser empresarios con ingresos menores o iguales a 2.400 UF.

Materiales

En primer lugar se obtuvo información primaria mediante la realización de encuestas presenciales a la población de estudio. Por otra parte, para la obtención de información secundaria se recurrió a repositorios a nivel nacional e internacional, entre ellos destacan: catálogo Bello de la Universidad de Chile, catálogo de la Biblioteca de FLACSO-Chile, biblioteca científica SCIELO-Chile, biblioteca digital CEPAL, biblioteca digital FAO y buscador académico “Scholar” de Google.

Metodología

En primer lugar se describe en mayor profundidad la metodología utilizada para el levantamiento de información primaria:

Características de la encuesta

Se confeccionó una encuesta que incluyó una breve presentación del equipo investigador, objetivos de la investigación y el cuestionario, el cual se conformó por un 100% de

preguntas cerradas relativas a: caracterización de los encuestados, aspectos sociodemográficos, visión general de sus microempresas y batería de afirmaciones sobre programas de apoyo público (Ver apéndice I).

De manera más específica, las dimensiones consultadas fueron:

- Identificación del productor y sus hogares
- Caracterización del sistema productivo
- Ingresos agrícolas y no agrícolas
- Participación en redes sociales
- Manejos sustentables de sus recursos productivos
- Actividades de innovación
- Participación en otros programas públicos
- Actitudes hacia los programas públicos
- Otros

El tipo de cuestionario utilizado permitió centrar con mayor precisión al entrevistado en aquellos aspectos que posibilitaron el logro de los objetivos. Para ello se diseñaron cuidadosamente las preguntas, de tal forma minimizar los matices en las mismas.

Las encuestas fueron levantadas en un plazo de seis meses, para ello se utilizaron diversos mecanismos, pero en todo caso en forma presencial.

El levantamiento presencial se realizó por medio de:

- Encuestas autorizadas por la Municipalidad de Cauquenes durante las reuniones del programa “*Microemprendimiento en la realidad del campo chileno*”.
- Visitas a terreno, a través de la comuna de Cauquenes, a beneficiarios del programa de dicho servicio en la zona rural.
- Encuestas en hogares y/o en la feria agrícola de la ciudad de Cauquenes.

Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se definió mediante Muestreo Aleatorio Simple para poblaciones finitas, dando como resultado un tamaño muestral aproximado de 126 microempresarios a encuestar, considerando un 95% de confianza en la distribución del universo muestral, una varianza poblacional de 25% y un error muestral del 8%.

Una vez señalado lo anterior, a continuación se describe la metodología utilizada para la realización de cada objetivo de la investigación.

Objetivo específico 1: Realizar un análisis descriptivo de los productores de la comuna de Cauquenes.

Una vez se tuvieron los resultados de la encuesta, se realizó un análisis descriptivo de los datos generados mediante un análisis de frecuencias, medidas de tendencia central y correlaciones. Esto se consolidó en distintos cuadros y figuras.

Objetivo específico 2: Identificar las opiniones por parte de los microempresarios hacia las políticas de apoyo de las cuales son beneficiarios.

Para la identificación de los posibles elementos de interés y opiniones atribuibles a los microempresarios, se procedió a describir las actitudes y visión de los beneficiarios de la Comuna de Cauquenes hacia los programas de política pública, mediante un análisis de tipo exploratorio. Dicho análisis fue aplicado sobre los resultados de las afirmaciones contenidas en la parte final de la encuesta aplicada.

Objetivo específico 3: Construir grupos homogéneos basados principalmente en las actitudes hacia los programas públicos.

Una vez realizado lo anterior, para la construcción de grupos homogéneos respecto a las actitudes hacia los programas públicos se llevó a cabo un análisis cluster o de conglomerados no jerárquicos. Las técnicas no jerárquicas, parten de un número de grupos establecido por el investigador y van conteniendo a los sujetos según una determinada medida de similitud o distancia (Vidal, 1998).

Esta clusterización se realizó siguiendo el método de Ward, quien sugirió un procedimiento general de aglomeración de clúster jerárquico donde el criterio para la elección del par de clusters a mezclar en cada paso es basado en el valor óptimo de una función objetivo. Esta función objetivo podría ser cualquier función que refleje el propósito del investigador. Muchos de los procedimientos estándares de agrupamiento son contenidos en esta clase general. Para ilustrar el procedimiento, Ward usó el ejemplo donde la función objetivo es el error de la suma de los cuadrados, el cual es conocido por Método de Ward o, más preciso, como el método de varianza mínima de Ward (Ward, 1963).

En este contexto, se aplicó además un análisis de varianza (ANDEVA), el cual consiste en una prueba estadística para evaluar el efecto de dos o más variables independientes sobre una variable dependiente (Hernández *et al*, 1998).

Asimismo, una vez que se determinó que existían diferencias entre las medias con el ANDEVA, se realizó un Test de Tukey en las variables continuas, el cual utiliza el estadístico del rango estandarizado para realizar todas las comparaciones por pares entre los grupos. Con ello, establece tanto la tasa de error por experimento como la tasa de error para el conjunto de todas las comparaciones por pares.

Por su parte, para el análisis de las variables discretas (o categóricas) se utilizaron tablas de contingencia y test chi-cuadrado (Hernández *et al*, 1998).

Objetivo específico 4: Plantear las recomendaciones de políticas públicas adecuadas a los resultados obtenidos

Una vez caracterizados los grupos y desarrollados los perfiles, estos se analizaron para generar comentarios, sugerencias y recomendaciones con el fin de contribuir al perfeccionamiento del programa en la comuna, considerando los requerimientos de los usuarios y el marco normativo de la iniciativa en análisis.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Importancia de la Microempresa

Las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen un sector de especial importancia en prácticamente todos los países – aunque ésta varía según el grado de desarrollo - por su contribución a la producción, su aporte a la generación de empleos y a una mayor igualdad en la distribución de ingresos, conjuntamente con su papel en el incremento de la competencia en los mercados (INDAP, 2007).

Las PYMES contribuyen también a la innovación, la transferencia de tecnología y directa o indirectamente a las exportaciones (INDAP, 2012). Además son una fuente importante de ingresos y empleos de la clase media, un grupo estabilizador en cualquier sociedad. Sin embargo, estas empresas sufren desventajas respecto de las empresas grandes en cuanto a acceso a mercados, créditos, tecnologías y otras dimensiones importantes para su funcionamiento (Aedo, 2011).

Según CIGLOB, 2007, los países desarrollados, implementan políticas de fomento a las PYMES, mediante un sólido apoyo institucional, legislativo y en especial político de alto nivel. A nivel de instrumentos, los gobiernos usan, generalmente, una amplia batería de políticas tributarias, de capacitación y de financiamiento, entre otros. En este contexto, destacan las compras públicas orientadas a las microempresas y PYMES, además del apoyo a pequeñas empresas en grupos vulnerables como mujeres y minorías étnicas. Otro ejemplo es la inclusión en una estrategia basada en la “economía del conocimiento” de las microempresas y PYMES como se da en Escocia o en el País Vasco.

Específicamente en Chile, los programas de fomento del Estado están radicadas en tres instituciones principalmente: SERCOTEC, INDAP y CORFO. De estos tres la que se enfoca específicamente en el sector rural es el Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP (Aedo, 2011). Los programas de INDAP tienen por objetivo la provisión del capital físico requerido para mejorar y/o ampliar la competitividad de los emprendimientos productivos de los usuarios con orientación comercial y de aquellos que presentan vulnerabilidad social (INDAP, 2012).

Líneas de apoyo a las microempresas en Chile

El Estado de Chile ha generado una gran batería de programas para fomentar, legalizar y modernizar la gestión de las Micro y Pequeñas Empresas (en adelante, MIPYMES). Dichos programas se detallan a continuación según sus objetivos.

a) Instrumentos para el emprendimiento y la innovación

Un buen ejemplo son las incubadoras de negocios desarrolladas por CORFO, en conjunto con los Fondos de Desarrollo Institucional (FDI). Las incubadoras de negocios son entidades con las capacidades necesarias para acoger iniciativas de emprendimiento en sus estados iniciales, de forma de apoyar el proceso de definiciones básicas para la formación de una empresa innovadora con el financiamiento parcial de hasta un 50% de su innovación tecnológica.

Las incubadoras apoyadas por el FDI para su creación deben estar vinculadas a universidades, entidad tecnológica dependiente de universidades con personalidad jurídica propia, institutos profesionales o centros de formación técnica.

Lo anterior se lleva a cabo mediante los programas: apoyo a incubadoras de negocios y apoyo a proyectos de innovación tecnológica.

b) Instrumentos de calidad y productividad

Estos programas están orientados a la generación de aportes no reembolsables por CORFO que cubren parte del costo de una asesoría especializada, generación de asociatividad entre empresas, transferencia tecnológica, entrenamiento y/o levantamiento de información, contratadas con el fin de mejorar la gestión de las microempresas. Las consultorías pueden ser en áreas tales como formación empresarial, finanzas, diseño, procesos productivos, comercialización, marketing y planificación estratégica, entre otras.

Los programas de calidad y productividad pueden ser utilizados en dos modalidades:

- Individual: Son programas enfocados a una empresa en un ámbito de gestión específico, sobre la base de un diagnóstico.
- Colectiva: Son programas enfocados a un grupo de al menos tres empresas, sectorial o temáticamente afines, sobre la base de una caracterización de las mismas y una evaluación de la pertinencia del proyecto colectivo.

Los programas que actualmente existen en esta línea de trabajo son los siguientes:

- Fondo de Asistencia Técnica (FAT)
- Programa de Apoyo a la Gestión (PAG)
- Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)
- Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP)
- Programa Territorial Integrado (PTI)
- Programa de Proyectos de Preinversión
- Fondo de Desarrollo y Modernización de Microempresa

c) Instrumentos de Financiamiento

Estos programas están enfocados a la generación de créditos para la microempresa. Dichos créditos, entregados por instituciones como INDAP, CORFO y Banco Estado, entre otras, sirven para cubrir distintas necesidades de las microempresas como inversión en equipos, capital de trabajo, compra de bienes y servicios, etc.

Los programas que actualmente existen en esta línea de trabajo son los siguientes:

- Crédito CORFO Inversión
- Leasing Pyme
- Microcrédito
- FOGAPE
- Servicios Financieros INDAP

d) Instrumentos de Desarrollo Territorial

Estos programas están enfocados al desarrollo regional del país, aumentando la competitividad de sus empresas. Estos programas funcionan mediante la capacitación ocupacional directa y/o incentivos tributarios para la capacitación del personal de las microempresas a través del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.

Los programas que actualmente existen en esta línea de trabajo son los siguientes:

- TodoChile, Programa de Promoción y Atracción de Inversiones a Regiones.
- Capacitación Sence

Una vez presentados los distintos programas de fomento que posee el Estado a nivel general, y debido a que los microempresarios encuestados pertenecen al programa alianza Municipalidad de Cauquenes-INDAP, se detallarán las distintas líneas de apoyo que posee INDAP para sus microempresarios.

Líneas de apoyo de INDAP

a) Desarrollo en innovación

Los programas de innovación tienen como eje estratégico la búsqueda de una mayor eficiencia productiva. Esto dado que según INDAP (2012) “los pequeños predios pueden mejorar sus rendimientos si poseen una adecuada tecnología que sumada al trabajo de los agricultores, logra resultados óptimos, redundando en una mejor calidad de vida”. Es por ello que INDAP se ha propuesto mecanizar y recuperar maquinaria productiva que pueda apoyar estos procesos, además de incorporar tecnologías adecuadas a la labor de la agricultura familiar, sumando a estos esfuerzos capacitación y apoyo permanente.

En esta línea se orientan además esfuerzos para la mejora de los sistemas de riego y para la recuperación de suelos.

Los programas que siguen la línea de innovación son:

- Bono Legal de agua
- Estudios de Riego y Drenaje
- Riego Asociativo
- Desarrollo de inversiones (PDI)
- Recuperación de suelos degradados (SIRDS)

b) Desarrollo de capital humano

Estos programas consideran que el capital humano en el sector de la agricultura familiar se encuentra rezagado frente a la agricultura de mayor dimensión. Por lo mismo INDAP entrega elementos para el desarrollo de capital humano, a través de la ampliación de sus competencias en los ámbitos productivos, de gestión, de comercialización y organización, que permitirán (según el segmento respectivo de los microempresarios) alcanzar estándares de desempeño en sus emprendimientos, más acordes a los parámetros de competitividad de mercado, así como una mayor sustentabilidad en su actividad productiva.

Para ello, INDAP implementa una batería de instrumentos de fomento productivo específicos, y establece alianzas estratégicas con una serie de actores relevantes: gobiernos regionales, municipios, agroindustrias, fundaciones como PRODEMU, universidades, organismos o instituciones internacionales, entre otros (INDAP, 2011).

Dentro de este tipo de iniciativas encontramos:

- Asesorías técnicas (SAT)
- Centros de gestión
- Desarrollo local (PRODESAL)
- Grupos de transferencia tecnológica (GTT)
- Profesionalización campesina (con SENCE)
- Capacitación de mujeres campesinas (con PRODEMU)
- Redes por rubros
- Programa Orígenes (con CONADI)
- Programa de desarrollo organizaciones de representación (PRODES)

c) Acceso a capital

Si bien, según el Banco Central de Chile, 2012 en Chile existe un mercado financiero y de capitales sólido, a la fecha no ha logrado establecer una mayor integración con el sector agrícola (especialmente con los pequeños y medianos empresarios agrícolas), quienes deben recurrir en una importante medida en busca de financiamiento a empresas y organizaciones no bancarias, tales como agroindustrias, proveedores o distribuidores de insumos, exportadoras y/o cooperativas.

En este sentido el financiamiento agrícola está sujeto a tres factores fundamentales:

- El riesgo implícito de la agricultura, por la incertidumbre respecto al rendimiento de las cosechas, al precio de los productos y a pérdidas por desastres naturales.
- La existencia de una información imperfecta sobre mercados e historial crediticio.
- Elevados costos de transacción debido a limitaciones de infraestructura física, por el marco legal regulatorio y en el ámbito institucional.

Es así como surge la necesidad de que INDAP asegure el acceso al financiamiento a la agricultura familiar. En este sentido, INDAP apoya los proyectos de sus beneficiarios, financiando de forma parcial o total los recursos para el fomento y/o desarrollo de actividades productivas, comerciales y de servicios, que demuestren ser económica y financieramente convenientes de ejecutar (INDAP, 2011)

Dependiendo de su objetivo y plazo, los préstamos que entrega INDAP se pueden desagregar en:

- Préstamos de corto plazo, destinados a financiar fundamentalmente el capital de trabajo.
- Préstamos de largo plazo, destinados a financiar fundamentalmente inversiones en activos fijos.

A su vez, INDAP profundiza la articulación de sus beneficiarios con fuentes alternativas de financiamiento, internalizando parte de los costos de transacción del proceso de otorgamiento de crédito; como también incentivando el aseguramiento de la producción, a través del “seguro agrícola”, permitiéndoles así a los microempresarios gestionar el impacto negativo de los fenómenos climáticos sobre el rendimiento de sus cultivos y con ellos de sus ingresos (INDAP, 2011).

d) Apoyo al desarrollo de la cadena productiva y comercial

Además de lo señalado anteriormente, otra de las metas que considera INDAP como importante es el encadenamiento productivo y comercial de la agricultura, mediante el cual se plantea la generación de espacios donde una parte de los pequeños productores se transformen en proveedores continuos de las demandas de la agroindustria nacional, aprovechando así, en su conjunto, las perspectivas del sector y/o enfrentando la inestabilidad que pueda acarrear la dinámica económica mundial.

La amplia gama de aspectos a los que debe atenderse la estrategia de INDAP para el trabajo con la agricultura familiar, se transforma en una característica indiscutible del segmento, siendo múltiples las variables que influyen en su desarrollo (clima, agua, volatilidad de precios, características de la demanda, distribución territorial, etc.), siendo en todo caso el objetivo final la sustentabilidad de los emprendimientos. Esto involucra una mirada constante al mercado agropecuario y alimentario, lo cual permitirá la generación de las condiciones necesarias para la incorporación de la agricultura familiar en los mercados tanto nacionales como internacionales.

Para obtener un óptimo desarrollo de encadenamientos productivos es necesario una asistencia técnica de primer nivel, constante y focalizada tanto en las necesidades del agricultor como en las perspectivas del mercado. Es así como se define que las alianzas productivas y comerciales son el resultado de una intervención sistemática previa, en donde el trabajo del agricultor, sumado a los distintos apoyos de INDAP, genera posibilidades reales de sustentabilidad (INDAP, 2011)

Este tipo de programas se dividen específicamente en:

- Alianzas productivas
- Expo mundo rural
- Turismo rural

Una vez realizada la contextualización anterior referente a las políticas de apoyo a la microempresa, a continuación se presentarán los principales resultados de la encuesta realizada en la comuna de Cauquenes, la cual como ya se ha señalado es la herramienta central de recopilación de información en la presente investigación.

Breve caracterización del área de estudio

La comuna de Cauquenes, ubicada en la provincia de Cauquenes, Región del Maule, tiene una población total de 42.953 habitantes, equivalente al 4,19% del total de la población regional y a un 0,24% de la población del país. De ellos, 20.893 son hombres y 22.060 son mujeres. Por otra parte, la población señalada se puede considerar como relativamente envejecida, ya que el 38,48% tiene más de 46 años de edad, con un índice de adultos mayores de 64,61; lo cual es alto si consideramos que a nivel regional éste es de 45,44 y a nivel país de 43,70. Estos datos sugieren que los jóvenes han migrado a las principales ciudades regionales o del país. (Biblioteca del congreso, 2013)

Actualmente el 24% de la población de Cauquenes está catalogada como pobre (indigente y no indigente) según la encuesta CASEN del 2011, suponiendo esto el 3,8% de la pobreza regional, la cual alcanza el 16,19%. Esto puede tener relación con que el 44,16% de los hogares de Cauquenes tiene como jefe a una mujer, con un ingreso autónomo promedio de 412.833 pesos, en contraste con los 782.953 pesos del país.

Con respecto a los servicios educacionales, la comuna de Cauquenes tiene aproximadamente 35 establecimientos educacionales públicos y 10 establecimientos particulares subvencionados, con puntajes promedios PSU de 439 y 458 respectivamente, además de presentar un promedio de 8,8 años de escolaridad. En el total de la población de Cauquenes el 24,09% de sus habitantes tiene un nivel educacional básico incompleto, correspondiendo al 5,6% del cómputo regional.

En este contexto, según las últimas cifras generadas por la Biblioteca del Congreso Nacional, en Cauquenes el número total de empresas censadas al año 2011 es de 2.482, siendo 2.140 microempresas, 340 pequeñas y medianas, y solamente dos grandes empresas. De las microempresas mencionadas, 804 corresponden al rubro agrícola, pesquero y artesanal, las cuales generan un total de 2.128 puestos de trabajo a nivel comunal, con alrededor de 128.000 hectáreas explotadas, correspondientes al 67% de la superficie productiva total de la comuna.

Por otro lado, se debe considerar en que entre los años 2009 y 2013, a pesar de haberse experimentado un aumento del 24% en el número de pequeñas y medianas empresas en la comuna, se ha generado una disminución en el número de trabajadores en las actividades dentro del rubro agrícola, pesquero y artesanal. De la información anterior, se puede suponer que de no realizarse ninguna intervención de fomento, las actividades como la artesanía y el sentido de identidad, tradición y cultura que ésta conlleva, peligran su permanencia en el tiempo, ya que sin el incentivo para mantener estas actividades, junto con la migración de los jóvenes de las zonas rurales a la ciudad, lo que hace peligrar el recambio generacional provocaría una incertidumbre sobre el futuro de estas áreas.

Caracterización de los microempresarios encuestados

a) Datos socioeconómicos y de la unidad de producción

Todos los empresarios encuestados viven en la provincia de Cauquenes, resultando que el 90,5% tiene establecido su emprendimiento en la comuna de Cauquenes y sólo un 9,6% de la muestra lo desarrolla en otra comuna (Parral, Chanco, Pelluhue, etc.).

Por otra parte, se observa que el promedio de edad de los microempresarios es de 54,1 años, teniendo el más joven 18 años y los mayores de 88 años de edad. Esto sugiere nuevamente el relativo envejecimiento de la población rural en Chile, explicado por SERCOTEC, 2010 como resultado de la migración campo-ciudad especialmente de jóvenes, buscando mayores oportunidades.

Asimismo, en lo que respecta al nivel educacional, aproximadamente un 73% de los encuestados sólo tiene educación básica, en contraste con un 19,8% que posee educación media completa, siendo de hecho un 7,9% del total analfabetos. Por su parte, sólo un 7,2% de los encuestados tiene estudios de nivel profesional o técnico. Los datos anteriores son coincidentes con lo señalado por MIDEPLAN (2006) en lo que respecta al relativamente bajo nivel educacional formal que tiene la población en comunidades rurales. De igual modo, considerando específicamente la encuesta CASEN del año 201, se ve que la población rural aún en estos días sostiene una alta deserción escolar y un bajo nivel educacional. En muchos casos esto podría deberse a la falta de conectividad, o a la necesidad de generar ingresos extras para el sustento familiar. En este sentido, entre los encuestados el 67,5% no había finalizado sus estudios.

No obstante, en contraste, al menos los bajos niveles de analfabetismo entre los encuestados se pueden desprender del esfuerzo que ha hecho el Estado para acercar la educación formal a la población rural (MIDEPLAN, 2006), en conjunto también con

políticas implementadas recientemente como cuarto medio obligatorio, kínder obligatorio, programas educativos para adultos, etc.

Al preguntarles a los microempresarios si están cursando estudios actualmente, la respuesta fue categóricamente que no (100%), lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Valenzuela *et al.* (2006) en entornos urbanos, en los cuales los microempresarios sin importa la edad continúan formándose.

Por otra parte, al ser preguntados por los principales sectores de actividad de sus microempresas (Figura 1), se comprueba que la provincia de Cauquenes es una zona eminentemente agrícola, dado que un 88,9% de los microempresarios encuestados tiene su emprendimiento en este sector, declarándose la mayoría de ellos además como feriantes. Solamente un 11,1% de los encuestados tiene su microemprendimiento en actividades no agrícolas, como artesanía o transportes. Esto confirma la importancia de los programas de apoyo enfocados en los pequeños empresarios rurales, y principalmente agrícolas y artesanales, de la comuna.

La Población Económicamente Activa (PEA) rural, entre el censo del 2002 y la proyección del 2012, a nivel comunal. Entre ellas destacó la disminución de las actividades silvoagropecuarias, que en la comuna de Cauquenes alcanzó al 88,89%, mientras que a nivel regional fue de 6,76%. También destacan el fuerte aumento de la PEA rural dedicada al comercio al por menor y actividades de artesanía y transporte. En los términos que se planteó la investigación no se puede afirmar que esto sea consecuencia sólo del envejecimiento de la población, ya que existe la posibilidad que se deba a la combinación de otros procesos de transformación de las actividades agrícolas, como son concentración de la tierra y fortalecimiento de cultivos menos intensivos en mano de obra. No obstante, en todo caso muestra un desplazamiento del agro como actividad central a nivel regional, lo cual es posible se vaya derivando de igual manera concretamente en Cauquenes.

Además, considerando el avance lento que ha tenido la reconstrucción de la ciudad de Cauquenes después del terremoto del 2010, varios de los empresarios que perdieron sus lugares físicos de trabajo, se volcaron también a la reinserción laboral por medio de actividades agrícolas.

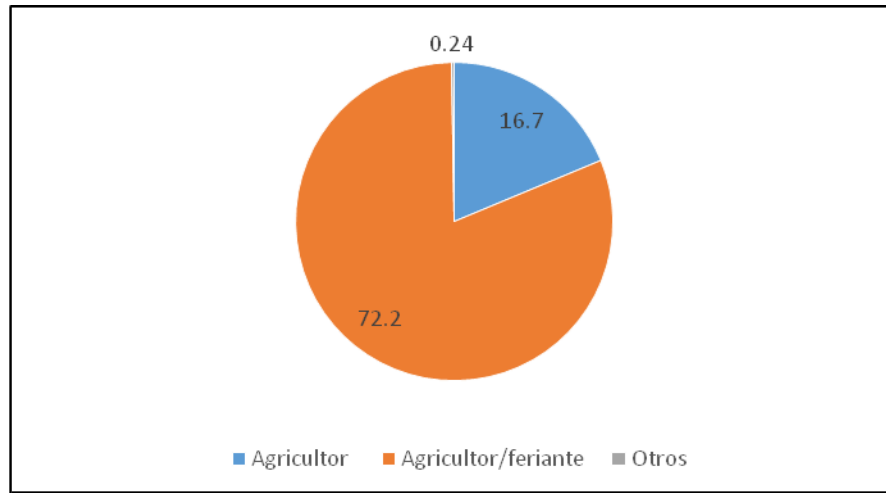


Figura 1. Principal rubro de dedicación de los encuestados (% del total)

Más en detalle, el 56,3% de los microempresarios se dedican a la horticultura y el 20,6% se dedica a la fruticultura, lo cual corresponde perfectamente al tipo de propiedad que estos poseen y a los tipos de suelos presentes en la Región, dado el nivel de degradación que tienen. Esto dado que el rubro hortícola tiene exigencias de suelo bastante menores que otros. Además, si se considera la escasez de agua en meses estivales se confirmaría en parte la hipótesis de Pino (2012), según la cual la horticultura tiene menores necesidades hídricas que otros rubros.

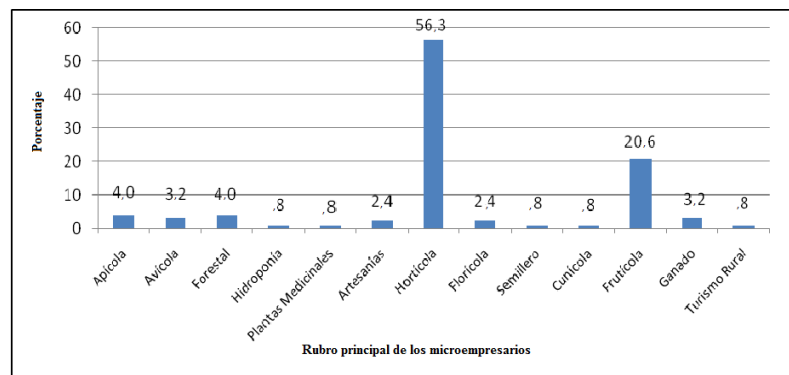


Figura 2. Actividades específicas de los encuestados (% del total)

Otro dato interesante es el tipo de actividad que consideran como principal los microempresarios (cuadro 1).

Cuadro 1. Consideración de actividad principal de los encuestados

| Categoría | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------------------------|------------|------------|
| Trabajo remunerado | 20 | 15,9 |
| Trabajo familiar sin remuneración | 31 | 24,6 |
| Trabajo Independiente | 73 | 57,9 |
| Quehaceres del hogar | 2 | 1,6 |
| Total | 126 | 100 |

En este contexto, el 57,9% de los consultados se considera trabajador independiente, un 15,9% se identifica como trabajador remunerado y un 24,6% cree que su principal dedicación es el trabajo familiar. Esto es correspondiente con lo señalado por Goldmark (2001), según el cual los microempresarios siempre se han considerado más como trabajadores independientes que como dueños de su propio emprendimiento, además en comunidades rurales todavía los microempresarios se consideran más su trabajo como de subsistencia, que como una empresa como tal.

Al preguntarles sobre estacionalidad de sus labores se obtuvo que el 81,7% de los microempresarios trabaja en su emprendimiento de forma permanente, en contraste con el 18,3% que posee otras actividades en su agenda y que sólo se dedica temporalmente a la producción agrícola. Esto puede deberse a la enorme cantidad de mano de obra que se necesita en otras ciudades y en trabajos en otros sectores, lo que hace que estos microempresarios migren durante un tiempo para obtener ingresos de otras actividades, las cuales no son parte su emprendimiento, para luego dedicarse a éste en la época invernal. Al preguntarles a los que consideran su emprendimiento como una actividad temporal, sobre un 60% tienen actividades principalmente de temporero en otras comunas durante esa época, en la cual dejan su actividad para poder asistir a ellas (actividad de subsistencia en períodos de baja actividad laboral), mientras que el otro 40% manifestó que solamente estaba “ahorrando” para realizar otro emprendimiento diferente al actual.

En este contexto, al referirse a la existencia o no de un contrato laboral en otras actividades, se obtiene que sólo un 5,6% está en dicha situación, lo que lleva a suponer que, al menos para el resto, el emprendimiento en realidad es la actividad laboral principal.

Al preguntarles por los ingresos derivados de sus microempresas actuales, en promedio éstas generan alrededor de \$60.831 pesos semanalmente, por lo tanto mediante simples cálculos se puede estimar que sus ingresos diarios son aproximadamente de \$8.690 pesos, por lo cual mensualmente reciben ingresos de \$258.900 pesos aproximadamente (considerando meses de 30 días).

Al referirse a las horas las cuales ellos ocupan para su emprendimiento, se obtuvo como resultado que en promedio trabajan 40,37 horas a la semana en los mismos, lo cual está bajo los parámetros de la jornada completa legalmente establecida.

Al preguntarles por la localización específica de su emprendimiento, el 59,5% de los microempresarios lo tienen fuera de la vivienda, el 28,6% tiene su emprendimiento en la vivienda y sólo un 11,9% en otras comunas fuera de Cauquenes (Figura 3).

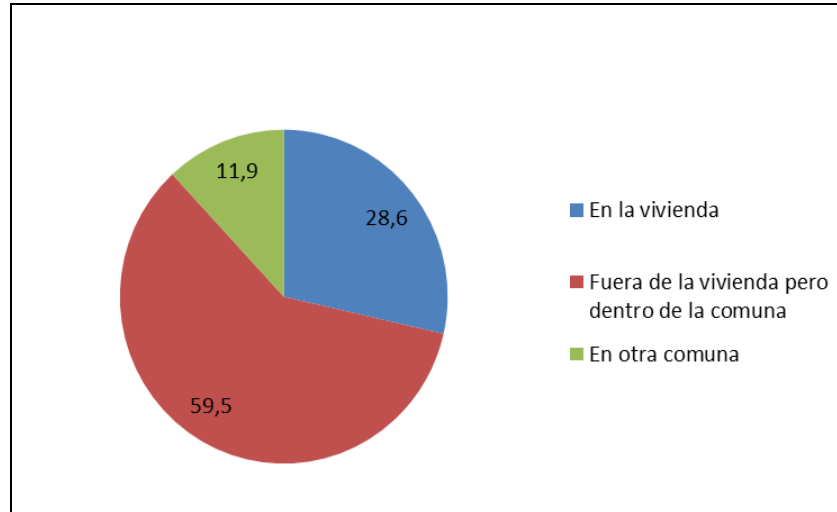


Figura 3. Localización de la empresa de los encuestados (% del total)

Esto contrasta con lo señalado por el Ministerio de Agricultura (2006) donde se señala que los microempresarios rurales chilenos tienden a realizar sus emprendimientos en sus viviendas. Por otra parte, Según INDAP, 2012 apoyando los datos de la investigación, establece que los microempresarios rurales tienen preferencia también por vivir en las ciudades o pueblos pequeños asociados a una mejora de los estándares de vida, optando por viajar a sus emprendimientos los cuales se localizan en otra parte de la comuna, o incluso en otras comunas.

Al momento de preguntarles a los encuestados que son productores agrícolas si viven en sus predios el 58,7% de la muestra responde que no, mientras que el 28,6% de los encuestados vive en estos. Al preguntarles si son o no dueños de sus predios el 55,6% manifiesta que sí son dueños, en contraste con el 44,4% que manifiesta que no son dueños de estos, prefiriendo arrendar u ocupar otros terrenos de familiares.

No obstante, estos últimos resultados se matizan y concretan en mayor medida cuando se considera al total de los encuestados y no solamente a aquellos que realizan actividades agrícolas (gráfico 5). Esto da como resultado que más de la mitad de los microempresarios tienen en posesión legal su propiedad, aunque se da también un fenómeno que cada vez es más común en el secano interior según Pino (2012) el cual es el arrendamientos de terrenos para producciones anuales, lo que puede contribuir a una mayor degradación de suelos debido a su sobreuso

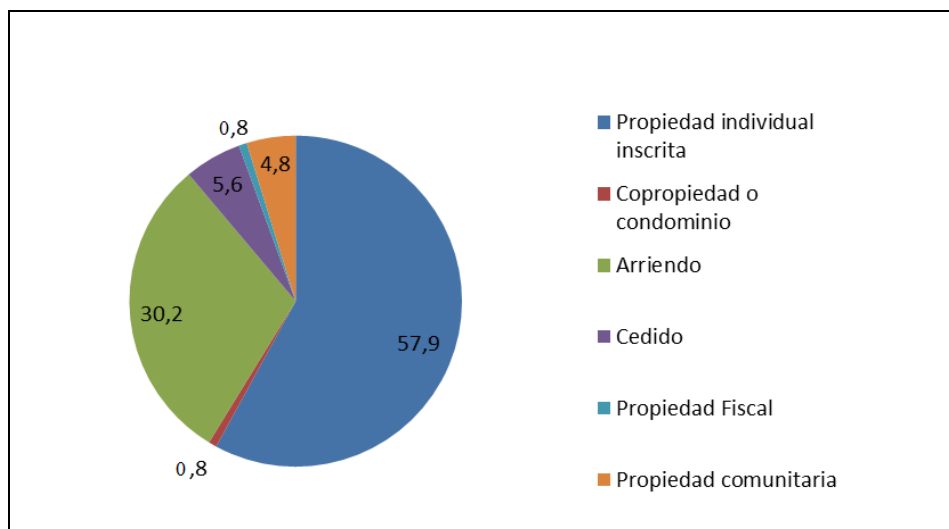


Figura 4. Tipo de propiedad de las empresas (% del total)

Por otra parte, al preguntarles sobre las hectáreas prediales a los emprendedores agrícolas, da como resultado que en promedio poseen 53,9, siendo lo mínimo alrededor de media hectárea, hasta microempresarios que tienen 300 hectáreas a su cargo. No obstante, dichas hectáreas pueden en muchos casos no ser productivas dado que, como ya se mencionó explica Pino (2012), la provincia presenta seria erosión en sus suelos que conlleva una importante baja productiva, y una escasez hídrica bastante fuerte en la época estival, lo que haría que aunque tengan esa cantidad de hectáreas como activo, éstas sean poco productivas e incluso presenten un uso de suelo con aptitudes no agrícolas sin una inversión importante en riego.

Al momento de preguntarles a los encuestados sobre asociaciones en las cuales ellos participan, se obtiene como resultado que el 49,2% está solamente dentro de la junta de vecinos de su sector, y el 40,5% restante no presenta ninguna vinculación. Esto corresponde con lo señalado por Valenzuela, *et al.* (2006) según los cuales los microempresarios nacionales poseen una percepción negativa de la asociación y del trabajo en equipo, lo que explicaría su escaso interés en cooperar.

Con respecto a los canales de comercialización se puede obtener una respuesta bastante frecuente a nivel de campo, en donde el 77% de los encuestados vende sus propios productos en las ferias libres de Cauquenes y el resto prefiere vender sus productos directamente en su propio predio, evitando pagar impuestos de venta o alguna comisión a los vendedores. Esto no es similar a lo que sucede en otros casos como la central de abastecimiento “lo Valledor” o “la Vega Central” en Santiago, en la cual los agricultores venden sus productos en muchos casos evitando pagar comisión a los vendedores, de la misma manera que en Cauquenes, pero siendo afectados por los bajos precios que sus compradores logran al asociarse (USACH, 2008).

Ahora, en lo relacionado con la composición de los hogares de los encuestados, al preguntarles sobre su rol dentro de la familia el 85,7% de los microempresarios manifestó ser el jefe de hogar. En la tabla de contingencia a continuación se muestra la relación entre dicha jefatura de hogar y el género de los microempresarios.

Cuadro 2. Tabla de contingencia jefatura de hogar y género del microempresario

| | | Jefe de Hogar | | |
|---------------|--------|-----------------------------|-------|--------|
| | | No | Si | Total |
| Género | Mujer | Recuento 9 | 57 | 66 |
| | | % Género femenino 13,6% | 86,4% | 100,0% |
| | Hombre | Recuento 9 | 51 | 60 |
| | | % Género masculino 15,0% | 85,0% | 100,0% |

En este contexto, al consultar a los empresarios si hay algún miembro de su hogar que los ayude laboralmente en sus respectivos emprendimientos, la mayoría contestó que no. Los resultados en detalle se muestran en el gráfico a continuación, acorde al cual el 51,6% de los encuestados no recibe ayuda alguna en sus emprendimientos. No obstante, en el 32,6% de los casos consultados, sí existe ayuda proveniente de su cónyuge o pareja, bajando a un 4,8% la ayuda laboral ofrecida por los hijos.

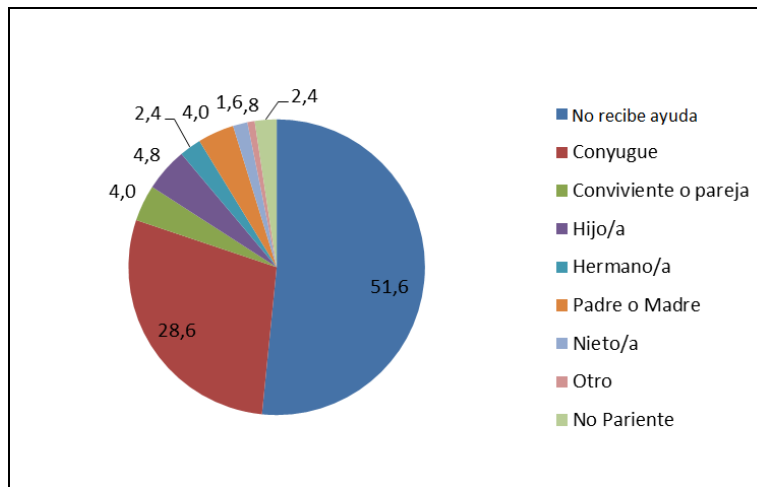


Figura 5. Parentesco familiar de su principal ayuda en su emprendimiento

Al momento de preguntarles por la edad del miembro del hogar el promedio fue de 63,8 años, siendo el menor un niño de 12 años y el mayor un anciano de 88 años.

Se consultó asimismo si las labores anteriores eran remuneradas, obteniendo una respuesta negativa para más del 75% de los casos en los cuales existe efectivamente dicha colaboración.

Para el 26,2% de los encuestados el familiar que le presta labores en su emprendimiento se dedica en general al apoyo en cualquier tipo de necesidad presentada en el momento, sin importar la tarea específica que esto represente.

Finalmente, al preguntarles sobre las horas utilizadas por el personal (familiar) de apoyo, se obtuvo como resultado 14,3 horas promedio a la semana.

b) Capacidades técnicas y acceso a tecnologías de la información

En primer lugar, se les preguntó a los microempresarios si disponían de algún tipo de equipamiento específico para su emprendimiento. Se obtuvo que el 73% de los encuestados mencionaron tenerlo, aunque se debe aclarar en este punto que no se especificó el nivel tecnológico de dicho equipo, por lo que, al menos en lo agrícola, pueden ser herramientas de labor sencillas como rastras.

Cuando se les preguntó sobre si tienen teléfono fijo en su trabajo el 88,1% manifestó que no lo posee, pero un 91,3% manifestó que si tiene teléfono celular. En el mismo contexto, al preguntarles si poseen algún tipo de computador, más del 80% de los microempresarios comentó que no posee ni fijo ni portátil (82,5 y 86,5 respectivamente); lo que puede explicar que el 87,3% no conozca Microsoft Office o que el 100% no ocupe ningún tipo de programa computacional específico para su negocio (incluyendo los pocos que sí tienen computador y ocupan Microsoft Office).

De igual modo, un 86,5% de los microempresarios encuestados no tienen internet fijo y un 84,9% no tiene internet móvil tampoco. Por lo tanto la posibilidad que se informen sobre bases de programas públicos o de nuevos programas cuando la mayor parte de la promoción sea online es bastante limitada. Esto se agrava aún más considerando que el 77,8% manifestó que no posee correo electrónico, un instrumento muy frecuente hoy en día para el envío y recibo de información.

En sintonía con lo anterior, el 92,9% de los encuestados manifestó que no ocupa internet para realizar algún tipo de trámite con el Estado, ni con el Servicio de Impuestos Internos, ni con bancos, o con municipalidades (94%, 93% y 92%, respectivamente) y sólo un 15,9% de los microempresarios ocupa internet para obtener datos agroclimáticos. Además un 92,1% no realiza ningún tipo de capacitación por medio de internet. El desuso de estas herramientas dificulta recibir nueva información, ahorro de tiempo y la adquisición de nuevos conocimientos.

Finalmente, en lo que tiene que ver con compra-venta de productos a través de internet, el 88,9 % de los microempresarios tiene una percepción negativa hacia la compra de insumos por esta vía y un 92,9% también tiene una percepción negativa hacia la venta de sus productos por una plataforma de internet. Esta desconfianza posiblemente se genera al no saber ocupar internet y/o al no poseer herramientas computacionales para acceder a la red.

c) Nivel de innovación

Al consultar a los encuestados si realizan algún tipo de innovación, el 46,8% de los microempresarios considerara que no realiza ninguna, mientras que el 53,2% sí considera realizar esta innovación. Estos resultados, contrastan con aquellos relacionados con uso de TICs y pueden verse limitados por la ambigüedad que en muchos casos conlleva el propio concepto de innovación. Según FIA (2013) innovación se entiende como “introducir un nuevo (o significativamente mejorado) producto, proceso, sistema de marketing o de gestión al mercado o a las prácticas del negocio”, mientras que para The Economist (2014) innovación se entiende como “la aplicación de conocimiento en un camino inédito, principalmente para el beneficio económico”. Por otra parte, The Boston Consulting Group (2013) definen “innovación no únicamente como el desarrollo de nuevos productos, sino también en el modelo de negocios, estructura empresarial, cadena de valor, procesos propietarios, canales, servicios, marca y la experiencia del cliente”. Por su parte, la Unión Europea define innovación como “la renovación y ampliación del rango de productos y servicios y los mercados asociados; establecimiento de nuevos métodos de producción, oferta y distribución; introducción de cambios en la dirección, el trabajo organizativo y las condiciones de trabajo y competencias de los empleados”, para citar algunos ejemplos.

El posible sesgo anterior, es sugerido además en que al preguntarles sobre si colaboraban con algún otro productor para llegar a solucionar problemas técnicos o si habían asistido a capacitaciones, el 67% de los microempresario haya respondido que no ha participado de ningún tipo de colaboración o de asesoría técnica en un período de 3 años. Además el 69,6% de los microempresarios no ha recibido nunca ninguna capacitación en gestión y el 83,3% ni en marketing ni en uso de TIC´s.

Adicionalmente, se les preguntó a los encuestados por su participación en programas públicos en los últimos 3 años (gráfico 12). De un total de 91 microempresarios (72,2%) que han participado en programas de apoyo público, el 27,8% ha estado participando de un programa de INDAP, siendo SERCOTEC y FOSIS las segundas instituciones en importancia, en contraste se determinó que 35 microempresarios (27,7% de los encuestados) no ha participado de ningún programa de apoyo público en los últimos años (salvo el programa de apoyo municipal).

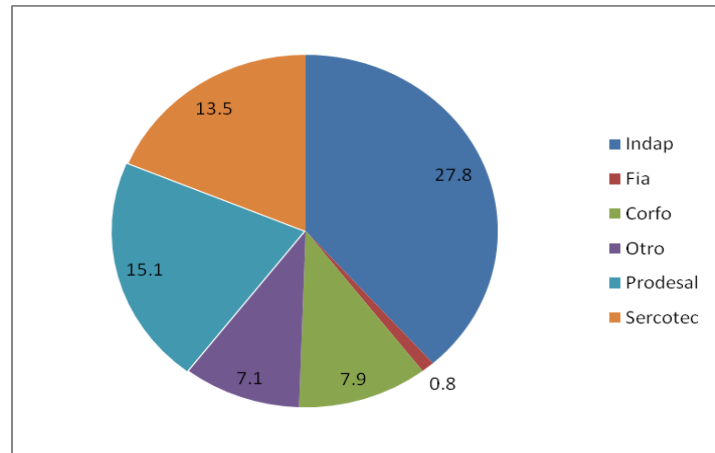


Figura 6. Participación en programas públicos de los encuestados (% del total)

Con respecto a la información que los microempresarios poseen sobre los programas de apoyo público (Figura 6), el 27,8% están informados de los programas de la municipalidad. No obstante, la institución que les provee información, la cual en este caso es la Ilustre Municipalidad de Cauquenes mediante el Departamento de Apoyo Agrícola, no tiene actualmente las capacidades necesarias.

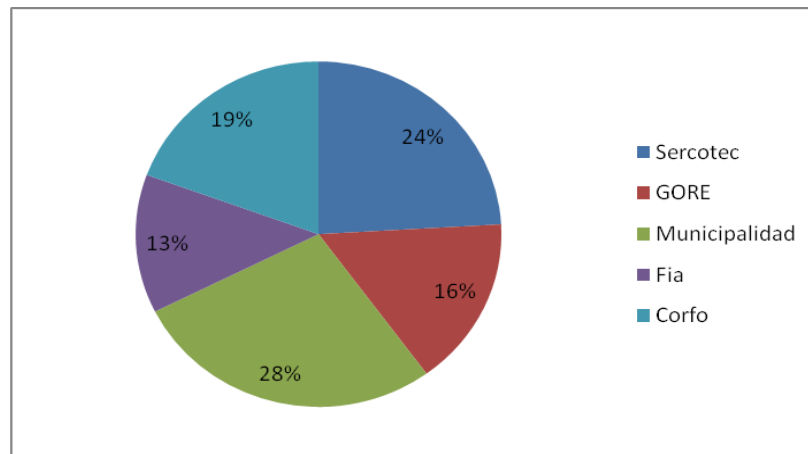


Figura 7. Información sobre programas públicos entre los encuestados (% del total)

Otro dato interesante es que un 32,5% de los microempresarios también están interesados en tener información sobre programas de SERCOTEC, siendo que no se trata de una institución enfocada primariamente al fomento de la agricultura. Los microempresarios buscan programas de esta institución probablemente dadas las sucesivas campañas que ha realizado SERCOTEC en la comuna las cuales habrían servido para identificarla como una institución relevante. Como tercera opción quedan los gobiernos regionales con un 21,4% de microempresarios que se informan sobre sus programas, lo que puede indicar que la publicidad local es vital.

Finalmente, también se ha determinado que 35 microempresarios (27,7%) no se informa de ningún tipo de programa público.

d) Actitudes frente a los programas públicos de apoyo

El siguiente apartado corresponde a los resultados de las preguntas referentes a la opinión de los encuestados sobre la apreciación de los programas públicos, las cuales fueron aplicadas mediante la utilización de una escala Likert para la valoración de afirmaciones propuestas en el sentido indicado.

En primer lugar, ante la afirmación *“La información sobre programas públicos disponibles para mi empresa es accesible”* un 30,2% de los encuestados se mostró totalmente en desacuerdo sobre la obtención información de los trámites para poder acceder a ellos, mientras que otro 30,2% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación. Estas percepciones se pueden explicar en parte por la falta de computadores e internet entre los encuestados, lo que dificulta enormemente recibir y entregar información, teniendo que acceder a ésta mediante personas cercanas o la municipalidad.

Ante la afirmación *“Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos”* un 22,2% de los encuestados se mostró totalmente en desacuerdo mientras que un 26,2% se mostró de acuerdo con la afirmación. Esto denota cierta facilidad en los trámites para la participación de los programas públicos, lo cual se corrobora, ya que, ante la afirmación *“Los requisitos de acceso a los programas de apoyo público son adecuados”* el 62,7% de los encuestados se mostró de acuerdo.

Por otra parte, en lo referente a los contenidos y prioridades de los programas públicos, ante la afirmación *“Los programas públicos deben priorizar el desarrollo organizacional de mi empresa”*, el 58,7% de los encuestados se mostró de acuerdo con que las capacitaciones entregadas deben considerar la formalización empresarial como un tema central. Mientras que ante la afirmación *“Los programas públicos deben priorizar el acceso a financiamiento de mi empresa”* un 76,6% de los encuestados se mostró de acuerdo en que los programas deben estar enfocados además en la obtención de nuevas formas de financiamiento. Ante la afirmación *“Los programas públicos deben priorizar la formalización de mi empresa”*, el 64,3% se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere un desconocimiento en lo referente a este tema en particular. Ante la afirmación *“Los programas públicos deben priorizar mi capacitación en marketing”* un 40% de los encuestados se mostró en desacuerdo en que los programas de apoyo público se enfoquen en enseñar sobre técnicas de marketing y un 38,1% de los encuestados se mostró de acuerdo con la afirmación. Al referirse sobre la polarización de las respuestas se observa, que muchos microempresarios, ya consideran al marketing como técnica integradora de obtención de información para la comercialización de sus productos, la cual es una herramienta vital para poder agregar valor a sus productos, dejando a los otros microempresarios con precios menores en comparación con estos últimos. Ante la afirmación *“Los programas públicos deben priorizar mi capacitación técnico-productiva”*

sólo 30 microempresarios (23,8%) se mostraron totalmente de acuerdo con la afirmación. Esto se podría deber, a que gracias al tiempo que llevan ellos elaborando productos agroindustriales (lana, cuero, entre otros) muchas veces tienen apreciaciones negativas sobre capacitaciones técnico-productivas. Según Valenzuela *et al.* (2006), de hecho, el principal problema de los microempresarios rurales es la comercialización de sus productos y no la producción de estos.

Asimismo, ante la afirmación “*Los programas públicos deben priorizar la transferencia de tecnología*”, el 63% de los encuestados se mostró de acuerdo. De hecho, esta es parte de las políticas actuales de INDAP, en donde uno de los ejes principales como vimos es la transferencia tecnológica a la agricultura familiar, para poder elevar la eficiencia en sus procesos productivos y disminuir sus costos (INDAP, 2011).

Por último en lo referente a objetivos de los programas, ante la afirmación “*Los programas públicos deben fomentar la asociatividad*” el 58,8% de los encuestados se mostró estar de acuerdo, No obstante, ante la afirmación “*Estar asociado con otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público*”, el 25,4% de los encuestados se mostró indeciso, aunque un 23,8% y un 24,6% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente, lo que sugiere la polarización sobre la visión de la asociación en el Chile rural.

En lo que respecta al funcionamiento de los programas, ante la afirmación “*Los programas públicos deben basarse en subvenciones monetarias directas*”, el 55,6% de los encuestados mostró estar de acuerdo mientras que un 43% dijo no estar de acuerdo. Por el contrario, ante la afirmación “*Los programas públicos deben basarse en apoyo técnico y capacitación*”, el 63,5% se mostró estar de acuerdo con esta afirmación, y un 36,4% se mostró en desacuerdo.

Por otra parte, ante la afirmación “*La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos*” el 57,9% de los encuestados se mostró de acuerdo, un 20,6% se mostró indiferente y un 21,4% dijo no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con esta afirmación. Sin embargo, ante la afirmación “*La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público*”, el 77,8% de los encuestados se mostró de acuerdo.

Sobre el enfoque de los programas, ante la afirmación “*El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas*” un 77% de los encuestados se mostró de acuerdo con esta afirmación. No obstante, en contraste, ante la afirmación “*Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público*” un 42% de los encuestados se mostró estar en desacuerdo. Lo anterior sugiere que si bien se reconoce que las pequeñas empresas son las que más apoyo necesitan, no se descarta la validez de las iniciativas en grandes empresas. En este contexto, en lo que respecta a la calidad del apoyo, ante la afirmación “*El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente*” un 47,6% de los encuestados se mostró de acuerdo, pero un 31% de los encuestados se mostró en desacuerdo y un 21,4% dijo no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Al referirse a qué instituciones deben coordinar el apoyo al emprendimiento el 48,4% manifestó estar muy de acuerdo con la idea de que sean en conjunto los 3 principales niveles del gobierno (Estado, GORE y Municipalidad), dejando como segunda opción a los gobiernos regionales, al Estado como tercera opción y como última opción a las municipalidades. Esta visión puede ser interpretada como una visión de conjunto, por lo tanto se puede suponer que modelos de desarrollo integrados sean adoptados de forma favorable por la población (Boisier y. Silva, 2001).

Finalmente, ante la afirmación “*El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa*”, la respuesta también observó un alto grado de polarización, ya que tanto un 20,6% de los encuestados mostró estar totalmente de acuerdo como totalmente en desacuerdo sobre esta afirmación. Ahora si se considera tanto la opción en desacuerdo y de acuerdo, la situación se polariza aún más, llegando a valores de 36,5% de los encuestados que no están de acuerdo y un 40,4% de encuestados que mostró estar de acuerdo con la afirmación. Un 23% manifestó no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación propuesta.

Análisis de actitudes frente a los programas de apoyo

Para poder realizar el análisis multivariante referente a las actitudes de los empresarios encuestados frente a los programas de apoyo, en primer lugar se calculó la valoración media frente a cada afirmación comentada en el epígrafe anterior.

Aclarar que las puntuaciones asignadas estuvieron entre 1 y 5. Siendo uno totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Los resultados a este respecto se detallan en el cuadro a continuación, donde se destacan en negrita aquellas afirmaciones que conciliaron mayor acuerdo (3,5 o mayor)

Cuadro 3. Valoración media de los encuestados de afirmaciones relativas a su actitud frente a los programas de apoyo público.

| Afirmación | Media |
|---|--------------|
| La información sobre los programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | 3,42 |
| Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos | 2,99 |
| Los requisitos de acceso a los programas de apoyo públicos son en general adecuados | 3,71 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la formalización de la empresa | 3,66 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento | 3,52 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión | 3,67 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing | 3,63 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | 3,55 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | 3,69 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología | 3,57 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el fomento de la asociatividad | 3,56 |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en subvenciones monetarias directas | 3,75 |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación | 3,76 |
| La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos | 3,65 |
| El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa | 3,04 |
| La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público | 4,11 |
| Estar asociado a otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público | 3,01 |
| El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas | 4,08 |
| Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público | 3,10 |
| El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | 3,21 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado. | 3,22 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES y Municipalidades) | 3,77 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las Municipalidades | 2,92 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES | 3,08 |

De las afirmaciones mostradas en el cuadro 3, se determina que actualmente los microempresarios encuentran adecuados los requisitos que se les exigen para postular a los programas de apoyo público, así como también que se busque la formalización de sus emprendimientos. Esto es concordante con lo establecido por Sanhueza (2013) quien señala que el microempresario chileno, tanto rural como ciudadano, tiene absoluta claridad que, para acceder al financiamiento que ofrece el Estado y posteriormente a la banca privada debe tener claridad sobre su formalización y tener un respaldo que garantice su solvencia económica a futuro. Incluso, los análisis permiten concluir que los microempresarios tienen una actitud positiva a ser evaluados por cumplimiento de objetivos para seguir accediendo a apoyo. Esto concuerda con lo expuesto por Barona y Valenzuela (2001) para el medio urbano.

Además los empresarios valoran muy positivamente que en los programas públicos, no sólo exista capacitación técnica en lo que el rubro necesita, sino además en gestión de agonegocios, en marketing agroalimentario y uso de TIC's; también consideran que debe apoyarse la transferencia tecnológica y la asociatividad. Esto habla precisamente del interés por mejorar que poseen estas microempresas. Lo anterior también es observado por Jaramillo, *et al.* (2012) en sus análisis de perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México.

Si bien los microempresarios se muestran de acuerdo con que los programas públicos fomenten la asociatividad entre empresas, es pertinente que para propiciar este tipo de encadenamientos, previamente se hayan armonizado las relaciones entre las instituciones reguladoras y de promoción, públicas y privadas. De esta manera, se empezaría por aplicar en cada uno de estos organismos una filosofía de cooperación y ayuda, que coadyuve al éxito de los encadenamientos de exportación y promoción. La idea es la de apuntar a una cadena integral en la que participen las empresas y entes estatales propios del contexto, puesto que el desarrollo requiere coordinación entre los distintos sectores, incluyendo al gobierno (Stiglitz y Charlton, 2007).

En este sentido, la cadena productiva se define según Lozano (2010) como “un proceso sistémico en el que los actores de una actividad económica interactúan desde el sector primario hasta el consumidor final, basados en el desarrollo de espacios de concertación entre el sector público y privado orientados a promover e impulsar el logro de mayores niveles de competitividad de dicha actividad” Estos pueden presentarse bajo la forma de encadenamientos horizontales, conformados por empresas del mismo sector que buscan generar economías de escala, o encadenamientos verticales, generando mayor control tanto en el canal de abastecimiento como en el de distribución comercial (BIRF, 2009). En este sentido, resulta oportuno traer a colación y con criterio aplicativo el concepto de los Sistemas Complejos Adaptativos (SCA), dado que se considera que estos sistemas emergen como resultado de la interacción entre sus componentes y del medio en el que se desenvuelven, por lo que deben modificar su comportamiento para lograr así adaptarse a los cambios que se generan en dicho entorno igualmente complejo (Rammel *et. al.*, 2007). Por otro lado, los mercados no están escriturados para empresa alguna y, ante su frecuente

dinamismo y transformación, las empresas deben aplicar la premisa según la cual hay que pensar globalmente y así se compita localmente (Porter, 1990).

Con esta consideración, las empresas que aspiren a sobrevivir en el mercado actual, deberán comprender previamente que este reto implica adaptar sus estructuras y modelos de gestión, pues ya no sólo se va a responder por un desempeño y por unos resultados inherentes a la empresa, sino frente a una comunidad de empresas, llámese cadena, red de cooperación empresarial, consorcio o clúster (Montilla, 2007).

Según Lozano (2010), la actitud y la disposición de las empresas deben ser íntegras, pues de la empatía y el acertado entendimiento con los demás miembros de la comunidad, dependerá el éxito de la cadena productiva. Por otra parte, las cadenas asociativas deben estar inspiradas y diseñadas para conformar planes de negocio que necesariamente se construyan en función de la demanda global y de las tendencias de los consumidores. De esta manera se podrán orientar más acertadamente hacia instancias de negocios realizables y con mayor posibilidad de éxito, desde el plano de su gestión comercial y desde el plano funcional y organizacional.

En este sentido, los empresarios deben tener claro que en el contexto local los recursos son escasos y que se debe optar por cooperar antes que por competir. Lo anterior es confirmado por Montilla *et al.* (2007), quienes proponen que las organizaciones que se desenvuelven en la posmodernidad requieren contar con visiones y estrategias que les apoyen para poder enfrentarse a la supercompetencia, aprovechar los avances de las tecnologías de la información y valorar adecuadamente a su fuerza de trabajo, para así poder identificar las nuevas oportunidades que ofrece un entorno marcadamente dominado por las redes de conocimiento que modifican su sistema de relaciones. Lo cual proponen mejorar el desempeño de las empresas a través de su capacidad de adaptación, lo cual implica identificar claramente un propósito común y propender por el bienestar común, como lo ilustra el entorno típico de un hormiguero, asimilable al contexto de una red de empresas.

Respecto a las pequeñas empresas, la Corporación Andina de Fomento (2007) postuló que frente a la capacidad de adaptación que implica insertarse en una red empresarial, las pequeñas y medianas empresas tienen a su favor una mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios en el mercado, ventaja de la cual sacarán mayor provecho si aprenden a sumar esfuerzos.

Segmentación de Microempresarios

Mediante análisis de conglomerados no jerárquicos, se identificaron para los microempresarios de la comuna de Cauquenes, dos segmentos finales a partir de la identificación de la uniformidad de los grupos.

En este contexto se realizó un análisis ANDEVA, el cual permitió observar si existen diferencias significativas o no, entre los grupos existentes.

A continuación, en los cuadros 3 y 4 se detallan las características que permitieron la formación de estos dos grupos.

Cuadro 3: Afirmaciones sin diferencias significativas entre los segmentos

Afirmaciones

Los Programas públicos deben basarse principalmente en subvenciones monetarias directas

El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES

El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las Municipalidades

El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES, Municipalidades)

Cuadro 4: Afirmaciones con diferencias significativas entre los segmentos

| Afirmaciones en Segmento 1 | Afirmaciones en Segmento 2 |
|--|---|
| Los trámites para la postulación son generalmente sencillos | Los programas de apoyo público deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión |
| Los requisitos de acceso a los programas de apoyo público son generalmente adecuados | Los programas de apoyo público deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing |
| La información sobre los programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | Los programas públicos deben priorizar el fomento a la asociatividad |
| Estar asociado a otros empresarios deberían ser requisitos de acceso al apoyo público | El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa |
| El apoyo del sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas. |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | Los requisitos de acceso a los programas de apoyo públicos son en general adecuados. |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento. |
| Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público. | Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado | Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación. La renovación de un beneficio debe estar sujeta al cumplimiento de objetivos. La sustentabilidad ambiental debería ser un requisito de acceso a apoyo público. |

Para mayor detalle, sobre las diferencias estadísticas entre los segmentos y el nivel de aceptación consultar los anexos 2 y 3.

Los dos segmentos resultantes, dadas sus características, se denominaron como: “*Microempresarios tradicionales*” con un 30,15% del total de la muestra y los “*Microempresarios Innovadores-Informados*” con un 69.84%.

A continuación se detallan algunas particularidades de cada uno de ellos:

Segmento 1. “Microempresarios tradicionales”. Este segmento reúne el 30,15% de los microempresarios encuestados y se caracteriza por ser tradicionalistas, desconfiados y solitarios a la hora de postular a un programa público. Valoran positivamente que los programas de apoyo público se basen en subvenciones monetarias directas y que el Estado, por sobre que su conjunto debe hacerse cargo, además de centrarse exclusivamente en las Mipymes.

Estos microempresarios no están de acuerdo con ningún tipo de capacitación en los programas, y piensan que no deben tener ninguna exigencia medioambiental. Además creen que la tramitación de los programas públicos es compleja, no siendo los requisitos adecuados para ellos.

Segmento 2. “Microempresarios innovadores-informados”. Este segmento reúne el 69,84% de los microempresarios y se caracteriza principalmente por ser los más informados sobre los programas de apoyo público. Gran parte de estos microempresarios manejan un conocimiento administrativo y de gestión agroindustrial, además de querer aprender más sobre estos temas, y en algunos casos incluso optan por adoptarlos pese a que no es una exigencia del programa. Consideran oportuno además que la renovación de los beneficios de los programas esté sujeta a los cumplimientos de los objetivos del programa anterior.

Aunque no están de acuerdo, pero tampoco en desacuerdo, con que los trámites sean sencillos, si consideran que la información para acceder a los programas públicos es adecuada. Asimismo, este segmento tiene claridad de que se debe formalizar la empresa para poder acceder a los programas y que no necesariamente el programa público debe entregar recursos financieros.

Este segmento encuentra positivo que se les capacite en el uso de TIC’s, marketing agroalimentario y temas técnico-productivos, así como se produzca una transferencia tecnológica. Además consideran que es una oportunidad de negocios el asociarse con otros microempresarios.

Consideran también necesario que la sustentabilidad ambiental sea tomada en cuenta en los programas de apoyo público, además que el apoyo sea directamente para las pymes y no para los grandes empresarios.

Aun así, existe una desconfianza hacia los organismos del Estado encargados de la coordinación de los programas, quedando satisfechos ambos segmentos con que tanto el

Estado, como el Gobierno regional y las Municipalidades se encarguen de los programas públicos simultáneamente.

Por su parte, el análisis de las tablas de contingencia permite establecer algunas relaciones estadísticas relevantes entre los dos segmentos; no existe diferencia significativa entre los dos grupos asociados a las afirmaciones “*El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas*”, “*Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público*”, “*El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES*”, “*El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las Municipalidades*”, “*El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES y Municipalidades)*” lo que nos permite concluir que ambos grupos piensan de la misma manera y no hay diferencias significativas en sus opiniones.

Mientras que las afirmaciones “*Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión*”, “*La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público*”, “*Estar asociado a otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público*”, “*El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa*”, presentan respuestas divergentes considerando una significancia del 5%. Por su parte, la afirmación “*El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado*”, presenta divergencia con una significancia del 10%.

Reflexiones finales y recomendaciones

A la vista de los resultados obtenidos, principalmente en la segmentación realizada entre los productores encuestados a partir de sus actitudes hacia los programas públicos, se puede estimar como conveniente que mediante los instrumentos públicos disponibles se realice un trabajo que principalmente se centre en el segmento “microempresarios tradicionales” identificado. Esto con la intención de mejorar sus capacidades en el agronegocio mediante en conocimiento de nuevas técnicas de gestión y marketing principalmente.

La entrega de estas herramientas, les permitiría a los microempresarios la participación de mejor forma en los mercados locales de la Región del Maule. Además les ayudaría a identificar potenciales nichos de mercado aún no explotados, lo que en ningún caso reemplazaría a sus mercados tradicionales, pero sí les podría significar un aumento de sus ganancias o una forma segura de contrarrestar malos precios en el mercado habitual. Además potenciar estos conocimientos les permite ser más competitivos en otros mercados, para que incluso se les puede dar la oportunidad de llegar a mercados más desarrollados, como lo es el abastecimiento de Santiago (Lo Valledor, La Vega Central, entre otros) o incluso alcanzar mercados internacionales.

No obstante, para lo anterior se debe hacer más accesible la información sobre los programas públicos para el segmento mencionado. Esto ya que se han demostrado importantes falencias en ese sentido en la investigación. Además, se les debe “convencer” de la valía de las capacitaciones como otro elemento de apoyo más allá del económico.

Otra recomendación es aportar fuertemente al condicionamiento de la postulación a los programas a criterios relacionados con el asociativismo, la sustentabilidad ambiental y el cumplimiento de objetivos. Esto dado que una parte importante de los productores se encuentra de acuerdo, y así se puede contribuir a lograr metas adicionales de gran importancia para el agro.

Por otra parte, los programas públicos deben fomentar la colaboración entre distintas instituciones y niveles de gobierno, para de esa manera lograr un mayor acceso y confianza por parte de los productores.

Finalmente, se debe hacer mayor hincapié en el fomento del acceso y uso de TICs, el cual como se ha visto es muy escaso entre las empresas consultadas. Esto es especialmente preocupante teniendo en cuenta que se trata de herramientas con una incidencia potencial en la mejora de la organización en la cadena de valor tanto productivo como comercial, así como en la rapidez de realizar ciertas actividades conexas a la misma.

CONCLUSIONES

El diseño y la operación de mejores políticas públicas encaminadas a desarrollar habilidades emprendedoras en los empresarios del sector agropecuario y rural de Chile, requieren precisiones sobre el perfil de esta población con respecto a la recepción de las mismas. No obstante, este tipo de análisis deben considerar asimismo su representatividad, para lo cual usar un enfoque territorial puede resultar adecuado. En la presente memoria dicho territorio ha sido la comuna de Cauquenes, dada la importancia que las actividades rurales tienen en ella, así como algunos problemas presentes.

En este contexto, se observó que la población de Cauquenes está relativamente envejecida, lo cual se repite para los microempresarios, con un índice de adultos mayores de 64,61, siendo este índice a nivel regional de 45,44 y a nivel país de 43,70. Estos datos nos sugieren que los jóvenes han migrado a las principales ciudades regionales o del país. Lo anterior señala la necesidad de políticas de apoyo al emprendimiento que reviertan esta tendencia, con el fin de evitar el despoblamiento del sector.

Además se identificaron importantes cambios en las actividades desarrolladas por la Población Económicamente Activa (PEA) rural, entre el censo del 2002 y la proyección del 2012, a nivel comunal. Entre ellas destacó la disminución de las actividades silvoagropecuarias, que en la comuna de Cauquenes alcanzó al 88,89%, mientras que a nivel regional fue de 6,76%. También destacan el fuerte aumento de la PEA rural dedicada al comercio al por menor y actividades de artesanía y transporte. En los términos que se planteó la investigación, no se puede afirmar que esto sea consecuencia sólo del envejecimiento de la población, ya que existe la posibilidad que se deba a la combinación de otros procesos de transformación de las actividades agrícolas, como son concentración de la tierra y fortalecimiento de cultivos menos intensivos en mano de obra. No obstante, se muestra un desplazamiento del agro como actividad central a nivel regional, lo cual es posible que se vaya derivando de igual manera, concretamente, en Cauquenes.

Por otra parte, se identificaron cambios importantes en términos de las empresas agropecuarias en los cultivos desarrollados y tamaño de las explotaciones. En relación a las empresas creadas se apreció una disminución de 70 empresas y una pérdida de 1.022 puestos de trabajo entre 2007 y 2012. Con respecto a los cultivos se determinó que el principal rubro de dedicación, es el hortícola, el cual contiene tanto al cultivo de cereales y de forrajeras, como de cultivos hortícolas como tales. Asimismo se fortalecen los cultivos frutícolas, específicamente viñas y parronales debido a la presencia de una gran empresa del rubro vitivinícola en la comuna. También se encontró que muchas de las explotaciones han sufrido cambios en su organización, ya que el 72,2%, de los empresarios agrícolas se consideran tanto productores como feriantes, y de estos más del 52,2% de la muestra se considera como trabajador independiente, no como un trabajador remunerado, lo cual puede atraer problemas previsionales, entre otros.

Se determinó asimismo mediante la encuesta que el 81,7% de los empresarios en la muestra se dedica plenamente a sus emprendimientos, mientras que el 18,3% en períodos de alta demanda, abandonan estos para poder trabajar como temporeros en comunas aledañas.

Los resultados destacados hasta ahora sugieren la importancia del apoyo público para mantener el tejido productivo de la comuna y revertir la pérdida y envejecimiento de la población.

Otro dato importante a considerar, es que los microempresarios, poseen conocimientos limitados en el uso de TIC's, y en muchos casos no poseen ni siquiera algún elemento tecnológico, que les permita informarse de los programas de apoyo público (Los cuales son en su mayoría anunciados por internet u otros medios digitales), por lo que se debería tomar en cuenta otro medio de aproximación a los microempresarios, por parte de las autoridades gubernamentales y/o instituciones de apoyo público, las cuales deberán invertir en agencias locales, o en otro tipo de promoción para los programas, enfocados principalmente en el segmento 2. En este contexto, aunque las opiniones no fueron unánimes en los segmentos se determinó que los encuestados del segmento 2, valoran muy positivamente que en los programas públicos, no sólo exista capacitación técnica en lo que el rubro necesita, sino además en gestión de agronegocios, en marketing agroalimentario y uso de TIC's; así como se apoye la transferencia tecnológica y la asociatividad. Esto habla precisamente del interés por mejorar que poseen estas microempresas. Ahora si bien los microempresarios se muestran de acuerdo que los programas públicos fomenten la asociatividad entre empresas, es pertinente que para propiciar este tipo de encadenamientos, previamente se hayan armonizado las relaciones entre las instituciones reguladoras y de promoción, públicas y privadas. De esta manera, se empezaría por aplicar en cada uno de estos organismos una filosofía de cooperación y ayuda, que coadyuve al éxito de los encadenamientos de exportación y promoción. La idea es la de apuntar a una cadena integral en la que participen las empresas y entes estatales propios del contexto, puesto que el desarrollo requiere coordinación entre los distintos sectores, incluyendo al gobierno.

Por otra parte es importante detallar que el segmento 1, que corresponde a un grupo de pensamiento tradicional, también tienen derecho a participar de los programas de apoyo público, y aunque este segmento, prefiera solo los aportes monetarios directos, no implica que estos sean condicionados al cumplimiento de objetivos y/o a una previa capacitación, lo que garantice una mejora en la calidad de vida, derivada de un aumento de los niveles de ingresos de sus negocios. Además, se debería considerar cuáles de estos microempresarios, poseen las capacidades técnico-productivas, que garanticen una inserción en el mercado, ya que en muchos casos, ya que como sugerencia, pese a la capacitación o ayuda monetaria, estos no aceptarían de buena manera los conocimientos entregados o no tendrán la capacidad técnica o económica que garanticen una competencia en el mercado, por lo que sería más conveniente entregar subsidios a estos microempresarios, y enfocar los demás recursos a la gente que si tiene las capacidades de competir.

Por otra parte, mediante análisis de conglomerados no jerárquicos, se identificaron para los microempresarios de la comuna de Cauquenes, dos segmentos finales a partir de la identificación de la uniformidad de los grupos.

Estos dos segmentos finales, dadas sus características, se denominaron como: “*Microempresarios tradicionales*” con un 30,15% del total de la muestra y los “*Microempresarios Innovadores-Informados*” con un 69.84%. Sus características esenciales fueron, para el primer grupo: ser tradicionalistas, desconfiados y solitarios a la hora de postular a un programa público. Valoran positivamente que los programas de apoyo público se basen en subvenciones monetarias directas y que todos los niveles gubernamentales en conjunto deban hacerse cargo, además de centrarse exclusivamente en las Mipymes. El segundo grupo se caracteriza principalmente por ser los más informados sobre los programas de apoyo público. Gran parte de estos microempresarios manejan un conocimiento administrativo y de gestión agroindustrial, además de querer aprender más sobre estos temas, y en algunos casos incluso optan por adoptarlos pese a que no es una exigencia del programa. Consideran oportuno además que la renovación de los beneficios de los programas esté sujeta a los cumplimientos de los objetivos del programa anterior.

Los resultados anteriores llevan a sugerir como recomendaciones, que las empresas que aspiren a sobrevivir en el mercado actual, deberán comprender previamente que este reto implica adaptar sus estructuras y modelos de gestión, pues ya no sólo se va a responder por un desempeño y por unos resultados inherentes a la empresa, sino frente a una comunidad de empresas, llámese cadena, red de cooperación empresarial, consorcio o clúster. En este sentido, los empresarios deben tener claro que en el contexto local los recursos son escasos y que se debe optar por cooperar antes que por competir, aprovechar los avances de las tecnologías de la información y valorar adecuadamente a su fuerza de trabajo, para así poder identificar las nuevas oportunidades que ofrece un entorno marcadamente dominado por las redes de conocimiento que modifican su sistema de relaciones.

Por lo tanto, y como sugerencia final, se recomienda que el sector público debería entender a focalizar sus programas, al segmento 2 lo que haría que, el uso de recursos estatales fuera más eficiente, ya que este grupo está dispuesto a capacitarse, por otro lado deberá ajustar la publicidad de sus programas, ya una buena parte de los encuestados, no posee la tecnología necesaria para aprovechar las ventajas que significa el uso de TIC's, además es recomendable que los organismos estatales posean oficinas locales, para que la gente, que no tenga conocimientos computacionales o tecnológicos, pueda acudir a estas oficinas y enterarse de los programas de apoyo público.

Finalmente, es importante concluir que esta investigación ha sido de carácter exploratorio. Por lo tanto, para una mayor comprensión del fenómeno y sus impactos se deben desarrollar nuevas investigaciones que profundicen en las distintas áreas descritas en esta investigación.

ANEXOS

Anexo 1. Respuestas a afirmaciones sobre actitudes hacia los programas de apoyo

| Afirmación | Completamente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo | De acuerdo | Completamente de acuerdo | Opción Preferida | N |
|--|-----------------------------|---------------|---------------------------------|------------|--------------------------|------------------|-----|
| La información sobre programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | 19(15,1%) | 8(6,3%) | 38(3,2%) | 23(18,3%) | 38(30,2%) | CA | 126 |
| Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos | 28(22,2%) | 20(15,9%) | 24(19%) | 33(26,2%) | 21(16,7%) | DA | 126 |
| Los requisitos de acceso a los programas de apoyo público son en general adecuados | 15(11,9%) | 9(7,1%) | 23(18,2%) | 29(23%) | 50(39,7%) | CA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la formalización de mi empresa | 14(11,1%) | 13(10,3%) | 25(19,8%) | 24(19%) | 50(39,7%) | CA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento | 5(4,0%) | 25(19,8%) | 27(21,4%) | 37(29,4%) | 32(25,4%) | DA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión | 11(8,7%) | 7(5,6%) | 27(21,4%) | 49(38,9%) | 32(25,4%) | DA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing | 15(11,9%) | 13(10,3%) | 24(19%) | 26(20,6%) | 48(38,1%) | CA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | 19(15,1%) | 11 (8,7%) | 25(19,8%) | 24(19%) | 47(37,3%) | CA | 126 |

| | | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-----|
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | 11(8,7%) | 11 (8,7%) | 23(18,3%) | 42(33,3%) | 39(31 %) | DA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología | 19(15,1%) | 11 (3,7%) | 16(12,7%) | 39(31 %) | 41(32,5%) | CA | 126 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el fomento de la asociatividad | 14(11,1%) | 11 (3,7%) | 27(21,4%) | 38(30,2%) | 36(28,6%) | DA | 126 |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en subvenciones monetarias directas | 9(7,1%) | 12(9,5%) | 35(27,8%) | 15(11,9%) | 55(43,7%) | CA | 126 |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación | 8(6,3%) | 13(10,3%) | 25(19,8%) | 35(27,8%) | 45(35,7%) | CA | 126 |
| La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos | 11(8,7%) | 15(11,9%) | 27(21,4%) | 37(29,4%) | 46(36,5%) | CA | 126 |
| La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público | 5(4,0%) | 3(7,1%) | 14(11,1%) | 37(29,4%) | 61(48,4%) | CA | 126 |
| Estar asociado con otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público | 31(24,6%) | 15(11,9%) | 32(25,4%) | 13(14,3%) | 30(23,3%) | NA/MD | 126 |
| El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas | 13(10,3%) | 2(1,6%) | 14(11,1%) | 30(23,3%) | 67(53,2%) | CA | 126 |
| 18. Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público | 40(31,7%) | 13(10,3%) | 12(9,5%) | 17(13,5%) | 44(34,9%) | CA | 126 |
| 19. El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | 20(15,3%) | 19(15,1%) | 27(21,4%) | 34(27%) | 26(20,6%) | DA | 126 |
| 20. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado | 11(3,7%) | 27(21,4%) | 34(27%) | 31(24,6%) | 23(18,3%) | NA/MD | 126 |
| 21. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES | 7(5,0%) | 25(19,3%) | 53(42,1%) | 33(26,2%) | 8(6,3%) | NA/MD | 126 |
| 22. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las municipalidades | 20(15,3%) | 34(19,8%) | 27(21,4%) | 26(20,6%) | 19(15,1%) | ED | 126 |
| 23. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES y municipalidades) | 11(3,7%) | 19(15,1%) | 19(15,1%) | 16(12,7%) | 61(48,4%) | CA | 126 |
| 24. El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa | 26(20,6%) | 20(15,9%) | 29(23%) | 25(19,3%) | 26(20,6%) | NA/MD | 126 |

Anexo 2. Descripción de Clusters

| Afirmación | | N | Media | Desviación típica | Error típico | Intervalo de confianza para la media al 95% | |
|--|-------|-----|-------|----------------------|-----------------|--|--------------------|
| | | | | | | Límite inferior | Límite superior |
| La información sobre los programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | 1 | 33 | 2,12 | 1,193 | 0,208 | 1,7 | 2,54 |
| | 2 | 93 | 3,88 | 1,121 | 0,116 | 3,65 | 4,11 |
| | Total | 126 | 3,42 | 1,376 | 0,123 | 3,18 | 3,66 |
| Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos | 1 | 33 | 1,97 | 1,212 | 0,211 | 1,54 | 2,4 |
| | 2 | 93 | 3,35 | 1,299 | 0,135 | 3,09 | 3,62 |
| | Total | 126 | 2,99 | 1,411 | 0,126 | 2,74 | 3,24 |
| Los requisitos de acceso a los programas de apoyo públicos son en general adecuados | 1 | 33 | 2,64 | 1,517 | 0,264 | 2,1 | 3,17 |
| | 2 | 93 | 4,1 | 1,084 | 0,112 | 3,87 | 4,32 |
| | Total | 126 | 3,71 | 1,367 | 0,122 | 3,47 | 3,96 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la formalización de la empresa | 1 | 33 | 2,61 | 1,499 | 0,261 | 2,07 | 3,14 |
| | 2 | 93 | 4,03 | 1,127 | 0,117 | 3,8 | 4,26 |
| | Total | 126 | 3,66 | 1,381 | 0,123 | 3,42 | 3,9 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento | 1 | 33 | 2,82 | 1,014 | 0,177 | 2,46 | 3,18 |
| | 2 | 93 | 3,77 | 1,143 | 0,119 | 3,54 | 4,01 |
| | Total | 126 | 3,52 | 1,185 | 0,106 | 3,31 | 3,73 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión | 1 | 33 | 3,24 | 0,969 | 0,169 | 2,9 | 3,59 |
| | 2 | 93 | 3,82 | 1,206 | 0,125 | 3,57 | 4,07 |
| | Total | 126 | 3,67 | 1,173 | 0,105 | 3,46 | 3,87 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing | 1 | 33 | 2,88 | 1,474 | 0,257 | 2,36 | 3,4 |
| | 2 | 93 | 3,89 | 1,264 | 0,131 | 3,63 | 4,15 |
| | Total | 126 | 3,63 | 1,39 | 0,124 | 3,38 | 3,87 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | 1 | 33 | 2,42 | 1,347 | 0,234 | 1,95 | 2,9 |
| | 2 | 93 | 3,95 | 1,263 | 0,131 | 3,69 | 4,21 |
| | Total | 126 | 3,55 | 1,446 | 0,129 | 3,29 | 3,8 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | 1 | 33 | 2,52 | 1,121 | 0,195 | 2,12 | 2,91 |
| | 2 | 93 | 4,11 | 0,994 | 0,103 | 3,9 | 4,31 |
| | Total | 126 | 3,69 | 1,242 | 0,111 | 3,47 | 3,91 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología | 1 | 33 | 2,06 | 1,197 | 0,208 | 1,64 | 2,49 |
| | 2 | 93 | 4,11 | 1,047 | 0,109 | 3,89 | 4,32 |
| | Total | 126 | 3,57 | 1,411 | 0,126 | 3,32 | 3,82 |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el fomento de la asociatividad | 1 | 33 | 2,76 | 1,582 | 0,275 | 2,2 | 3,32 |
| | 2 | 93 | 3,85 | 1,042 | 0,108 | 3,63 | 4,06 |
| | Total | 126 | 3,56 | 1,293 | 0,115 | 3,34 | 3,79 |
| Los programas públicos deben | 1 | 33 | 3,7 | 1,237 | 0,215 | 3,26 | 4,14 |

| | | | | | | | |
|---|-----|----|------|-------|-------|------|------|
| basarse principalmente en subvenciones monetarias directas | 2 | 93 | 3,77 | 1,328 | 0,138 | 3,5 | 4,05 |
| Total | 126 | | 3,75 | 1,3 | 0,116 | 3,52 | 3,98 |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación | 1 | 33 | 3,03 | 1,262 | 0,22 | 2,58 | 3,48 |
| | 2 | 93 | 4,02 | 1,103 | 0,114 | 3,79 | 4,25 |
| Total | 126 | | 3,76 | 1,223 | 0,109 | 3,55 | 3,98 |
| La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos | 1 | 33 | 2,79 | 1,193 | 0,208 | 2,36 | 3,21 |
| | 2 | 93 | 3,96 | 1,224 | 0,127 | 3,7 | 4,21 |
| Total | 126 | | 3,65 | 1,316 | 0,117 | 3,42 | 3,88 |
| El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa | 1 | 33 | 2,55 | 1,481 | 0,258 | 2,02 | 3,07 |
| | 2 | 93 | 3,22 | 1,366 | 0,142 | 2,93 | 3,5 |
| Total | 126 | | 3,04 | 1,422 | 0,127 | 2,79 | 3,29 |
| La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público | 1 | 33 | 3,73 | 1,098 | 0,191 | 3,34 | 4,12 |
| | 2 | 93 | 4,25 | 1,09 | 0,113 | 4,02 | 4,47 |
| Total | 126 | | 4,11 | 1,112 | 0,099 | 3,92 | 4,31 |
| Estar asociado a otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público | 1 | 33 | 2,42 | 1,2 | 0,209 | 2 | 2,85 |
| | 2 | 93 | 3,22 | 1,531 | 0,159 | 2,9 | 3,53 |
| Total | 126 | | 3,01 | 1,489 | 0,133 | 2,75 | 3,27 |
| El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas | 1 | 33 | 3,97 | 1,531 | 0,266 | 3,43 | 4,51 |
| | 2 | 93 | 4,12 | 1,187 | 0,123 | 3,87 | 4,36 |
| Total | 126 | | 4,08 | 1,281 | 0,114 | 3,85 | 4,31 |
| Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público | 1 | 33 | 2,76 | 1,821 | 0,317 | 2,11 | 3,4 |
| | 2 | 93 | 3,22 | 1,661 | 0,172 | 2,87 | 3,56 |
| Total | 126 | | 3,1 | 1,708 | 0,152 | 2,79 | 3,4 |
| El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | 1 | 33 | 2,3 | 1,287 | 0,224 | 1,85 | 2,76 |
| | 2 | 93 | 3,54 | 1,239 | 0,128 | 3,28 | 3,79 |
| Total | 126 | | 3,21 | 1,36 | 0,121 | 2,97 | 3,45 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado | 1 | 33 | 2,88 | 1,409 | 0,245 | 2,38 | 3,38 |
| | 2 | 93 | 3,34 | 1,137 | 0,118 | 3,11 | 3,58 |
| Total | 126 | | 3,22 | 1,226 | 0,109 | 3,01 | 3,44 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES | 1 | 33 | 2,97 | 0,918 | 0,16 | 2,64 | 3,3 |
| | 2 | 93 | 3,12 | 0,987 | 0,102 | 2,91 | 3,32 |
| Total | 126 | | 3,08 | 0,968 | 0,086 | 2,91 | 3,25 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las Municipalidades | 1 | 33 | 2,7 | 1,212 | 0,211 | 2,27 | 3,13 |
| | 2 | 93 | 3 | 1,343 | 0,139 | 2,72 | 3,28 |
| Total | 126 | | 2,92 | 1,312 | 0,117 | 2,69 | 3,15 |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES y Municipalidades) | 1 | 33 | 4,06 | 1,248 | 0,217 | 3,62 | 4,5 |
| | 2 | 93 | 3,67 | 1,455 | 0,151 | 3,37 | 3,97 |
| Total | 126 | | 3,77 | 1,409 | 0,126 | 3,52 | 4,02 |

Anexo 3. Resultados ANOVA de un factor

| | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|--|--------------|----------------------|-----|---------------------|--------|---------|
| La información sobre los programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | Inter-grupos | 75,492 | 1 | 75,492 | 58,066 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 161,214 | 124 | 1,300 | | |
| | Total | 236,706 | 125 | | | |
| Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos | Inter-grupos | 46,732 | 1 | 46,732 | 28,650 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 202,260 | 124 | 1,631 | | |
| | Total | 248,992 | 125 | | | |
| Los requisitos de acceso a los programas de apoyo públicos son en general adecuados | Inter-grupos | 51,949 | 1 | 51,949 | 35,439 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 181,765 | 124 | 1,466 | | |
| | Total | 233,714 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la formalización de la empresa | Inter-grupos | 49,543 | 1 | 49,543 | 32,542 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 188,782 | 124 | 1,522 | | |
| | Total | 238,325 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento | Inter-grupos | 22,261 | 1 | 22,261 | 18,022 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 153,167 | 124 | 1,235 | | |
| | Total | 175,429 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión | Inter-grupos | 8,047 | 1 | 8,047 | 6,086 | ,015** |
| | Intra-grupos | 163,953 | 124 | 1,322 | | |
| | Total | 172,000 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing | Inter-grupos | 25,028 | 1 | 25,028 | 14,339 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 216,440 | 124 | 1,745 | | |
| | Total | 241,468 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | Inter-grupos | 56,422 | 1 | 56,422 | 34,163 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 204,792 | 124 | 1,652 | | |
| | Total | 261,214 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | Inter-grupos | 61,761 | 1 | 61,761 | 58,387 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 131,167 | 124 | 1,058 | | |
| | Total | 192,929 | 125 | | | |

| | | | | | | |
|---|--------------|---------|-----|---------|--------|---------|
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología | Inter-grupos | 102,054 | 1 | 102,054 | 86,201 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 146,804 | 124 | 1,184 | | |
| | Total | 248,857 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el fomento de la asociatividad | Inter-grupos | 29,039 | 1 | 29,039 | 20,010 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 179,953 | 124 | 1,451 | | |
| | Total | 208,992 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en subvenciones monetarias directas | Inter-grupos | ,145 | 1 | ,145 | ,085 | ,771 |
| | Intra-grupos | 211,228 | 124 | 1,703 | | |
| | Total | 211,373 | 125 | | | |
| Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación | Inter-grupos | 23,930 | 1 | 23,930 | 18,213 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 162,927 | 124 | 1,314 | | |
| | Total | 186,857 | 125 | | | |
| La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos | Inter-grupos | 33,292 | 1 | 33,292 | 22,516 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 183,343 | 124 | 1,479 | | |
| | Total | 216,635 | 125 | | | |
| La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público | Inter-grupos | 6,587 | 1 | 6,587 | 5,524 | ,020** |
| | Intra-grupos | 147,857 | 124 | 1,192 | | |
| | Total | 154,444 | 125 | | | |
| Estar asociado a otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público | Inter-grupos | 15,233 | 1 | 15,233 | 7,216 | ,008** |
| | Intra-grupos | 261,760 | 124 | 2,111 | | |
| | Total | 276,992 | 125 | | | |
| El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas | Inter-grupos | ,538 | 1 | ,538 | ,326 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 204,669 | 124 | 1,651 | | |
| | Total | 205,206 | 125 | | | |
| Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público | Inter-grupos | 5,098 | 1 | 5,098 | 1,757 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 359,760 | 124 | 2,901 | | |
| | Total | 364,857 | 125 | | | |
| El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | Inter-grupos | 37,126 | 1 | 37,126 | 23,719 | ,000*** |
| | Intra-grupos | 194,088 | 124 | 1,565 | | |

| | | | | | | |
|--|--------------|---------|-----|--------|-------|--------|
| | Total | 231,214 | 125 | | | |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado | Inter-grupos | 5,273 | 1 | 5,273 | 3,583 | .061* |
| | Intra-grupos | 182,504 | 124 | 1,472 | | |
| | Total | 187,778 | 125 | | | |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES | Inter-grupos | ,538 | 1 | ,538 | ,572 | .451 |
| | Intra-grupos | 116,669 | 124 | ,941 | | |
| | Total | 117,206 | 125 | | | |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las Municipalidades | Inter-grupos | 2,237 | 1 | 2,237 | 1,302 | .256 |
| | Intra-grupos | 212,970 | 124 | 1,717 | | |
| | Total | 215,206 | 125 | | | |
| El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado,GORES y Municipalidades) | Inter-grupos | 3,780 | 1 | 3,780 | 1,917 | .169 |
| | Intra-grupos | 244,545 | 124 | 1,972 | | |
| | Total | 248,325 | 125 | | | |
| El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa | Inter-grupos | 10,921 | 1 | 10,921 | 5,599 | .020** |
| | Intra-grupos | 241,881 | 124 | 1,951 | | |
| | Total | 252,802 | 125 | | | |

***: Nivel de significancia del 1%

** : Nivel de significancia del 5%

* : Nivel de significancia del 10%

Anexo 4. Encuesta Realizada

Encuesta sobre características y actitudes hacia los programas de apoyo público de los microempresarios rurales de la comuna de Cauquenes, Región del Maule.

Estimado Microempresario, esta encuesta es realizada por la Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile para la determinación de actitudes hacia los programas de apoyo público. Asimismo está enmarcada dentro del proyecto “*Microemprendimiento en la realidad del campo chileno*”. Su participación es voluntaria y toda información entregada en esta encuesta será tratada de forma confidencial. Agradecemos su participación y su tiempo entregado.

Fecha: _____
N° de Encuesta: _____

I. Antecedentes Generales

Apellidos: Depto:
 Nombres: Edad:
 Población: Comuna:

Teléfono: Celular: Mail:
 Sabe leer y escribir: Si No

Educación:
 Nunca asistió Media técnica profesional
 Pre-básica Técnica de nivel profesional
 Básica, primaria o preparatoria Profesional
 Media científico humanista Posgrado
 Estudios Completos: Si No Está estudiando: Si No

II. Antecedentes Laborales

Actividades Laborales (incluyendo actividades apoyadas por el Programa)

| | Ocupación | Tipo(a) | Régimen (b) | Pago (C) | Tiempo (d) | Contrato (e) | Lugar (f) |
|---|-----------|---------|-------------|----------|------------|--------------|-----------|
| 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | |

- (a): 1. Trabajo remunerado, 2. Trabajo familiar sin remuneración, 3. Trabajador independiente, 4. Quehaceres del hogar, 5. Estudiante
 (b): 1. Permanente, 2. Temporal
 (c): Ingreso obtenido (semanal)
 (d): Horas relativas usadas (semanal)
 (e): 1. Con contrato, 2. Sin contrato
 (f): 1. En la vivienda, 2. Fuera de la vivienda pero dentro de la comuna, 3. En otra comuna.

Preguntas relativas al emprendimiento en el Programa

Dirección del predio:

¿Vive en el predio?: Si No Dueño del predio: Si No

Tamaño de predio (ha):

Terreno:

Propiedad individual inscrita Arriendo Propiedad comunitaria
 Propiedad individual no inscrita Cedido Ocupada de hecho
 Copropiedad o condominio Propiedad Fiscal Propiedad en litigio

Rubro de dedicación principal

Apícola Artesanías Cunicola Hongos
 Avícola Cultivos Frutícola Ganado
 Forestal Florícola Lombricultura Turismo rural
 Hidroponía Semillero Viticultura Otra (¿Cuál__?)
 Plantas medicinales Acuicola Agroindustrial

Participación en organizaciones:

Junta de vecinos Asociación gremial Cooperativa
 Asociación de Canalistas Otra (¿Cuál?:____) Ninguna

Canales de comercialización de su producción:

Supermercados
 Ferias libres
 Distribuidoras
 Exportación
 Venta directa
 Otra (¿Cuál_____?)

III. Antecedentes Familiares

Jefe de Hogar: Si No

Miembros del hogar que apoyan el emprendimiento en el Programa:

| | Edad (a) | Parentesco (b) | Categoría (c) | Actividad(d) | Tiempo(e) |
|---|----------|----------------|---------------|--------------|-----------|
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |

(a): Años

(b): 1. Conyugue, 2. Conviviente o pareja, 3. Hijo/a, 4. Hermano/a, 5. Padre o madre, 6. Cuñado/a, 7. Suegro/a, 8. Yerno o nuera, 9. Nieto/a, 10. Abuelo/a, 11. Otro, 12. No pariente

(c): 1. Trabajador remunerado, 2. Trabajador no remunerado, 3. Otros.

(d): Actividades en relación al emprendimiento en el Programa.

(e): Horas que aporta al emprendimiento en el Programa (semanal)

IV. Estrategia organizacional y disposición frente al Programa

I. Características de la empresa en el Programa

| Responder sí o no a las siguientes preguntas con información relativa a la empresa en el Programa | | |
|--|----|----|
| Equipamiento e Infraestructura | Si | No |
| 1. Dispone de equipamiento específico | | |
| 2. Dispone de teléfono fijo | | |
| 3. Dispone de teléfono celular | | |
| 4. Dispone de un computador fijo | | |
| 5. Dispone de un computador portátil | | |
| 6. Usa <i>Microsoft Office</i> (o similar) para su negocio | | |
| 7. Usa <i>software</i> específico para su negocio | | |
| Conectividad y uso de Internet | Si | No |
| 1. Dispone de conexión de internet fijo | | |
| 2. Dispone de conexión de red móvil | | |
| 3. Dispone de correo electrónico | | |
| 4. Usa internet para realizar trámites en el SII | | |
| 5. Usa internet para realizar transacciones bancarias | | |
| 6. Usa internet para realizar trámites con el Estado | | |
| 7. Usa internet para informarse de los programas que fomenta el Estado | | |
| 8. Usa internet para informarse los programas que fomenta la Municipalidad | | |
| 9. Usa internet para conseguir información agroclimática, precios... | | |
| 10. Usa internet para capacitarse | | |
| 11. Usa internet para vender sus productos | | |
| 12. Usa internet para la compra de insumos | | |
| Innovación y capacitación | Si | No |
| 1. Invierte (tiempo y/o dinero) en innovación | | |
| 2. Colabora con otros productores para buscar soluciones técnicas | | |
| 3. Ha recibido asesoría técnica en los últimos 3 años | | |
| 4. Ha recibido capacitación en gestión en los últimos 3 años | | |
| 5. Ha recibido capacitación en marketing en los últimos 3 años | | |
| 6. Ha recibido capacitación técnico-productiva en los últimos 3 años | | |
| 7. Ha recibido capacitación en uso de TIC's en los últimos 3 años | | |
| 8. Ha asistido a giras técnicas en los últimos 3 años | | |
| Acceso a programas públicos | Si | No |
| 1. Ha sido beneficiario de otros programas SERCOTEC en los últimos 5 años | | |
| 2. Ha sido beneficiario del programa PRODESAL en los últimos 5 años | | |
| 3. Ha sido beneficiario de otros programas INDAP en los últimos 5 años | | |
| 4. Ha sido beneficiario de un programa FIA en los últimos 5 años | | |
| 5. Ha sido beneficiario de un programa CORFO en los últimos 5 años | | |

| | | |
|--|--|--|
| 6. Ha sido beneficiario de un programa de otra institución pública en los últimos 5 años | | |
| 7. Se informa sobre los programas de apoyo de INDAP | | |
| 8. Se informa sobre los programas de apoyo de SERCOTEC | | |
| 9. Se informa sobre los programas de apoyo de CORFO | | |
| 10. Se informa sobre los programas de apoyo de FIA | | |
| 11. Se informa sobre los programas de apoyo del GORE | | |
| 12. Se informa sobre los programas de apoyo de la Municipalidad | | |

II. Disposición frente a los programa públicos

| Evalúe de 1 (COMPLETAMENTE en desacuerdo) a 5 (COMPLETAMENTE de acuerdo) las siguientes afirmaciones relativas a sus expectativas sobre el apoyo del sector público a su emprendimiento | |
|--|-------------|
| Afirmación | Nota |
| 1. La información sobre programas públicos disponibles para mi empresa es accesible | |
| 2. Los trámites para la postulación a programas públicos son en general sencillos | |
| 3. Los requisitos de acceso a los programas de apoyo público son en general adecuados | |
| 4. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la formalización de mi empresa | |
| 5. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el acceso a financiamiento | |
| 6. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en gestión | |
| 7. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en marketing | |
| 8. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación en uso de TIC's | |
| 9. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos mi capacitación técnica | |
| 10. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos la transferencia de tecnología | |
| 11. Los programas públicos deben priorizar por sobre otros objetivos el fomento de la asociatividad | |
| 12. Los programas públicos deben basarse principalmente en subvenciones monetarias directas | |
| 13. Los programas públicos deben basarse principalmente en apoyo técnico y capacitación | |
| 14. La renovación de un beneficio público debería estar sujeta al cumplimiento de objetivos | |
| 15. La sustentabilidad ambiental debería ser requisito de acceso a apoyo público | |
| 16. Estar asociado con otros empresarios debería ser requisito de acceso a apoyo público | |
| 17. El apoyo del sector público debe ser principalmente a las pequeñas empresas | |
| 18. Las grandes empresas agropecuarias no deben ser beneficiarias de ningún apoyo público | |
| 19. El apoyo que el sector público ofrece a los emprendedores es suficiente | |
| 20. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% a nivel del Estado | |
| 21. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde los GORES | |
| 22. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse 100% desde las municipalidades | |
| 23. El apoyo al emprendimiento debe coordinarse conjuntamente (Estado, GORES y municipalidades) | |
| 24. El apoyo del sector público ha sido fundamental para el desarrollo de mi empresa | |

Muchas gracias por su colaboración

BIBLIOGRAFÍA

Banco Central de Chile, 2012. Cuentas nacionales de Chile 2008-2012. Disponible en <http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/actividad-economica-gasto/aeg01i.html> Leído el 18 de diciembre del 2013.

Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento – BIRF 2009. Una nueva geografía económica. Informe sobre el desarrollo mundial. Disponible en http://siteresources.worldbank.org/INTWDR2009/Resources/WDR_OVERVIEW_ES_Web.pdf Leído el 15 de Mayo del 2014.

Biblioteca nacional del congreso, 2013. Reporte estadísticos Distritales y comunales 2013. Disponible en <http://reportescomunales.bcn.cl/2013/index.php/Cauquenes>. Leído el 28 de diciembre del 2013.

Boisier S. y V. Silva. 2001. Propiedad del Capital y Desarrollo Regional Endógeno en el Marco de las Transformaciones del Capitalismo Actual. Reflexiones Acerca de la Región del Bío-Bío, Chile. En F. Albuquerque, C.A. de Mattos y R. Jordán (eds.) *Revolución Tecnológica y Reestructuración Productiva. Impactos y Desafíos Territoriales*», GEL, Buenos Aires.

Corporación Andina de Fomento (CAF), 2005. América Latina en el comercio global. Ganando mercados. Caracas. Disponible en www.caf.com/publicaciones Leído el 15 de mayo del 2014.

FIA, 2013. ¿Qué es innovación?. Santiago Chile Disponible en: <http://www.fia.gob.cl/Financiamiento/Qu%C3%A9esInnovaci%C3%B3n.aspx>. Leído el 20 de mayo del 2014.

Goldmark, L. 2001. Microenterprise development in Latin America: Towards a new flexibility. *Journal of Socio-Economics*, 30, 145-149.

González, T. 2005. Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*. Disponible en http://www.serbi.luz.edu.ve/pdf/rvg/v10n31/art_04.pdf Leído el 25 de marzo de 2014.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. 1998. *Metodología de la investigación*. 2a. ed. McGraw-Hill. Ciudad de México, México. 501p

Instituto de Desarrollo Agropecuario 2007. *Micro y pequeña empresa agropecuaria en Chile: Criterios para la focalización eficiente de las políticas para el sector de acuerdo al VII censo agropecuario*, 37 p.

Instituto de desarrollo agropecuario. 2011. Plan Estratégico 2010-2014. INDAP. Santiago, Chile. 32p.

Instituto de desarrollo agropecuario. 2012. Desarrollo rural: El desafío de una política pública integral. INDAP. Santiago de Chile. 4p.

Jaramillo, J. Escobedo, J. Morales, J. Ramos, J. 2012. Perfil emprendedor de los pequeños empresarios agropecuarios en el Valle de Puebla, México. Vol N° 8, N° 1. Leído el 25 de mayo de 2014.

Lara, C. 1999. Desarrollo y perspectivas de los agronegocios de las empresas asociativas campesinas en la Décima Región. In. Lerdon, J.; Vera, B.; Blanco G., (eds.). 4to Encuentro de Econ. Agrarios Gestión Agrícola: Innovación para el Desarrollo. Valdivia, Chile. Pp. 106-117.

Lozano, G, Romero, C, & Serrano, L., 2010. La asociatividad como modelo de gestión para promover las exportaciones en las pequeñas y medianas empresas en Colombia, A. C. SEKN Case No. SKS-003. Boston, MA: Harvard Business School Publishing. Leído el 15 de mayo de 2014.

MIDEPLAN. 2006. Encuesta Casen. Síntesis del Mideplan. Disponible en: <http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/Estadisticas/comunal.html>. Leído el 3 de septiembre de 2013.

Ministerio de Agricultura. 2006. Consejo CHILE POTENCIA ALIMENTARIA Documento base para la elaboración de una agenda pro-competitividad. Santiago. Octubre, 2006 Disponible en : http://transparencia.minagri.gob.cl/descargas/participacion_ciudadana/agenda.pdf, Leído el 3 de septiembre 2012

Montilla M., López W., y Espinosa N. 2007. Estudio de la conceptualización del hombre desde la perspectiva de las teorías organizacionales. Universidad de Los Andes, Trujillo, Venezuela 35p.

Munduate L., Ganaza J. y Alcaide M., 1991. Estilos de gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones. Universidad de Sevilla 15p.

OCDE, 2010. Estudio económico en Chile, síntesis de la OCDE, México D.F., Enero, 2010 Disponible en: <http://www.oecd.org/centrodemexico/44493040.pdf>, Leído el 3 de septiembre 2012.

O. Godard, J.P. Cerón, K. Vinaker, S. Pasaris. 2007. Desarrollo Endógeno y Diferenciación de Espacios de Desarrollo: Un Esquema de Análisis para el Desarrollo Local. Revista de estudios territoriales N° 24, Madrid. 12p

Oyarzún M., Moreira V, 2009. Caracterización de la Microempresa Agrícola del Sur de Chile. Volumen 27, N° 3, Páginas 89-899, IDESIA (Chile) Septiembre – Diciembre.

Pino, C. 2005. Estudio de sostenibilidad de sistemas vitícolas en transición agroecológica en la provincia de Cauquenes, Chile. 146 f. Tesis (Maestría en Agroecología y Desarrollo Rural Sostenible) – Universidad Internacional de Andalucía, Baeza.

Porter, 1990. The Competitive Advantage of Nations. Free Press, New York, 35 p.

Rammel C., Stagl S. y Wilfing, H., 2007. Managing complex adaptive systems – A co-evolutionary perspective on natural resource management. Revista Science Direct. 15p.

Santesmases M. 2009. DYANE Versión 4 Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados. Madrid, España. 554p.

Servicio de cooperación técnica (SERCOTEC). 2003. Microempresas familiares. Disponible en www.sercotec.cl/docs/Aspectos_Generales.pdf Leído el 25 de marzo de 2014.

Servicio de cooperación técnica (SERCOTEC). 2010. La situación de la micro y pequeña empresa en Chile. Disponible en <http://www.redmicrofinanzas.cl/web/wp-content/uploads/2010/07/Libro-Sercotec-OIT-Abril-2010.pdf> Leído el 26 de marzo del 2014.

Stiglitz, J., Charlton. A, J.A., Spiegel, S., Ffrench-Davis, R. and Deepak Nayyar (2007) Stability with Growth: Macroeconomics, Liberalization and Development. Oxford: Oxford University Press. Disponible en http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010131572014000100005&script=sci_arttext. Leído el 25 de mayo de 2014.

The Economist, 2014. What is Inovation?. The Economist. Volumen 8, Capitulo 2, 32 páginas Disponible en www.economist.com. Leído el 20 de mayo 2014

Universidad de Santiago, 2008. “Estudio para la caracterización del canal feria para la distribución de productos hortofrutícolas en la Región Metropolitana, Julio 2008, Disponible en http://www.odepa.gob.cl/odepaweb/servicios/informacion/publica/Estudio_canal_feria.pdf, Leído el 17 de diciembre 2013

U.S. Geological Survey (USGS), 2012. Historic World Earthquakes-Sorted by Country/Region&Date-Chile. http://earthquake.usgs.gov/earthquakes/world/historical_country.php. November 1, 2012 Leído el 5 de Noviembre de 2012

Valenzuela, M. E., R. Meglio, G. Reinecke, Centro de Estudios de la Mujer (Santiago de Chile) & Organizacion Internacional del Trabajo, 2006. De la casa a la formalidad: experiencias de la Ley de Microempresas Familiares en Chile. Santiago de Chile: CEM OIT

Vidal I. 1998. Diseño de tipologías de consumidores mediante la utilización conjunta del análisis clúster y otras técnicas multivariantes. *Economía Agraria*. 182:75-104.

Ward, J. H., Jr., 1963. "Hierarchical Grouping to Optimize an Objective Function", *Journal of the American Statistical Association*, 58, 236–24