



UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO  
ESCUELA DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

## TEMA: INFOCENTROS PARA LAS MICROS Y PEQUEÑAS EMPRESAS, MYPES

Alumna: Godoy Flores, Regina

Profesor guía: Butikofer R., Pablo Profesor guía

Tesis para optar al título de Ingeniero de ejecución en gestión pública

Rancagua, enero 2002



***“ Yo, por mi parte,  
no era más que un canalito del río,  
un arroyo que se pierde en el jardín.  
Pero pensé : “ Voy a regar mi jardín, voy a rociar mis flores”  
¡ Y he aquí que mi arroyo se convirtió en un río,  
y mi río en un mar !***

***( Siracides 24.30)***

## INDICE

<b>1.-</b>	<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>2.-</b>	<b>ANALISIS DEL CONTEXTO.....</b>	<b>5</b>
2.1.	Presencia de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el universo empresarial Chileno, entre los años 1994 – 1997 ....	7
2.1.1.	Número de micro, Pequeñas y Medianas empresas existentes En Chile .....	8
2.1.2.	Distribución del Universo empresarial por tamaño.....	10
2.1.3.	Crecimiento del Número de Micro, Pequeñas y medianas Empresas entre 1994 – 1997.....	12
2.1.4.	Distribución Territorial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas .....	15
2.1.4.1	Regiones donde las Micro, Pequeñas y medianas empresas Crece más .....	16
2.1.4.2	Regiones donde hay mayor presencia de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas.....	16
2.1.5.	Distribución de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas por Sector económico.....	17
2.1.5.1	Sector económico donde la proporción de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas es mayor.....	18
2.1.5.2	Sector económico donde la Micro, Pequeña y mediana empresa Crece más .....	20
<b>3.-</b>	<b>MARCO TEORICO .....</b>	<b>22</b>
3.1.	Caracterización de las MYPES .....	22
3.1.1.	Rol de las MYPES en la economía Chilena .....	23
3.2.	Las TICs.....	26
3.3.	Globalización.....	27
3.4.	Nueva economía.....	28
3.4.1	Las TICs y la nueva economía.....	29
3.5.	Política Pública.....	29
3.5.1.	Etapas del proceso de las Políticas Públicas.....	30

<b>4.-</b>	<b>GLOBALIZACION.....</b>	<b>33</b>
4.1.	La Globalización económica y el Rol cambiante del estado.....	34
4.2.	La Globalización y las comunicaciones.....	35
4.3.	La Globalización y la Economía.....	39
<b>5.-</b>	<b>TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION.....</b>	<b>43</b>
5.1.	Internet.....	43
5.2.	Intranet.....	43
5.3.	Extranet.....	44
5.4	Productividad.....	44
5.4.1.	Productividad Individual.....	45
5.4.2.	Productividad en grupo.....	45
5.4.3.	Productividad de la organización.....	45
5.5.	Conectividad sin límites.....	46
5.5.1.	Utilidad empresarial.....	47
5.5.2.	Nuevos negocios.....	48
5.5.3.	Los Portales.....	48
5.5.4.	Comercio electrónico.....	49
<b>6.-</b>	<b>INFOCENTROS MYPES.....</b>	<b>50</b>
6.1.	Antecedentes.....	50
6.2.	Definición de los distintos tipos de empresas.....	51
6.2.1.	Microempresa.....	51
6.2.2.	Pequeña Empresa.....	51
6.2.3.	Mediana Empresa.....	51
6.2.4.	Gran empresa.....	52
6.3.	Definición de Infocentros para las MYPES.....	52
6.4.	Experiencia recorrida en Infocentros.....	53
6.5.	La Experiencia del Ministerio de Economía y Sercotec.....	54
6.6.	Desarrollo de los contenidos disponibles en los Infocentros.....	56
6.7.	Objetivos de los Infocentros MYPES.....	57
6.7.1.	Objetivo general.....	57
6.7.2.	Objetivos específicos.....	57
6.7.3.	Objetivos estratégicos.....	57
6.8.	Los usuarios.....	58

6.9.	Descripción de la prestación de servicios.....	58
6.9.1.	Servicios recibidos.....	58
6.10.	Requerimientos para un Infocentro.....	59
6.10.1.	Presupuesto de un Infocentro Tipo.....	59
6.11	Gestión y funcionamiento.....	60
6.12.	Sustentabilidad.....	60
6.13.	Experiencia piloto: Infocentro Rancagua.....	61
6.13.1	Objetivo general de Infocentro Rancagua.....	63
6.13.2	Objetivos específicos Infocentro Rancagua.....	63
6.13.3	Funcionamiento y servicios.....	64
<b>7.-</b>	<b>POLITICAS PARA LAS MYPES PERIODO 2000 – 2005.....</b>	<b>67</b>
7.1.	Nueva Política Pública.....	68
7.2.	Antecedentes del programa de Infocentros para las MYPES.....	70
7.3.	Objetivo General.....	71
7.4.	Objetivos específicos.....	71
7.5.	Elementos de apoyo a la instalación y sustentabilidad.....	71
7.6.	Quienes pueden postular.....	72
7.7.	Fondos asignables.....	72
7.8.	Evaluación y selección de proyectos.....	73
7.8.1.	Factores de evaluación.....	73
7.9.	Presentación de proyectos.....	74
<b>8.-</b>	<b>CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....</b>	<b>76</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
	<b>AGRADECIMIENTOS</b>	

## **1. INTRODUCCION**

Vivimos en el umbral de un nuevo tipo de civilización, donde los conocimientos y las comunicaciones adquieren valor estratégico para el desarrollo económico de las naciones, la Globalización de los mercados, la gestión de los asuntos públicos y privados, y para el desempeño, la movilidad y la prosperidad de los individuos.

Estamos pasando desde una civilización de producciones industriales masivas, en torno al progreso de las máquinas, a una civilización de servicios y aplicación de conocimientos. Es el desplazamiento del hardware hacia el software, de la ingeniería de productos al diseño de procesos, del énfasis en los recursos naturales al énfasis en el valor agregado, de la memoria humana al archivo informatizado, de la producción a la conversación, del orden jerárquico al orden de las redes.

Al convertirse la información en un recurso crucial para la producción y la política, aquellas personas e instituciones que más directamente trabajan con ese recurso se transforman en una parte cada vez más importante en la sociedad.

La información en el nuevo milenio adquiere una nueva dimensión con la posibilidad de acceso a la red informática mundial Internet, constituyéndose en una herramienta indispensable para que los empresarios de todos los sectores puedan desarrollar sus negocios de manera ágil, flexible, y moderna, de acuerdo con las nuevas exigencias del mercado. Internet permite a los empresarios estar al día de los movimientos del mercado de bienes y servicios, al ser un vehículo de transmisión de ofertas y demandas, de precios, volúmenes, origen y destino, por nombrar sólo algunos de los componentes de la

comercialización. Asimismo, abre también posibilidades de acceso a la banca electrónica, a cursos de capacitación, a información sobre normativas y beneficios a los que las empresas pueden acceder, entre muchos otros.

El fácil acceso a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación solo la tienen las grandes y medianas empresa del país, pero las micro y pequeñas empresas, las MYPES, no tienen todas las herramientas y condiciones para beneficiarse de los desarrollos informáticos, y esto contribuye a aumentar la brecha de competitividad y productividad entre las grandes y las pequeñas empresas.

El Presidente ha sostenido que: "El objetivo central de mi gobierno, es crecer con igualdad, para crecer con igualdad, necesitamos de pequeñas empresas fortalecidas y con mayores oportunidades para desarrollarse, pues sólo ello asegura que podamos crear más y mejores empleos para todos. Nuestra nación requiere la modernización masiva de la Pequeña Empresa"

Es así como en su compromiso N° 9 con la pequeña empresa señala " Masificaremos el acceso de las Pequeñas Empresas a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación. Nuestra meta es que 300 mil empresas lleguen a realizar comercio electrónico vía Internet, difundan sus servicios en la red, obtengan información pública, paguen impuestos y efectúen pagos previsionales y de salud"

Como parte de este compromiso surge la iniciativa de poner en marcha una red de INFOCENTROS públicos para este importante sector de la economía. Este compromiso busca la igualdad de oportunidades para el sector empresarial de la Pequeña y Microempresa en el área de la

información a través de la promoción y desarrollo de experiencias que se orienten en esta línea.

Considerando que en el contexto de la globalización, las nuevas tecnologías de información y comunicación, tales como la red Internet y el correo electrónico, se han transformado en herramientas de un alto valor estratégico para asegurar la competitividad de las empresas.

El conocimiento y utilización de estas herramientas serán requisitos básicos para poder participar con éxito en la denominada nueva economía, la que fundamentalmente se refiere a nuevas y cambiantes maneras de hacer negocios.

Mirado de ese modo, la presente<sup>1</sup> tesis pretende responder a la interrogante de cuan efectivos son los Infocentros para las MYPES como medio de acceso a Internet y a las nuevas tecnologías de Información y comunicación, si son una alternativa de desarrollo y si realmente contribuyen a disminuir la brecha de competitividad y productividad entre las grandes y las pequeñas empresas. Como una forma de abordar esta problemática, se ha realizado un estudio del contexto de las MYPES, cual es la presencia de las micro y pequeñas empresas en el universo Empresarial Chileno, que acciones ha emprendido el estado para incorporar las MYPES a la nueva economía , con el fin de determinar si estas nueva política “ Implementación de Infocentros MYPE” está superando el modelo discriminatorio contra la pequeña empresa, para lograr su crecimiento con equidad, dentro de una economía globalizada.

La metodología del estudio ha consistido en la recopilación, análisis y síntesis de diversos documentos que dan cuenta de las diversos acciones llevadas a cabo por las distintas instituciones estatales en su preocupación por el desarrollo de la pequeña empresa nacional.

Entrevistas a Directores de Servicios de Fomento Productivo y sus Funcionarios, Como también a Micro y Pequeños empresarios Regionales, que han utilizado el servicio del Infocentro de Rancagua, además entrevisté al Presidente de la cámara de comercio de Rancagua, para saber que opinan sus pequeños empresarios asociados, del uso de las nuevas Tecnologías

El presente documento está dividido en 6 secciones: Análisis del contexto, Marco Teórico, Globalización, Tecnologías de Información, Infocentros MYPE y Las políticas para las MYPES, período 2000 –2005.-

## 2. ANALISIS DEL CONTEXTO

La economía mundial ha tenido profundas transformaciones en las últimas décadas, los conceptos de economía de mercado, liberación del comercio internacional, libre acceso a los flujos de capital, productos y servicios por parte de los países, han mostrado empíricamente que son condiciones necesarias para permitir una alta tasa de crecimiento económico, un efectivo desarrollo social y la consolidación de las instituciones democráticas.

Por otra parte, la globalización y la explosión del acceso de los pueblos a los medios masivos de información audiovisual, han despertado, en todas las naciones, la legítima aspiración a mejorar sus condiciones de vida y su posibilidad de obtener mejores oportunidades de progreso personal.

No existe forma de sustraerse a estos dos hechos básicos:

- Los ciudadanos de todos los países demandan con creciente urgencia obtener los estándares de vida de las naciones más desarrolladas y
- El mercado libre y competitivo es la única herramienta eficaz para alcanzar tal aspiración.

El modelo de desarrollo aplicado en Chile<sup>1</sup> ha recogido ambos desafíos, bajo el principio de *crecer con igualdad*, sobre tres pilares :

- a) Una economía de mercado, abierta al mundo y por lo tanto, competitiva
- b) Un sistema de "*friendly regulation*", que promueve la iniciativa privada y actúa para corregir las fallas e inequidades del mercado
- c) El estado orienta su acción a la protección y apoyo a los grupos vulnerables de la sociedad.

---

<sup>1</sup> Doc. "Proyecto rediseño institucionalidad pública relacionada con la función de Fomento productivo" Min. Secret. General de la Presidencia. 30.04.2001

Dada las condiciones anteriores, y en un contexto de creciente integración comercial con otros países y constante reducción de los instrumentos de protección a la actividad interna, para que el país crezca y se desarrolle en un ambiente de estabilidad macroeconómica se requiere de aumentos sostenidos de productividad de los factores (especialmente de trabajo) y, por ende, conseguir cada vez mayor competitividad, tanto externa como interna.

El crecimiento sostenido de la economía requiere desarrollar el potencial productivo del conjunto del país, a través de una estrategia compartida tendiente a promover nuevos sectores dinámicos y a enfrentar los desafíos que plantea la competencia internacional. Esto implica introducir una dinámica de transformación productiva en la economía, que no solo involucre a las grandes empresas, sino también a las actividades económicas de menor escala, pues el desafío de la competitividad afecta a todas las actividades económicas, cualquiera sea su tamaño<sup>2</sup>.

Para el logro de estos objetivos, se requiere un esfuerzo intensivo por disminuir la brecha existente, en términos de productividad e ingresos, entre los distintos segmentos de la economía. La integración de los sectores excluidos del procesos de crecimiento económico a modos más dinámicos, exige el desarrollo de la pequeña y mediana empresa, y muy en especial, de la pequeña producción. Su relativa marginación del proceso de modernización de la economía sólo puede ser superada con el apoyo de políticas públicas que consideren la especificidad de este amplio sector. Mejorar su inserción en la economía no sólo incide positivamente en el logro de una mayor equidad, sino en la eficiencia del sistema económico en su conjunto.

---

<sup>2</sup> Doc. "Plan de desarrollo de la Microempresa" MIDEPLAN 21-07-1995

## **2.1. Presencia de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Universo Empresarial Chileno entre los años 1994 a 1997**

Existen diversas opciones para determinar los tamaños de empresas: empleo, volumen de ventas, capital y otros; pero se ha mantenido el criterio de clasificación utilizado en el libro sobre la PYME publicado por CORFO en 1994<sup>3</sup>. Es decir, una clasificación de las empresas según el volumen de ventas anuales que realizan. Este indicador entrega una medida bastante cercana del nivel de actividad desarrollado por cada empresa y de su potencial acceso al sistema financiero, a la tecnología y a la capacitación.

Fijado el volumen de ventas como criterio de clasificación, las subdivisiones por estratos se efectuaron según la definición de tamaño de empresas que CORFO emplea en la actualidad en la mayoría de sus programas de apoyo a la PYME. Esto es:

<b>A. TAMAÑO</b>	<b>VALOR VENTAS ANUALES EN UNIDADES DE FOMENTO<sup>4</sup></b>
Microempresa	Menos de 2.400
Pequeña Empresa	De 2.401 a 25.000
Mediana Empresa	De 25.001 a 100.000
Gran Empresa	Más de 100.001

<sup>3</sup> "PYME. Un desafío a la modernización productiva", CORFO, 1994.

<sup>4</sup> La unidad de fomento (UF) es fijada diariamente por el Banco Central de Chile en función de la inflación. Es utilizada ampliamente por el sistema financiero en sus operaciones de crédito, así como por CORFO y otras instituciones para la determinación de modalidades de apoyo a la PYME.

### **2.1.1 . Número de Micro, Pequeñas y Medianas empresas existentes en Chile<sup>5</sup>**

En 1997 se registra un total de 526.920 empresas que realizan actividades económicas en el país. De éstas, 89.675 son empresas pequeñas y medianas, lo que significa que el sector representa 17% de dicho universo empresarial.

Del total de empresas PYME, 78.805 son pequeñas; es decir, facturan anualmente entre 2.400 y 24.000 UF. Las restantes 10.870 son medianas, con ventas anuales netas de hasta 100.000 UF.

Cabe precisar que el universo total registrado es menor al que efectivamente realiza operaciones productivas y genera empleos. Existe un número importante de empresas que no paga o que no está afecto al Impuesto al Valor Agregado (IVA), que constituye la base de información que se dispone del Servicio de Impuestos Internos. ( ver cuadro y gráfico N° 1)

---

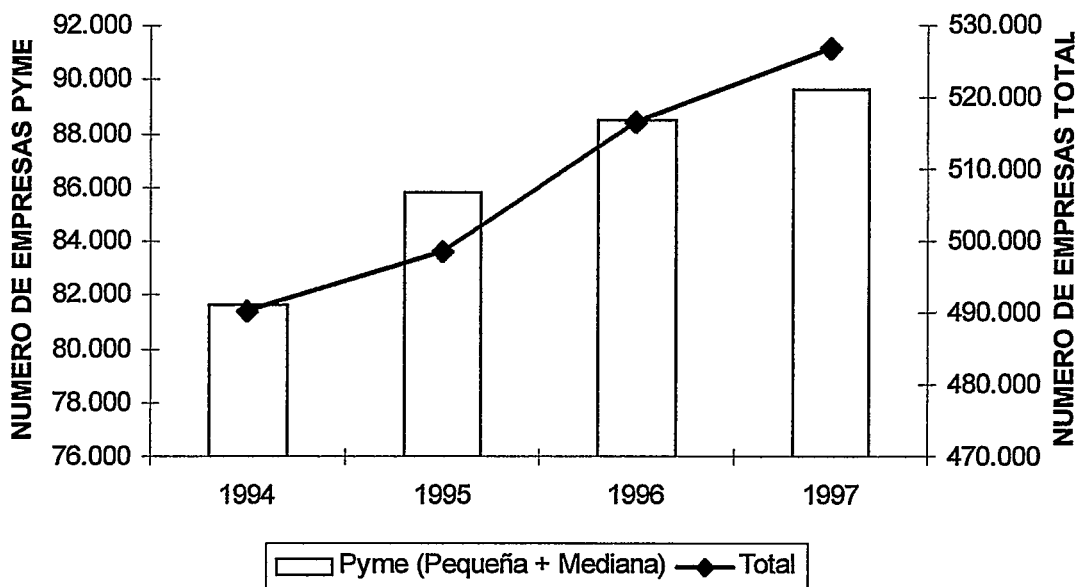
<sup>5</sup> Se incluye en esta definición a las empresas que mensualmente efectúan declaraciones de Impuesto al Valor Agregado (IVA), el cual grava las ventas realizadas y facturadas. Se excluye, por tanto, a las empresas que están exentas del pago de IVA, a aquellas que tributan en segunda categoría, a los profesionales independientes que no emiten facturas, así como a las personas naturales y empresas que no registran movimiento comercial en el año de referencia.

**Cuadro 1**  
**NUMERO DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO**  
**1994 - 1997**

<b>TAMAÑO</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
Micro	404.599	406.371	423.319	432.431
Pequeña	71.984	75.570	77.796	78.805
Mediana	9.549	10.260	10.721	10.870
Pyme (Pequeña + Mediana)	81.633	85.830	88.519	89.675
Grande	4.054	4.388	4.870	4.814
<b>TOTAL</b>	<b>490.286</b>	<b>498.589</b>	<b>516.508</b>	<b>526.920</b>

Fuente: CORFO, sobre la base de información del Servicio de Impuestos Internos.

**Gráfico 1**  
**NUMERO DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO**  
**1994 - 1997**



### **2.1.2. Distribución del Universo Empresarial por tamaño**

Del universo total de 526.920 empresas registradas en Chile durante el año 1997, el mayor número de ellas se concentra en la Microempresa, con 82% de ese total. La PYME, por su parte, representa 17%. Sumados ambos segmentos —Microempresa y PYMEs— llegan a constituir 99% del universo empresarial. Poco menos del 1% restante, 4.814 empresas, corresponde a grandes empresas.

Las PYME aumentan levemente su participación sobre el total, al pasar de 16,7% en 1994 a 17% en 1997. Este incremento es resultado tanto del crecimiento que anotó la participación de las pequeñas empresas, desde 14,7% a 15%, como del aumento de las medianas empresas, que suben de 2% a 2,1%. Los otros dos grupos de empresas muestran tendencias opuestas entre sí; por una parte, la Microempresa disminuye su participación desde 82,5% a 82,1% y, por otra, crece la proporción de grandes empresas de 0,8% a 0,9%. ( Ver cuadro y Gráfico N° 2)

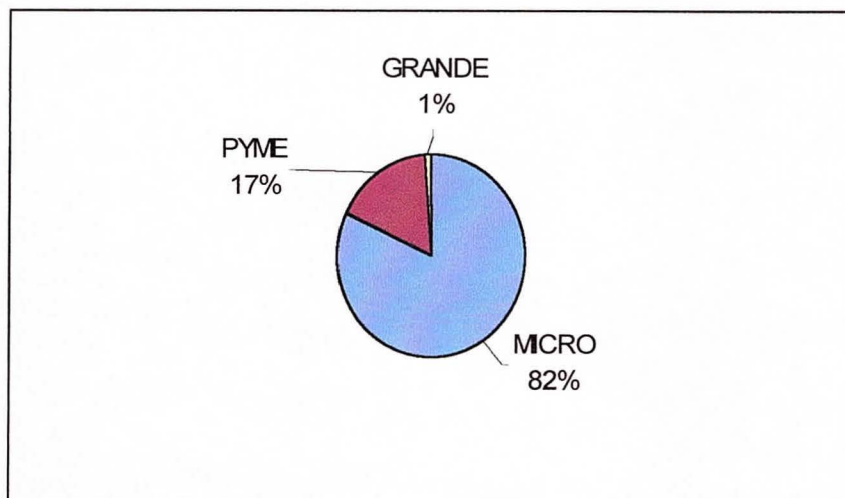
El mayor porcentaje de PYME se anota en 1995, cuando asciende a 17,22%, determinado por el incremento del número de empresas pequeñas.

**Cuadro 2**  
**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO**  
**1994 - 1997**

<b>TAMAÑO</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>
Micro	82,52	81,91	81,96	82,07
Pequeña	14,68	15,16	15,06	14,96
Mediana	1,97	2,06	2,08	2,06
Pyme (Pequeña + Mediana)	16,65	17,22	17,14	17,02
Grande	0,83	0,87	0,90	0,91
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: CORFO, sobre la base de información del Servicio de Impuestos Internos.

**Gráfico 2**  
**DISTRIBUCION PORCENTUAL DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO**  
**1997**



### **2.1.3. Crecimiento del número de MYPE entre 1994 y 1997**

El número de empresas PYME aumentó en 8.042 empresas entre 1994 y 1997. Esto representa un crecimiento cercano a 10%, tasa superior al promedio nacional de 7,5%.

Dicho promedio estuvo muy afectado por el bajo crecimiento (6,7%) experimentado por las Microempresas, que contrasta con el incremento de 18,8% registrado por las grandes empresas.

Tal crecimiento conserva la tendencia a la disminución verificada en todos los estratos desde comienzos de la década de los años 90, manteniéndose también la situación de los tres estratos en términos de cuál crece más.

Recuérdese que la tasa de crecimiento para el total durante el período 1990 -1993 fue de 13,4%, al cual contribuyó la Microempresa con 10%, la PYME con 33% y la gran empresa con 42%.<sup>6</sup>

En relación con el período 1994 –1997, el crecimiento de la PYME estuvo concentrado principalmente en los primeros años, cuando se apuntaron tasas de 5% en 1995 y de 3% en 1996. En 1997 el crecimiento sólo alcanzó a 1%.

Este desempeño fue similar en las pequeñas y en las medianas empresas, si bien en estas últimas las tasas de crecimiento fueron superiores.

---

<sup>6</sup> Las referencias que se realicen a cifras del período 1990-1993 están basadas en el libro "PYME. Un desafío a la modernización productiva", CORFO, 1994. En ese texto se consideró como PYME a las empresas con facturación de entre 2.400 y 50.000 UF.

Las pequeñas empresas elevaron su número en 9,5% durante el período. En términos anuales, esta tasa bajó de un 5% en 1995 a 3% en 1996 y a 1,3 % en 1997. Las medianas empresas, por su parte, crecieron en 12,7% en los tres años y bajaron desde 6,3% en 1995 a 4,5% en 1996 y a 1,4% en 1997. (ver cuadro N° 3)

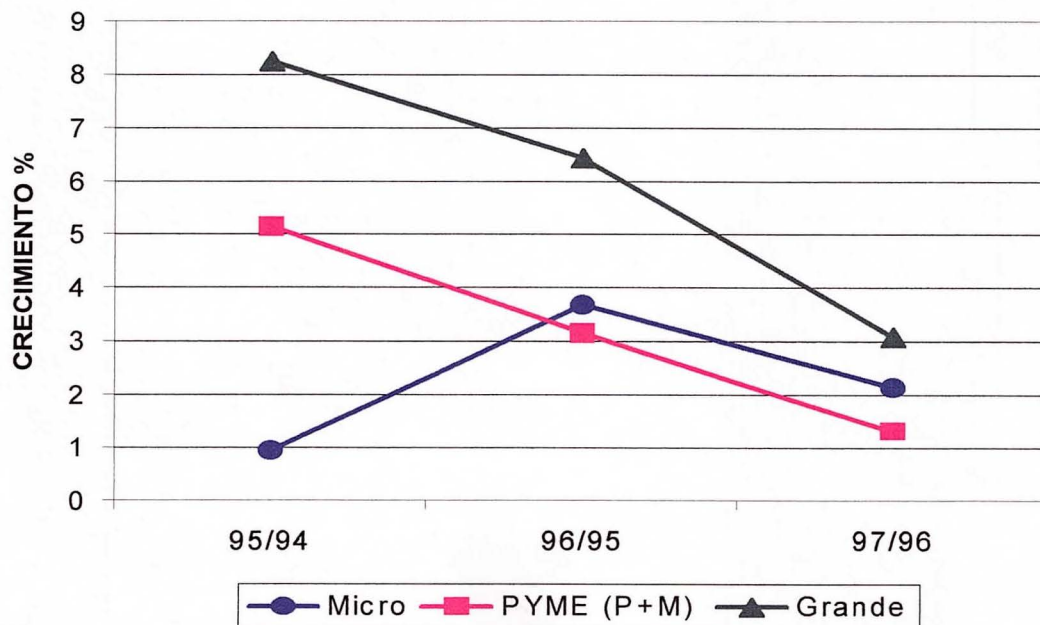
Las Microempresas exhibieron en igual lapso un comportamiento errático; en total, aumentaron su número en 6,9%, experimentando un crecimiento menor a 1% en 1995, de 3,7% en 1996 y de 2,2% en 1997. (Ver cuadro y Gráfico N° 3)

**Cuadro 3**  
**TASA DE CRECIMIENTO DEL NUMERO DE EMPRESAS SEGUN**  
**TAMAÑO**  
**1994 –1997**  
**(%)**

<b>TAMAÑO</b>	<b>95/94</b>	<b>96/95</b>	<b>97/96</b>	<b>97/94</b>
Micro	0,93	3,66	2,15	6,88
Pequeña	4,98	2,95	1,29	9,48
Mediana	6,33	4,49	1,39	12,65
Pyme (Pequeña + Mediana)	5,14	3,13	1,31	9,9
Grande	8,24	6,43	3,08	18,75
<b>TOTAL</b>	<b>1,69</b>	<b>3,59</b>	<b>2,02</b>	<b>7,47</b>

Fuente: CORFO, sobre la base de información del Servicio de Impuestos Internos (SII).

**Gráfico 3**  
**TASA DE CRECIMIENTO DEL NUMERO DE EMPRESAS SEGUN**  
**TAMAÑO**  
**1994 –1997**



### **2.1.4 Distribución Territorial de las PYME<sup>7</sup>**

Siguiendo el patrón general de concentración del número de empresas, las empresas pequeñas y medianas se localizan principalmente en la Región Metropolitana. De las 89.765 PYME existentes en 1997, está localizado en la Región un total de 45.198 empresas, que equivalen a poco más del 50%. Las regiones que le siguen en importancia numérica son la VIII Región del Biobío y la V de Valparaíso, con 8.205 y 8.136 empresas respectivamente.

Las cuatro regiones con menos presencia empresarial fluctúan entre el 0,7% de Aysén; 1,2% de Magallanes; 1,7% de Atacama y 2,9% de Antofagasta.

La Microempresa constituye el segmento más descentralizado. Sin embargo, también acusa diferencias substanciales al comparar las regiones de mayor actividad productiva con aquellas de menor actividad. Las primeras aglutinan en conjunto a 37% de las Microempresas —algo más que la Región Metropolitana— y las de menor actividad, al 6,6% de dicho segmento.

Lo anterior arroja bastante luz sobre las orientaciones de política que guían la promoción del crecimiento y del desarrollo productivo en las distintas zonas del país. Mientras en las regiones donde se concentra el mayor número de empresas las tareas básicas se relacionan con la modernización y adecuación de las empresas, en aquellas regiones con

---

<sup>7</sup> La división administrativa de Chile establece la existencia de 13 regiones, cada una con un nombre y un número romano que las ordenan de norte a sur. La excepción la constituye la Región Metropolitana de Santiago. En el texto se hará referencia a las regiones indistintamente por ambas denominaciones, nombre o número.

Las regiones cuyo mundo empresarial está conformado en mayor proporción por Microempresa son Tarapacá, Coquimbo, Maule y Aysén.

### **2.1.5. Distribución de las PYME por sector económico**

De las 89.675 empresas PYME registradas en 1997, éstas se ubican principalmente en tres sectores: el comercio, 32.462 empresas (36%); manufacturas, 11.577 empresas (12,9%), y en producción agropecuaria, 8.672 empresas (9,7%).

Le sigue un segundo grupo constituido por transporte, construcción y servicios técnicos y profesionales, cuyas participaciones fluctúan entre el 7,4% y el 8,9%.

En el total de empresas nacionales, sobresale el comercio, que agrupa a 213.547 empresas (40,5%); la producción agropecuaria, 62.967 empresas (12%); el transporte, 41.917 empresas (8%) y las manufacturas, 39.393 empresas (7,5%). (Ver cuadro N° 4)

La Microempresa presenta una distribución sectorial semejante y en similar proporción.

En manufacturas es quizás donde se advierten las mayores diferencias en distribución sectorial según el tamaño de empresas. Esta área productiva exhibe una presencia más importante de las empresas en la medida que aumenta su tamaño. En efecto, en la industria manufacturera se encuentra el 25,2% de las grandes empresas, el 17,7% de las medianas, el 12,3 de las pequeñas y el 6,2% de las Microempresa.

Dentro de las manufacturas, las ramas de mayor presencia PYME son las alimenticias, textiles y confecciones, y metalmecánicas.

Una fuerte presencia tiene también el sector servicios técnicos y profesionales. En él se agrupan 6.654 empresas PYME, equivalentes a 7,4% del total de este segmento.

Vale la pena subrayar la concentración de un número importante de PYME y grandes empresas en la construcción. En este sector se produciría algo similar a lo registrado en manufacturas: a mayor tamaño de empresa, mayor concentración en esta producción. Aquí se encuentra 12,2% de las grandes empresas; 10,2% de las medianas, 7% de las pequeñas y 3,6% de las Microempresa.

La baja tasa de la Microempresa en la construcción podría estar explicada por la gran informalidad de esta actividad en empresas de carácter unipersonal o familiar, que prestan servicios preferentemente a los hogares.

#### **2.1.5.1. Sectores económicos donde la proporción de PYME es mayor**

El sector donde su participación es superior, es en las minas, petróleos y canteras (30,9%), en segundo lugar 11.577 empresas contribuyen con 29,4% al total empresarial manufacturero. Esta proporción es particularmente alta si se la compara con el promedio sectorial, que asciende a 17%. La PYME también es importante en la construcción (29,3%), los servicios financieros (28,3%) y la silvicultura (28,5%). Los sectores que registran menor presencia de las PYME son servicios personales y del hogar, restaurantes y producción agropecuaria. Los tres exhiben un elevado número de Microempresa

**Cuadro 4**  
**NUMERO DE EMPRESAS POR SECTOR ECONOMICO Y TAMAÑO**  
**1997**

<b>SECTOR</b>	<b>MICRO</b>	<b>PEQUEÑA</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>PYME</b>	<b>GRANDE</b>	<b>TOTAL</b>
Producción agropecuaria	54.174	8.150	522	8.672	121	62.967
Servicios agrícolas y caza	1.444	430	49	479	18	1.941
Silvicultura	2.380	847	118	965	41	3.386
Pesca	1.223	338	89	427	74	1.724
Minas, petróleo y canteras	966	396	80	476	97	1.539
<b>Industria manufacturera</b>	<b>26.605</b>	<b>9.650</b>	<b>1.927</b>	<b>11.577</b>	<b>1.211</b>	<b>39.393</b>
Electricidad, gas, agua	530	88	28	116	72	718
Construcción	15.407	5.509	1.109	6.618	587	22.612
Comercio	179.320	28.125	4.337	32.462	1.765	213.547
Restaurantes y similares	22.355	3.184	296	3.480	62	25.897
Transporte	33.727	7.202	754	7.956	234	41.917
Servicios financieros	7.329	2.615	341	2.956	166	10.451
S. técnicos y profesionales	21.954	5.913	741	6.654	230	28.838
S. estatales sociales e institucionales	4.830	858	120	978	49	5.857
S. diversión y esparcimiento	3.640	568	83	651	26	4.317
S. personales y del hogar	33.407	3.457	169	3.626	41	37.074
Otras actividades	18.347	1.343	92	1.435	15	19.797
Sin información	4.793	132	15	147	5	4.945
<b>TOTAL</b>	<b>432.431</b>	<b>78.805</b>	<b>10.870</b>	<b>89.675</b>	<b>4.814</b>	<b>526.920</b>

Fuente: CORFO, sobre la base de información del Servicio de Impuestos Internos.

### **2.1.5.2 Sectores económicos donde las PYME crecen más**

Los dos sectores económicos donde la PYME experimenta el mayor crecimiento son los servicios técnicos y profesionales y la construcción. En el primer caso, se amplía el número de empresas en 30% entre 1994 y 1997. En el segundo, se añade un 28,5% de nuevas unidades productivas.

Resulta interesante destacar el escaso crecimiento de los dos sectores donde se acumula el mayor número de PYME: manufacturas y comercio. Si se considera el período completo 1994 – 1997, en manufacturas se advierte casi un estancamiento: el número de PYME crece sólo 1,5%. Este desempeño se explica básicamente por la caída en el número que se registra en 1997, casi 200 empresas menos.

La caída registrada en el período corresponde principalmente a la disminución de las PYME de textiles y confecciones, que decrecen en 14%. No así las PYME de las industrias metálicas básicas, que crecen en 12%, y de los sectores metalmecánico y del papel, imprenta y editoriales, que lo hacen en porcentajes levemente superiores a 10%. (Ver cuadro N° 5)

El comercio presenta un crecimiento de 6,6%, inferior en casi tres puntos al promedio nacional (9,9%). También este resultado está fuertemente influido por la situación del año 1997, cuando anota un aumento menor a 1%.

Expansión registran sectores donde la PYME no tenía históricamente preeminencia, como electricidad, gas y agua (22%) y servicios de diversión y esparcimiento (21,5%). También se constata un alza del número de empresas en servicios personales y del hogar (22,7%), rubro de tradición microempresarial. (Ver cuadro N° 5)

**Cuadro 5**  
**NUMERO DE PYME POR SECTOR ECONOMICO**  
**1994 - 1997**

I. SECTOR	1994	1995	1996	1997	Crecimiento % 1997 / 1994
Producción agropecuaria	8.952	9.154	8.941	8.672	-3,13
Servicios agrícolas y caza	415	423	444	479	15,42
Silvicultura	1.035	1.132	1.085	965	-6,76
Pesca	408	407	417	427	4,66
Minas, petróleo y canteras	479	528	519	476	-0,63
Industria manufacturera	11.400	11.635	11.768	11.577	1,55
Electricidad, gas, agua	95	97	107	116	22,11
Construcción	5.150	5.681	6.215	6.618	28,50
Comercio	30.376	31.556	32.179	32.462	6,87
Restaurantes y similares	3.089	3.268	3.386	3.480	12,66
Transporte	6.831	7.375	7.757	7.956	16,47
Servicios financieros	2.506	2.672	2.858	2.956	17,96
Servicios técnicos y profesionales	5.100	5.710	6.291	6.654	30,47
S. estatales sociales, institucionales	870	902	938	978	12,41
S. de diversión y esparcimiento	536	562	621	651	21,46
Servicios personales y del hogar	2.956	3.200	3.396	3.626	22,67
Otras actividades	1.389	1.396	1.406	1.435	3,31
Sin información	46	132	191	147	219,57
<b>TOTAL</b>	<b>81.633</b>	<b>85.830</b>	<b>88.519</b>	<b>89.675</b>	<b>9,85</b>

Fuente: CORFO, sobre la base de información del Servicio de Impuestos Internos.

### **3. MARCO TEORICO**

#### **3.1.- Caracterización de las MYPES**

La pequeña producción abarca a las micro y pequeñas empresas, MYPES. Se entenderá por micro y pequeñas empresas aquellas cuyo volumen de ventas netas es igual o inferior a 25.000 Unidades de Fomento, y donde él o los propietarios trabajan directamente en ella , controlan directamente la gestión de los negocios, en forma independiente de otras personas o grupos, y no son filiales ni están coligadas con otras empresas.<sup>1</sup>

Dentro de ellas se incluye, por tanto, a las micro y pequeñas empresas industriales y de servicios, así como a los pequeños productores agrícolas y rurales, los pescadores artesanales, los pirquineros, pequeños artesanos, pequeños comerciantes, suplementeros y otros calificados como pequeños contribuyentes; así como las demás empresas que cumplan los requisitos mencionados.

---

<sup>1</sup> Síntesis para consulta ampliada Propuesta de la Ley MYPE, 16 de agosto 2001

### **3.1. 1. Rol de las MYPES en la Economía Chilena**

Existe un reconocimiento creciente de la importancia de las empresas de menor tamaño para el desarrollo del país. Ellas constituyen la gran reserva de aumento de productividad de nuestra economía, y su desarrollo es indispensable para generar más y mejores empleos, para cambiar la distribución del ingreso y para obtener un desarrollo territorial más equilibrado.

En Chile existen poco más de 900 mil unidades productivas. De ellas, sólo 15.700 empresas pueden ser calificadas como "grandes" o "medianas" (con ventas superiores a \$ 380 millones al año). Como es notorio, existen enormes diferencias de productividad entre estas empresas y las de menos tamaño.<sup>2</sup>

Uno de los factores más importantes que explican en Chile estas brechas de productividad entre empresas, es su desigual acceso a la información: de mercados, de nuevas tecnologías, de oportunidades de capacitación, de opciones de exportación y de financiamiento, entre otras.

Las grandes empresas y parte de las medianas cuentan, de modo general, con acceso fluido a las redes mundiales de información y comunicación y avanzan rápidamente en la informatización de su gestión y de sus procesos productivos.

Las pequeñas y Microempresas, en cambio, están de hecho marginadas de este beneficio, lo que contribuye a consolidar su atraso relativo en productividad y competitividad.

---

<sup>2</sup> Comunicado prensa SERCOTEC, "La importancia de democratizar la información"

En estas condiciones, el portentoso avance tecnológico en materia de multiplicación y difusión de la información y de las comunicaciones se presentan como una gran oportunidad de progreso y desarrollo; pero, a la vez, como una gran amenaza en el sentido de introducir un elemento más (y definitivo) de desigualdad al interior de la ya polarizada sociedad chilena.

Frente a ello, el Estado debe realizar plenamente su labor subsidiaria, promoviendo el acceso universal a estos cambios tecnológicos, que contribuirán a una efectiva igualdad de oportunidades. Un paso importante en esta dirección, es la puesta en marcha y operación de los INFOCENTROS MYPES.

Las MYPES, cuyas ventas alcanzan hasta los 380 millones de pesos al año, representan el 97% del total de unidades económicas del país y absorben cerca del 70% de la mano de obra, y entre 1990 y 1998 crearon un millón de nuevos empleos, mientras 100 mil trabajadores eran despedidos de las grandes empresas.<sup>3</sup>

Sin embargo, el producto de esta gran mayoría de empresas y de esta gran mayoría de trabajadores, no alcanza al 20% del Producto Interno Bruto Nacional, la razón puede encontrarse en el círculo vicioso en que estaría el sector, en una economía globalizada. Debido a las imperfecciones del mercado y la debilidades propias, las MYPES, no pueden competir en igualdad de condiciones, con los productos importados, ni competir con los mercados externos, lo que desalienta mejoramientos de calidad y eficiencia, atentando precisamente contra la capacidad de competir.

---

<sup>3</sup> Documento "La MYPE, ¿una carga para el estado o una oportunidad de crecimiento? Intranet SERCOTEC

Las principales debilidades de las MYPES son:

- La falta de acceso expedito a la información, a Internet, o a los medios tradicionales de la comunicación y difusión masiva
- No están asociadas a un gremio que las represente para negociar mejor en mercados existentes o para desarrollar nuevos mercados en forma asociativa
- No tienen acceso a los recursos que el Estado destina al fomento productivo ( a los que otros grupos de empresas pueden acceder por demanda o a través de sus organizaciones gremiales)
- La gran mayoría de las MYPES no aprovecha los subsidios de capacitación del SENCE, principalmente porque los desconoce o no conoce el beneficio que ellos representan.
- No tienen acceso a créditos para compras de activo o capital de trabajo, por los montos y en los plazos en que los requieren, por no disponer de garantías suficientes.

Para crecer con igualdad, necesitamos de pequeñas empresas fortalecidas y con mayores oportunidades para desarrollarse, pues solo ello asegura que podamos crear más y mejores empleos para todos.

Las pequeñas empresas son también fundamentales para estimular el desarrollo regional. En cada comuna y localidad de nuestro país, ellas constituyen la principal fuente de empleos y las verdaderas forjadoras de riqueza. Por eso, comprometerse con la pequeña empresa es comprometerse con un crecimiento más equilibrado de nuestro territorio.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Documento de SERCOTEC, “ Compromisos Presidente Ricardo Lagos con la Pequeña empresa” Septiembre 2000.-

### **3.2. Las TICs**

En estos momentos son precisamente las Tecnologías de la información y de las comunicaciones, TICS, las que mayor impacto están teniendo sobre la economía y la sociedad. La evolución sufrida en este campo ha sido impresionante; entre estas innovaciones podemos destacar la rápida y vertiginosa transformación de los microprocesadores, el procesamiento en paralelo, los avances en la utilización de la imagen y el sonido y, como no, la interconectabilidad que caracteriza los sistemas actuales; Internet, comercio electrónico y las nuevas formas de hacer negocio.<sup>5</sup>

Gracias a la globalización de los mercados, en los últimos tiempos han aparecido numerosas innovaciones en tecnologías de información, que se han difundido en la sociedad a gran velocidad, como son la Internet, Intranet y Extranet.

Este proceso de globalización de los mercados obliga a las organizaciones a soportar una mayor competencia, producto, por una parte, de la entrada de empresas extranjeras y, por otra y consecuencia de la anterior, de la necesidad de las empresas nacionales de extender su campo de actuación fuera de las fronteras de los mercados domésticos.

Así las empresas actuales se encuentran receptivas a los distintos cambios tecnológicos, y tratan de adaptarse a los mismos para poder incrementar el valor de sus productos y/o servicios, ya sea a través de una reducción de sus costes o de una diferenciación de aquellos para poder mantener o superar los niveles de competitividad alcanzados.

---

<sup>5</sup> Nota Técnica “Plan de Tecnologías de la Información” Prof. Mario Velando

Las empresas se encuentran inmersas en un entorno caracterizado por una fuerte agudización de la competencia en todos los sectores, lo que se traduce en una situación ante la que únicamente aquellas organizaciones capaces de impulsar y establecer sistemas efectivos para la mejora de la productividad, sin reducción de la calidad, estarán en condiciones de competir con éxito.

### **3.3. Globalización**

La globalización es la fuerza que empuja la apertura externa de los países, una apertura de dimensiones esencialmente económica. “ La globalización es un aspecto de un fenómeno más amplio que afecta a todas las dimensiones de la condición humana: la demografía, la pobreza, el empleo, las enfermedades endémicas, el comercio de drogas y el medio ambiente entre otras. Así muchos ámbitos del quehacer económico han adquirido un carácter marcadamente transnacional, en gran medida debido al enorme auge de las tecnologías de información... la globalización de la actividad económica tiende a una cierta uniformidad en cuanto a la formulación y aplicación de las políticas, ya que cada país se convierte en un competidor para mercados finitos y recursos escasos. Por ello, privilegiar las señales del mercado, comentar la competitividad internacional, promover la capacidad empresarial y atraer la inversión directa, se están convirtiendo en elementos comunes de los esfuerzos que deben realizar las naciones ( las regiones habría que agregar) para mejorar su inserción internacional.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Documento de la CEPAL, “ Los nuevos escenarios de desarrollo Regional en economías de mercado abiertas y descentralizadas” 1992

### 3.4. Nueva Economía

La nueva economía define y engloba los enormes avances tecnológicos y de productividad que está originando la introducción masiva de las tecnologías relacionadas con Internet.<sup>7</sup>

En esta nueva sociedad global, de economías libres y abiertas, el foco de las oportunidades está en comprender que el intercambio comercial es fundamentalmente una forma de comunicación entre las personas y las empresas.

Internet ha tenido un efecto sobre la eficiencia económica al reducir de manera considerable los costes de transacción y el derrumbe de barreras geográficas y democratización del acceso a la información.

El éxito de una empresa depende en gran medida no solo de la capacidad de adaptación del negocio al mercado, sino también del uso creativo de la información para obtener un mayor rendimiento y agilizar todos los procesos de negocio.<sup>8</sup>

En la era de la información , el conocimiento es el capital más valioso que posee una organización. En el nuevo siglo XXI, Internet es el paradigma de la tecnología y el Conocimiento será el de la gestión.

Las empresas modernas hoy operan en una economía basada en el conocimiento. El conocimiento es un recurso que implica no solo las capacidades de los empleados de una empresa, sino también la tecnología en que se apoya.

---

<sup>7</sup> Doc. “¿Economía nueva o vieja? Que más da... [www.baquia.com](http://www.baquia.com)

<sup>8</sup> Nota técnica “Gestión del conocimiento” Prof. Mario Velando

### **3.4.1 Las TICS y la nueva economía**

En una sociedad donde el saber es un valor fundamental, el papel de las TICS debe ser el motor que impulse los cambios que convierten a la empresa en más rentable, debido al tratamiento que se le da a la información Corporativa, además de contribuir a crear una cultura favorable a la comparación de datos y los conocimientos.

Las características de un buen sistema de Gestión del conocimiento se pueden resumir en :

- ✓ Un almacenamiento flexible y estructurado
- ✓ Categorizar la información
- ✓ Ambiente operativo común

### **3.5. Política Pública**

Ninguna sociedad posee la capacidad ni los recursos para atender omnimodamente a la lista de necesidades y demandas de sus integrantes. Solo algunas son “problematizadas”, en el sentido de que ciertas clases, organizaciones, grupos o incluso, individuos estratégicamente situados creen que pueden y deben hacer “algo” a su respecto y están en condiciones de promover su incorporación a la agenda de problemas socialmente vigentes.<sup>9</sup>

Toda necesidad o demanda atraviesa un ciclo vital que se extiende desde su problematización social hasta su resolución. A lo largo de este proceso, diferentes actores afectados positiva o negativamente, por el surgimiento y desarrollo de la necesidad, toman posición frente a la misma.

---

<sup>9</sup> Cátedra “ Políticas Públicas” Prof. Milton Vidal U.A.H.C. Doc. “Políticas estatales “

La política pública no constituye ni un acto reflejo, ni una respuesta aislada, sino más bien un conjunto de iniciativas y respuestas, manifiestas o implícitas, que observadas en un momento histórico y en un contexto determinado permiten inferir la posición del Estado frente a una demanda que atañe a sectores significativos de la sociedad.

Política Pública en definitiva es una iniciativa legal, orientada a satisfacer las necesidades de la ciudadanía, las que pueden ser de carácter estatal o privada.

### **3.5.1. Etapas del proceso de las Políticas Públicas<sup>10</sup>**

1. Formación de la agenda de actuación de los poderes públicos: Un problema público es una demanda, una necesidad, una oportunidad de intervención pública, el cual una vez identificado, debe ser seguido a través de una acción pública.
2. Clasificación de los problemas o filtración de los problemas: Esta etapa suele ser desatendida en los procesos de realización de políticas públicas, pero si la filtración de problemas se realiza, implica efectuar una elección consciente, con criterios explícitos sobre los asuntos que deben ser tratados.
3. Definición de problemas: Una vez que un problema o asunto público ha sido identificado, normalmente se requiere una posterior definición. Ya que la identificación de un problema no significa que el mismo existe,

---

<sup>10</sup> Doc. Análisis de Políticas Públicas Rocío Valdivieso del Real

se debe intentar explicar cómo ha surgido y qué combinación de causas y efectos actúan.

4. Previsión (análisis de prospectiva) : Frecuentemente es posible y necesario prever cómo una situación se va a desarrollar. Puede ser incluso de utilidad especular sobre posibles alternativas, dando diferentes supuestos sobre el desarrollo de los problemas y las políticas públicas.
5. Establecimiento de objetivos y prioridades: El establecimiento explícito de objetivos es frecuentemente olvidado o eludido en el proceso de realización de políticas públicas. En las organizaciones o programas grandes y con múltiples propósitos puede ser necesario también examinar las prioridades relativas de varios objetivos que compitan con recursos limitados.
6. Análisis de alternativas: Generalmente existen varios caminos posibles para tratar de alcanzar un objetivo ( o conjunto de objetivos). Las alternativas son las posibles líneas de acción que pueden contribuir a conseguir los objetivos y de esta forma a la resolución de un problema público. De las distintas líneas de actuación deben establecerse las consecuencias positivas y negativas, y los apoyos que se conseguirían para las mismas, además de información sobre las restricciones legales, políticas y económicas.
7. Implantación de políticas, seguimiento y control: Cuando una opción surge de la fase anterior es generalmente necesario formular y comunicar la política pública resultante y diseñar con más detalle el programa. Para una implantación efectiva es esencial que los posibles problemas se consideren antes que la implantación, y que los procedimientos adecuados sean diseñados en el programa. La

implementación es donde la Burocracia desempeña la función más importante. La Burocracia “ejecuta” las decisiones tomadas previamente por el nivel de decisión política, intentando hacer realidad los objetivos previamente fijados.

8. Evaluación y revisión: En cierto punto puede realizarse una revisión de la política. Esta puede implicar preguntarse si la política ha conseguido los efectos deseados. Un efecto es una consecuencia observada de la actuación pública, son los resultados de los productos. La posibilidad de realizar una evaluación depende de la previa especificación de los efectos esperados y de haber diseñado el programa de tal manera que permita emplear una o varias técnicas de evaluación, sin ello será difícil o imposible determinar si el programa está funcionando como se deseaba. La evaluación debe considerar también si la política todavía merece ser ampliada o debe ser reducida, o incluso terminada.
  
9. Mantenimiento, reemplazo o terminación de políticas: Generalmente es difícil terminar o reemplazar una política, incluso si se ha decidido hacerlo. El cumplimiento de una política pública es el grado en el que los efectos de la misma contribuyen a la consecución de los objetivos. La información sobre el cumplimiento de una política pública puede ser utilizada para desarrollar nuevas alternativas de acción o para reestructurar los problemas públicos.

## 4. GLOBALIZACIÓN

Globalización se convirtió en una de las últimas palabras de moda frecuentemente repetida, y casi nunca con el mismo sentido. Aún cuando relacionada al adjetivo “económico”, la globalización sigue asociada a una variedad de fenómenos<sup>11</sup>

- El primero es la idea de la creciente expansión de los flujos financieros tras-fronterizos y de su impacto sobre las políticas económicas monetarias y cambiarias nacionales.
- Otro fenómeno es la globalización de la producción y la consecuente expansión de los flujos de comercio mundial
- Otra dimensión de la globalización económica, es la uniformidad creciente del cuadro institucional y reglamentario en todos los países. Para que la globalización avance, es necesario tornar similares las reglas en los diferentes países, de manera que ninguna ventaja ” artificial” prevalezca en alguno de ellos.
- Finalmente, la globalización económica está vinculada a una revolución en los padrones de producción que apunta a un cambio significativo en las ventajas comparativas de las naciones. El poder de competir de un país es cada vez más determinado por la calidad de sus recursos humanos, por el conocimiento, la ciencia y la tecnología aplicada a los métodos de producción. Mano de obra y materia prima abundantes son cada vez menos una ventaja comparativa, en la medida en que representan una parte decreciente del valor agregado a la casi totalidad de lo productos. Esa tendencia irreversible hace poco probable que países del sur pueden tener éxito con base exclusivamente en una mano de obra barata y en recursos naturales

---

<sup>11</sup> Doc. “Consecuencias Sociales de la Globalización” Fernando Henrique Cardoso, cátedra “Teoría y práctica de Gobierno” Prof. Roberto Mardones U.A.H.C

#### **4.1. La globalización económica y el Rol cambiante del Estado**

Junto con la globalización económica viene un cambio en el Rol del estado<sup>12</sup>.

La globalización implica que variables externas tengan un efecto creciente en las agendas internas, estrechando el terreno para opciones nacionales.

La opinión pública internacional y el comportamiento del mercado pasaron a desempeñar también un Rol en la redefinición del ámbito de posibles acciones de los estados. La información fluye libre y rápidamente. Así, si se noticia que un país tiene dificultades para controlar su déficit presupuestario o planea aumentar sus tasas de interés, los mercados financieros mundiales toman decisiones basadas en esa información y esas decisiones tendrán por supuesto un impacto sobre el país interesado.

Los países, sus líderes y las políticas que promueven, están bajo el escrutinio atento de la opinión pública mundial. Cualquier incidente o paso que les parezca a esas entidades inmateriales apuntar a la dirección equivocada, pueden motivar penalidades. En el otro extremo, evoluciones o decisiones vistas como positivas son premiadas.

La globalización ha cambiado también el Rol de Estado en otra dimensión. Ha desplazado por completo el énfasis de la acción gubernamental que recae hoy sobre todo en el desarrollo general de la economía nacional y en la búsqueda y mantención de condiciones de competencia en una escala global. Eso no lleva necesariamente a un Estado menor, pero requiere por cierto, de un estado que :

---

<sup>12</sup> Doc. Política Vol. 34 1996. Inst. Ciencias Políticas U. De Chile

- a) Intervenga menos y mejor
- b) Sea capaz de movilizar recursos escasos para alcanzar prioridades seleccionadas
- c) Sea capaz de dirigir sus inversiones hacia áreas claves para el aumento de la capacidad de competir del país, tales como infraestructura y servicios públicos básicos, incluyendo una educación y una asistencia de salud mejores
- d) Esté preparado para transferir a intereses privados empresas que ellos puedan administrar mejor, y
- e) En que los servidores públicos respondan a las demandas de la sociedad por servicios mejores.

Todo esto tiene que ser hecho en un tiempo en que los valores democráticos y una sociedad civil fortalecida se suman para exigir cambios.

#### **4.2 La Globalización y las Comunicaciones**

Varios fenómenos de envergadura han acompañado a la nueva revolución de las comunicaciones, tales como la creciente homogeneización de la sociedad de masas, la publicidad comercial a gran escala, la propaganda política, la internacionalización de la cultura occidental, el paso hacia el dominio de las imágenes, etc<sup>13</sup>.

Las nuevas tecnologías de las comunicación incluyen múltiples dispositivos que gradualmente están incorporándose a la vida cotidiana de la gente, como la televisión por cable, los discos de video, los satélites, el telefax, la telefonía móvil, la fibra óptica, las redes de computadoras, la televisión de pantalla grande y alta definición.

---

<sup>13</sup> Discurso del Ex Ministro Sec. Gen. De Gobierno José J. Brunner R. "Comunicaciones y globalización" Vol. 13

El hecho nuevo es que mientras la comunicación impresa apenas aumenta su flujo, la comunicación electrónica, en cambio, crece a una tasa anual de 8%, doblándose cada diez años. "Nuestra era, sea que la llamemos postindustrial o de la información, está indeleblemente marcada por la creciente dominación de la comunicación digital en cuanto a la conservación y transmisión de la palabra, el texto y las imágenes"<sup>14</sup>

Las tecnologías de última generación poseen varias características en común: costos decrecientes y una cada vez menor sensibilidad a la distancia, junto con creciente velocidad de transmisión, capacidad y diversidad de canales, flexibilidad, bidireccionalidad e interconectividad.

Como resultado de su utilización se están produciendo profundas mutaciones socioculturales: la distancia ha dejado de ser un obstáculo para las comunicaciones y el espacio geográfico mundial se convierte, metafóricamente, en una "aldea global". Texto, palabra e imagen se combinan de formas que hasta hace poco apenas podíamos imaginar.

Una gran parte del tiempo de las personas está dedicada a "procesar" información. La homogeneidad de la sociedad de masas empieza a dar paso ahora a la diversificación y segmentación de los consumos culturales. La convergencia entre computación y comunicación da lugar a nuevas formas de trabajo, comercio, conversación, aprendizaje y ocio.

Mirada desde el ángulo pesimista, esta revolución podría significar un nuevo componente de desigualdad entre los grupos con acceso a la información y aquellas masas excluidas; o entre naciones que funcionan a alta velocidad y naciones subdesarrolladas que operan en los márgenes

---

<sup>14</sup> Doc. Comunicación y Globalización” Neuman, 1993:50

de la modernidad, cada vez con mayor lentitud. Además, podría conducirnos a comunidades crecientemente fragmentadas, sin cultura común, individualizadas al extremo del narcisismo, saturadas de información inútil, y banalizadas por mensajes que reducen el mundo a contenidos cada vez más leves, fugaces y carentes de identidad<sup>15</sup>.

Lo que ocurre, más bien, es que esos procesos de intercomunicación han aumentado exponencialmente y se han acelerado con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información. Hubo un tiempo en que el costo de difusión del conocimiento era equivalente al costo del viaje de una persona. Así, en la Edad Media, muchas veces había que desplazarse físicamente para encontrar, en un lejano monasterio, el ejemplar que contenía la información deseada. Eso empezó a cambiar con la imprenta y el libro. Hoy, con los satélites, el costo de transmitir un mensaje al otro lado de la calle o al otro extremo del mundo es prácticamente el mismo.

Lo anterior ha hecho que el globo se una a través de flujos comunicacionales de una manera nunca antes vista. El Presidente de los Estados Unidos, una trabajadora en Punta Arenas y un joven malayo pudieron observar, simultáneamente y de manera instantánea, el derrumbe de las torres gemelas.

En suma, los principales flujos de información, conocimiento y publicidad se originan en el centro y se expanden hacia la periferia. La competencia a nivel global, a su vez, obliga a las empresas a integrarse horizontal y verticalmente, creándose así grandes conglomerados multimedia cuyos productos dominan los mercados internacionales. Durante los últimos años hemos presenciado un número importante de fusiones, adquisiciones y acuerdos entre empresas de comunicación a nivel mundial.

---

<sup>15</sup> Vol. 13 “comunicaciones y Globalización” Sectr. General de Gobierno

Dentro de este cuadro, nuestros países que anhelan desarrollarse, integrarse al mundo y crear mejores oportunidades para su población se encuentran empujados por las mismas corrientes globales y experimentan similares procesos de mutación en la base de sus sistemas de comunicación.

En Chile, por ejemplo, mientras la economía creció a un promedio anual superior a un 7% durante los últimos años, el sector de telecomunicaciones, en tanto, se ha desarrollado a una tasa anual de 20% durante el mismo período. Actualmente nuestra red telefónica tiene una cobertura tres veces mayor que hace seis años<sup>16</sup>.

En el año 2000, la densidad de líneas telefónicas alcanzó a 20 por cada 100 habitantes. Los hogares abonados a la televisión por cable suman más de 300 mil, según estimaciones recientes. La telefonía celular cubre prácticamente todo el país con más de 110 mil subscriptores. Chile cuenta con varios miles de kilómetros de fibra óptica, y en el sector están presentes algunos de los principales operadores mundiales de comunicaciones: Telefónica de España, Samsung, Motorola, Siemens, Televisa etc. Como resultado, la oferta comunicacional e informativa se ha multiplicado en poco más de veinte años.

Las comunicaciones, la información y el conocimiento poseen una función social de creciente relevancia. Son esenciales para la economía, la democracia y la integración social. Su fundamento insoslayable es la libertad: de expresión, primero que todo, y también de las empresas informativas para competir en el mercado y, por esa vía, servir al público.

---

<sup>16</sup> Doc “Comunicaciones y globalización” Vol. 13 Pag. 19, Secret. General de Gobierno

### **4.3 La Globalización y la Economía**

Es un hecho que la economía hoy es global o mundial. El que la economía sea global quiere decir que cualquier empresa, en cualquier lugar del mundo puede tener clientes en cualquier mercado. Es decir, un empresario Chileno puede tener clientes en cualquier país y , a su vez un empresario, sin importar su origen, pueden tener clientes en el mercado Chileno.

Es de suma importancia el optimizar la gestión de la información en la MYPE como un recurso que les permita posicionarse en el entorno globalizado e hipercompetitivo actual, que le permita tomar decisiones con menor grado de incertidumbre ante los diversos escenarios de enorme complejidad y diversidad<sup>17</sup>.

Es importante que las empresas y los gobiernos se adapten ágilmente a un entorno económico cambiante. En el escenario de la economía global, la tecnología de información desempeña un papel clave. Internet es una herramienta que se ha convertido en una plataforma para hacer negocios y aumentar la productividad y la eficiencia de las empresas.

La capacidad para sumarse al cambio y dominar la tecnología del siglo XXI determinará la velocidad con que las empresas avancen hacia el futuro.

La tecnología puede incrementar considerablemente la creatividad, eficiencia y productividad de los negocios. Les permite a las empresas competir efectivamente en la economía digital de un mundo global con la capacidad de tomar decisiones con la rapidez y flexibilidad necesarias

---

<sup>17</sup> Doc. “Plan de Tecnologías de Información” Prof. Mario Velando

para anticiparse y responder velozmente a las necesidades cambiantes de sus clientes.

En un mundo que cambia a un ritmo vertiginoso, será muy importante que las empresas adopten tecnologías que les den ventajas competitivas para vencer los obstáculos internos y externos a la innovación

Con la expansión de Internet y el crecimiento acelerado en el número de usuarios, las empresas han comenzado a buscar una manera de aprovechar esta red para el desarrollo de sus negocios, no sólo al interior de su empresa, sino involucrando también a clientes y proveedores.

Internet funciona como un diferenciador para que las empresas se mantengan competitivas al ofrecer productos y servicios por este conducto, y sostener una comunicación estrecha con sus clientes y proveedores.

En la actualidad la MYPE ha cobrado protagonismo en la adquisición de tecnologías de información, de las inversiones totales mundiales que se realizan en tecnologías de información, representa el 45%.

El incremento en la demanda de estos servicios entre las pequeñas empresas, dependerá de la difusión de una cultura tecnológica en este segmento y de las oportunidades de financiamiento para este tipo de soluciones.

La mayor parte de las pequeñas empresas, se encuentran rezagas en lo que respecta a la Tecnología de Información, debido a su falsa creencia de que estos proyectos son exclusivos de las grandes empresas por sus altos costos. Sin embargo, las campañas y los productos que actualmente están ofreciendo al mercado, están enfocados a la pequeña empresa.

En la actualidad muchas empresas tienen importantes rezagos tecnológicos, aunque un número cada vez mayor ha encontrado en el uso de la tecnología un diferenciador para hacer más eficiente sus operaciones y lograr mantenerse competitivas.

La MYPE ha detectado que los sistemas tecnológicos avanzados les permite agilizar sus procesos, ofrecer mejores tiempos de respuesta y brindar una atención más eficiente al cliente, lo cual influye directamente en un mejor posicionamiento en el mercado. Aunque este segmento económico está usándolas en un pequeño porcentaje<sup>18</sup>.

En América Latina, constituida por países en vías de desarrollo, la economía sustentada por micro y pequeñas empresas, les limita a tener una visión mayor, condicionadas por sus recursos limitados y desconocimiento.

Las tecnologías, trátense de cualquier tipo, las recibimos de manera retardada. Los enfoques de negocios igualmente, por lo que nuestro desarrollo en el ámbito de negocios ha sido más lento que en países desarrollados

En lo concerniente a cultura, carecemos de una cultura informática, empresarial/negocios, lo que no permite vislumbrar los beneficios que conllevan el soporte tecnológico que potenciará las actividades empresariales.

Los beneficios organizacionales obtenidos a través de la implantación de las tecnologías de información en empresas medianas han permitido<sup>19</sup>:

---

<sup>18</sup> Doc. CEPAL “Las TICs en América Latina y el Caribe”

<sup>19</sup> Doc. Gestión del Conocimiento Prof. Mario Velando

- la integración de información entre diferentes áreas,
- la disponibilidad inmediata de información para la toma de decisiones,
- el incremento en la productividad,
- mejoría en los tiempos de respuesta,
- rápida adaptación a los cambios,
- integridad de los datos y
- seguridad definida por el usuario para el manejo de información.

Cada año es mucho más fácil y accesible para las MYPES la adquisición de este tipo de tecnología. Los programas de financiamiento estatal a través del BancoEstado, son una forma bastante accesible para que las empresas medianas y pequeñas adquieran tecnología sin hacer desembolsos importantes, ya que son créditos a un bajo interés y se pagan en 36 cuotas.

Es un hecho en la actualidad, que todas las empresas enfrentan un entorno de negocios de alta complejidad, lo que les obliga a definir estrategias de negocios acordes a la competencia para realizar sus transacciones de una mejor manera.

El impacto de Internet en las comunicaciones ha generado una nueva economía. La nueva visión de negocios: "Las dos economías (tanto la "tradicional" como la "nueva") deben converger en un ambiente empresarial que cambia muy rápido."

## **5. TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION**

La tecnología de información y comunicación, TICS, afectan cada vez más las actividades económicas, políticas y sociales en la región. Esto conlleva el desafío de aprovechar una ventana de oportunidades sin precedentes para la formulación de políticas integradas e incluyentes que contribuyan a convertir a las TICS en herramientas efectivas para el desarrollo.

### **5.1. Internet**

La finalidad que dio origen a la Tecnología Internet fue enlazar diferentes tipos de computadoras y formatos de archivos en una red de alta velocidad, flexible y fiable. Los protocolos de intercambios de datos cumplen con este fin, al permitir a computadoras muy diferentes con sistemas operativos distintos dialogar entre sí en un lenguaje común<sup>20</sup>.

La Red de Internet está en el centro de la revolución que está transformando la forma en que se interrelaciona el mundo, América Latina y el Caribe le ha dado una vigorosa acogida. El número de infraestructura (dominios) en la región se duplicó en 1997 y 1998, y aumentó en 136% en 1999, comparado con un crecimiento de 74% en Norteamérica, 60% en Asia, 30% en Europa y 18% en África.

### **5.2. Intranet**

Podríamos definir que una Intranet es una "Internet Privada" que funciona dentro de su organización y utiliza las mismas tecnologías que Internet.

Mediante la Intranet podemos disponer de un amplio abanico de funcionalidad como:

- Correo electrónico
- Gestión documental

---

<sup>20</sup> Doc. "Gestión de la Tecnología" Prof. Mario Velando

- Información de productos y proveedores
- Información de clientes
- Marketing y presentaciones
- Folletos informativos
- Publicaciones y noticias
- Informes de ventas y financieros

Y proporciona una serie de ventajas como :

- Acceso a toda la información corporativa mediante un único programa
- acceso a información actualizada
- coste asequible

### **5.3. Extranet**

Las Extranets, permiten extender la Intranet corporativa a otros socios empresariales, aplica los estándares de la tecnología Internet y abre la puerta a personas autorizadas que necesitan tener acceso a la información:

- Clientes
- Socios estratégicos
- Laboratorios de desarrollo
- Proveedores

En resumen, la Extranet permite aprovechar la tecnología Web

### **5.4. Productividad**

Con la implantación de la Intranet y Extranet, la productividad mejora en diferentes niveles corporativos<sup>21</sup>.

- Productividad individual
- Productividad en grupo
- Productividad en la organización

---

<sup>21</sup> Doc. “ Gestión de la tecnología” Prof. Mario Velando.

#### **5.4.1 Productividad individual**

- Con un explorador es más fácil y rápido actualizar un documento, gestionar una lista de tareas a realizar o actualizar las preferencias de un usuario
- Utilizando documentos de navegación podemos acceder a toda la información, lo que resulta más sencillo que tener que aprender un programa para cada tipo de información
- El usuario podrá realizar cualquier funcionalidad simplemente haciendo clics con el ratón o pulsando los botones atrás, adelante, búsqueda y favoritos.
- Podremos invertir más tiempo en trabajar y menos en dar vuelta en cómo emplear el software

#### **5.4.2. Productividad en grupo**

Las herramientas de productividad en grupo se pueden clasificar en tres categorías:

- Programas y bibliotecas de software del conocimiento: almacenan documento tales como manuales de consulta, normativas de calidad, notas internas, bolsa de trabajo, metodología.
- Herramientas de edición y compartición de documentos: Permite a los equipos escribir y revisar material, independientemente de su ubicación geográfica.
- Herramientas de flujo de trabajo: automatizan, realizan y mejoran el control y seguimiento de los procesos empresariales.

#### **5.4.3. Productividad de la organización**

- Alguna de las mismas herramientas de productividad de grupos pueden también servir para la organización entera.

- Por ejemplo, las carpetas públicas de documentación general y archivos de proyecto se pueden poner a disposición de todo el personal.

En resumen, la Intranet/extranet es una herramienta que puede impulsar la productividad. Sin embargo es mucho más que esto, no es sólo un complemento atractivo sino que puede transformar la manera de hacer negocios

### **5.5. Conectividad sin límites<sup>22</sup>**

La globalización de los mercados, adquiere pleno sentido con la nueva Internet, que ha pasado de ofrecer simple información a dar un amplio abanico de servicios cuando el usuario lo necesita y desde cualquier dispositivo.

Las posibilidades que ofrece Internet, sin duda son enormes. Ninguna Empresa, independiente de su tamaño o del sector en que opere, está dispuesta a perderse esta gran oportunidad de agilizar sus gestiones empresariales y, en definitiva, de hacer negocio.

Internet a penetrado vertiginosamente en la sociedad y en el mercado, y su impacto se experimenta tanto en los negocios como en el ocio.

Los cambios fundamentales se ordenan en tres direcciones:

- 1.- Como un instrumento para informar e informarse
- 2.- Como un nuevo canal de comunicación
- 3.- Como una herramienta de transacción universal.

---

<sup>22</sup> Doc. Gestión de la Tecnología” Prof. Mario Velando

### **5.5.1. Utilidad empresarial**

Desde el punto de vista empresarial Internet puede ser útil de tformas diferentes<sup>23</sup>

1. Puede utilizarse como un instrumento para informar e informarse mejor.
2. Es un nuevo mecanismo de información que la empresa puede explotar para “mostrarse” / “exponerse” al mercado. En particular, como una extensión de su esfuerzo publicitario.
3. Las empresas pueden mostrar al mundo:
  - Sus actividades,
  - Su historia
  - Sus valores
  - Sus productos
  - Sus estrategias.
4. Por otro lado una utilización inteligente de la gran cantidad de información disponible en Internet, puede hacer aumentar significativamente la competitividad de la empresa. Es preciso previamente desarrollar una cultura de la información.
5. Internet abre las puertas a una nueva forma de transacción directa entre vendedor y comprador. Es una herramienta de transacción universal, que en muchos casos varía los modelos de negocios existentes; en particular los relacionados con la intermediación y la cadena de distribución.
6. Internet hace posible que un fabricante de un producto sea también el vendedor, sin necesidad de crear ningún canal especial, solo estando presente en la red.

---

<sup>23</sup> Doc. Gestión de la Tecnología” Prof. Mario Velando

### **5.5.2. Nuevos negocios.**

La nueva era dominada por Internet y el comercio electrónico, despierta enormes retos para la supervivencia de las empresas, como es :

1. La rapidez que ofrece Internet está ocasionando una auténtica revolución en la gestión empresarial.
2. Los principales beneficios de los negocios digitales son su capacidad de agilizar los procesos y reducir costes.
3. Con el convencimiento generalizado de que el comercio electrónico va a ser el motor del sector informático en los próximos años, incluso las pequeñas empresas están tomando muy en serio Internet como vehículo para promocionarse y/o vender sus productos.
4. Pero, para quienes no aprovechen esta oportunidad , Internet pasara de ser una ventaja competitiva a ser una amenaza

### **5.5.3. Los portales**

Portal es una puerta de entrada a Internet, que ofrece contenidos y servicios de utilidad, pueden ser particulares o públicos.

En general se estructuran en tres áreas:

1. Contenidos: Informaciones (bolsa, tiempo, etc.), comunicaciones ( buzón de correo y voz, mensajes a telefonía móvil), entretenimientos.
2. Comunidades: por afinidad temática e intereses, con formatos y pautas de actuación específicos. Así el proceso interactivo es continuo y contribuye a la renovación y personalización permanente de contenidos y servicios.
3. Comercio-e: comprar y vender productos, contratar servicios, efectuar transacciones

#### **5.5.4. Comercio electrónico**

El comercio electrónico sobre Internet está experimentando una explosión sin precedentes y con un futuro muy esperanzador. Los nuevos modelos de negocios a través del Comercio-e:

- Comprar jugando, una nueva técnica de ventas
- Comprar publicando las necesidades del comprador
- Subastas on line.
- Más que vender, recomendar.
- Haz tus negocios desde tu casa, bancos, organismos públicos.

## **6. INFOCENTROS MYPES**

### **6.1 Antecedentes**

La información en el nuevo milenio adquiere una nueva dimensión con la posibilidad de acceso a la red informática mundial Internet, constituyéndose en una herramienta indispensable para que los empresarios de todos los sectores puedan desarrollar sus negocios de manera ágil, flexible, y moderna, de acuerdo con las nuevas exigencias del mercado. Internet permite a los empresarios estar al día de los movimientos del mercado de bienes y servicios, al ser un vehículo de transmisión de ofertas y demandas, de precios, volúmenes, origen y destino, por nombrar sólo algunos de los componentes de la comercialización. Asimismo, abre también posibilidades de acceso a la banca electrónica, a cursos de capacitación, a información sobre normativas y beneficios a los que las empresas pueden acceder, entre muchos otros<sup>24</sup>.

Sin embargo, no todos los empresarios de las micro y pequeñas empresas tienen computador. No todos los que tienen computador están conectados a Internet y muchos no conocen ni saben cómo operar a través de esta red. Por otro lado, estas herramientas son una conexión necesaria para los que están en el círculo de otras empresas, a través de clusters u otras formas de integración.

Las empresas que no incorporen tales herramientas están expuestas inevitablemente a la marginación y desvinculación de los negocios. En consecuencia, el acceso y la capacitación en el uso de herramientas y

---

<sup>24</sup> Doc. Borrador “ Prog. Infocentros de Fomento a las MYPES 2001-2004” SERCOTEC.

contenidos más pertinentes, constituyen desafíos centrales para las empresas en los actuales y futuros escenarios de desarrollo.

Sin embargo, no todos los empresarios están en igualdad de condiciones para beneficiarse de los desarrollos de la tecnología y esto contribuye a aumentar la brecha de competitividad y productividad entre las grandes y las pequeñas empresas.

## **6. 2.- Definición de los distintos tipos de empresa<sup>25</sup>**

**6.2.1. Microempresa** es una persona jurídica con fines de lucro en la cual: el o los propietarios trabajan directamente en ella, el o los propietarios controlan directamente la gestión de los negocios, en forma independiente de otras personas o grupos, y no son filiales ni están coligadas con otras empresas, y su volumen anual de ventas netas es igual o inferior a 2.400 Unidades de Fomento.

**6.2.2. Pequeña Empresa** es una persona jurídica con fines de lucro en la cual: el o los propietarios trabajan directamente en ella, el o los propietarios controlan directamente la gestión de los negocios, en forma independiente de otras personas o grupos, y no son filiales ni están coligadas con otras empresas, y su volumen anual de ventas netas es superior a 2.400 Unidades de Fomento e igual o inferior a 25.000 Unidades de Fomento.

**6.2.3. Mediana empresa** es una persona jurídica con fines de lucro, cuyo volumen anual de ventas netas es superior a 25.000 Unidades de Fomento e igual o inferior a 100.000 Unidades de Fomento.

---

<sup>25</sup> Doc. “ Síntesis Propuesta Ley MYPE” SERCOTEC

**6.2.4. Gran empresa:** es una persona jurídica con fines de lucro, cuyo volumen anual de ventas netas es superior a 100.000 Unidades de Fomento.

### **6.3 Definición de Infocentros para las micro y pequeñas empresas.<sup>26</sup>**

El Infocentro es un lugar de acceso público destinado a que los micro y pequeños empresarios accedan a conocer y utilizar las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (Tics), tanto para usar la información y servicios que estas proveen, así como para promover sus productos y concretar sus negocios.

En este sentido, el Infocentro MYPE se define como la puerta de entrada a las Tics para aquellos empresarios que no están aún en condiciones de adquirir equipos y conectividad, los que se estiman en una cifra cercana a los 300 mil.

En estos centros los empresarios pueden encontrar información asistida vía Internet y material impreso de las diferentes instituciones de fomento y de otros organismos tales como: Corfo, Sercotec, Fosis, Banco del Estado Microempresa, Servicio de Impuestos Internos, Sesma, Conama, Sernatur, INP, Asociación Chilena de Municipalidades y Superintendencia de Servicios Sanitarios.

Adicionalmente proporcionan información detallada sobre el fomento productivo y prestan el servicio de poder iniciar, en el lugar, algunos trámites relacionados con otros organismos. Asimismo, pueden acceder a herramientas de autoconsultoría y de tipo asistida; a módulos de

---

<sup>26</sup> Doc. Borrador Prog. Infocentros de Fomento para las MYPES 2001-2004

capacitación en gestión empresarial; y acceder a oportunidades de negocio a través de una bolsa de subcontratación, entre otros.

Los Infocentros permiten a los usuarios, capacitación y entrenamiento en el uso de Internet y en el conocimiento y aprovechamiento de la información disponible en la red, al servicio de la gestión empresarial.

Para los socios estratégicos y demás organismos e instituciones incorporados a la red, los Infocentros representan una oportunidad de acercar sus servicios y productos a los clientes, articulando, desarrollando y actualizando la oferta de apoyo al sector. Estas instituciones constituyen por su parte, una importante fuente de financiamiento y sustentabilidad del programa en el tiempo.

#### **6.4. - Experiencia recorrida en INFOCENTROS**

A partir de junio del año 2000, se han desarrollado diversas iniciativas asociadas a proyectos de infocentros comunitarios y sectoriales, tanto públicos como privados. En el ámbito público, se estima que se han implementado alrededor de 54 infocentros, los que funcionan a lo largo del país.

Buena parte de los infocentros públicos actualmente funcionando han sido producto de tres grandes iniciativas.

1. La red de infocentros orientada a la micro y pequeña empresa, impulsada por Sercotec, el Ministerio de Economía y el Fosis. Esta iniciativa, que ha sido apoyada por el sector privado y realizada en coordinación con agrupaciones gremiales de pequeños empresarios, ha dado origen a 30 Infocentros, los que están ubicados en todas las regiones del país.

2. Por otra parte, un proyecto conjunto entre la Corfo y la Subsecretaría de Telecomunicaciones y la Dibam, ha permitido montar un plan piloto de 12 Infocentros en la región de La Araucanía.
3. A lo anterior debemos agregar las iniciativas del Ministerio de la Vivienda quien ha instalado seis Infocentros comunitarios, y del Instituto Normalización Previsional que recientemente a abierto al público seis Infocentros, destinados preferentemente al adulto mayor.

Por último, cabe destacar que han surgido múltiples iniciativas privadas que han dado paso a una cifra estimada de 120 Infocentros.

#### **6.5. - La Experiencia del Ministerio de Economía y de Sercotec<sup>27</sup>.**

La experiencia desarrollada por ambas instituciones ha permitido la instalación de Infocentros para la micro y pequeña empresa, a nivel de todas las regiones del país. Estos Infocentros se han implementado con el aporte y participación de organismos e instituciones públicas y privadas, tales como Intendencias, Gobernaciones, Municipios y Asociaciones Gremiales, Universidades, Empresas privadas de telecomunicación, entre otros. Estos Infocentros han propiciando el apalancamiento de recursos locales y regionales e institucionales y la generación de alianzas y asociatividad para el desarrollo de cada iniciativa.

Por otro lado, se ha privilegiado el uso y aprovechamiento de proyectos afines como la REDSERCOTEC, que ha significado el soporte central de los infocentros implementados por Sercotec.

---

<sup>27</sup> Doc. Borrador Prog. Infocentros de Fomento para la MYPES 2001-2004”

1. - Infocentros implementados a la fecha por Minecon.

Durante al año 2000 el Minecon implemento los siguientes Infocentros

✓ Región de Valparaíso : Ciudades de Valparaíso, Quillota y san Antonio

Tipo : PYME

✓ Región de O'Higgins : Ciudad Rancagua

Tipo: PYME

✓ Región del Maule : Ciudad de Talca

Tipo: PYME

✓ Región Metropolitana : Santiago ( La Reina)

Tipo: PYME

2. Infocentros implementados a la fecha por Sercotec

Sercotec cuenta con experiencia en esta línea a través de su proyecto RedSercotec y la implementación de Infocentros en diferentes puntos del país, es un Sistema de Información Empresarial, orientado con énfasis a las MIPE y PYME.

El Propósito de este proyecto, que comenzó a mediados de 1999, fue implementar un sistema orientado a satisfacer las necesidades de información y de comunicación del sector PYME y MIPE en Chile y permitir el acceso a otras redes y sistemas con información relevante para el sector.

Actualmente Sercotec cuenta con 30 Infocentros, 19 en las direcciones y oficinas regionales de Sercotec y 11 a través de convenios con instituciones ligadas a la MYPE. Cada uno de estos Infocentros cuenta con personal capacitado para atender las consultas de los empresarios y tiene como soporte la Redsercotec.

## **6.6. - Desarrollo de contenidos disponibles en los Infocentros**

Información especializada y sistematizada sobre:

- a) Áreas temáticas y sectoriales (Medioambiental, pesca artesanal, turismo, calidad, etc.)
- b) Organismos e instituciones nacionales e internacionales clasificadas por temas y por sector de relevancia para la MYPE
- c) Casos exitosos que orientan a los empresarios en el quehacer institucional concreto
- d) Actualidad noticiosa relacionada con el fomento del segmento MYPE  
Instrumentos de fomento disponibles para la Mype
- e) Formas de cooperación entre grandes y pequeñas empresas Ferias y exposiciones, tanto nacionales como extranjeras
- f) Trámites más frecuentes de formación de empresas
- g) Opciones de financiamiento privado

El modelo de implementación se ha guiado por tres ejes fundamentales cuyo propósito es garantizar su sustentabilidad futura, y que son:

- a) El apalancamiento de recursos locales o regionales;
- b) La generación de asociatividad (Gobierno- Privados- Universidades) en el desarrollo de la iniciativa;
- c) Producir la apropiación de los actores locales o regionales donde estos se implementen.

La experiencia desarrollada ha permitido la implementación de un número importante de infocentros actualmente en funcionamiento, la capacitación de personal para la atención de los empresarios, la generación de alianzas con el sector público y privado, y el desarrollo de nuevos servicios en la red para los usuarios. Asimismo, se ha generado un efecto demostrativo en otros servicios públicos y entidades privadas, estimulando la demanda de su implementación.

## **6.7. - Objetivos de los Infocentros MYPES<sup>28</sup>**

### **6.7.1. - Objetivo General:**

"Masificar el acceso de las micro y pequeñas empresas a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación, a través de la implementación de Infocentros de Fomento para la Mype, mejorando su competitividad y desarrollo en igualdad de oportunidades".

### **6.7.2. - Objetivos específicos:**

- a) Desarrollar competencias en los empresarios en el uso e incorporación de las nuevas herramientas tecnológicas en la gestión empresarial.
- b) Mejorar el acceso a la capacitación.
- c) Facilitar la realización de trámites y orientación empresarial.
- d) Mejorar las oportunidades de negocios para las empresas
- e) Mejorar el acceso a los mercados
- f) Fortalecer y desarrollar redes empresariales.

### **6.7.3. - Objetivos estratégicos:**

- a) Involucrar a la institucionalidad público-privada en la gestión de los Infocentros, permitiendo la sustentabilidad de estos en el tiempo.
- b) Maximizar el aprovechamiento de las competencias y recursos institucionales disponibles.
- c) Potenciar los programas de fortalecimiento de la asociatividad gremial dirigidos al sector.
- d) Avanzar hacia la ventanilla única para la MYPE

---

<sup>28</sup> Doc. Borrador Prog. Infocentros de Fomento para las MYPES 2001-2004” SERCOTEC

## **6. 8. - Los Usuarios**

Los usuarios de los Infocentros, son principalmente micro, pequeños y potenciales empresarios y el acceso de organismos de fomento.

## **6. 9 . - Descripción de la prestación del servicio**

Los Infocentros se ubican en lugares de alta afluencia del público objetivo y de fácil acceso para el usuario, tales como: Servicios Públicos, Gobernaciones, Municipios, Bancos, u otros de carácter más específico como pueden ser las Asociaciones Gremiales y organismos afines. El acceso del usuario a los servicios de un Infocentro es gratuito y puede acceder a todos los servicios, pudiendo interactuar de manera directa con la red o ser asistidos en el mismo infocentro por ejecutivos especializados.

### **6.9.1 - Servicios Recibidos**

Los principales servicios que recibe el usuario son los siguientes:

1. Cursos de capacitación virtual en el manejo de Internet, correo electrónico, comercio electrónico y temáticas referidas a la gestión empresarial
2. Asesoría rápida en temas relacionados con su negocio, a distancia o a través de ejecutivos.
3. Impresión de la información de su interés disponible en la red.
4. Realización de algunos trámites a través de la red, referidos a la empresa.
5. Contacto con redes empresariales.
6. Folletería y material de información sobre las instituciones y organismos de apoyo al sector.
7. Acceso a oportunidades de negocio (subcontratación), tanto nacionales como extranjeras

## **6.10. - Requerimientos para un Infocentro**

- Lugar físico y mobiliario,
- Computadores y periféricos tales como impresoras, scanner, proyectores, fax, etc., en número adecuado para la demanda
- Insumos como papel, tinta, diskettes, electricidad.
- Conexiones y líneas telefónicas: Entre las modalidades más utilizadas, como son las líneas conmutadas, dedicadas y RDSI, se recomienda el uso de líneas dedicadas ya que permiten mayor rapidez de acceso a un menor costo de operación.
- Personal : Operador(es), administrador(es), encargado(s) de velar por el funcionamiento de los equipos, realizar la asesoría para su correcta utilización, además de la administración de los horarios de utilización. Desarrollo de sitio web con contenidos pertinentes al grupo de usuarios.

### **6.11. - Gestión y Funcionamiento**

Los Infocentros funcionan al alero de una institución, la que se constituye en socio estratégico del programa. Esta institución u organismos público o privado facilita un lugar físico en sus dependencias para destinarlo como Infocentro y aporta recursos para el equipamiento y funcionamiento del mismo.

### **6.12. - Sustentabilidad**

Algunos factores a considerar en el diseño de un modelo de sustentable, son los siguientes:

- a) Participación de pequeños empresarios de la localidad o región.
- b) Participación de entidades académicas, técnicas, o de capacitación que garanticen las acciones de soporte técnico y de capacitación en el uso del infocentros.
- c) Desarrollo de contenidos locales básicos pertinentes para los pequeños empresarios.
- d) Validación de la iniciativa y participación en la misma por parte de entidades de Gobierno que trabajan tema MYPE (Seremi Economía, Corfo, Sercotec, Fosis, etc.).
- e) Aporte económico, de recursos humanos y de infraestructura de funcionamiento.
- f) Estimación de uso potencial por parte de pequeños empresarios de la localidad y de la región

## **6. 13. - Experiencia Piloto : Infocentro Rancagua<sup>29</sup>**

La Secretaría Regional Ministerial de Economía de la Sexta Región, haciéndose partícipe del interés del Ministerio de Economía en difundir la utilización práctica de las nuevas tecnologías entre las pequeñas empresas, a través de la constitución de centros de acceso a Internet, genéricamente denominados Infocentros, logró la cooperación entre el gobierno, el sector empresarial y las universidades, materializando el 6 de Diciembre del 2000, con la firma de un acuerdo Marco de Cooperación para la implementación de un Infocentro MYPE.

En dicho acuerdo participaron la Gobernación de Cachapoal; la Secretaría Regional Ministerial de Economía; la Ilustre Municipalidad de Rancagua; la Dirección Regional del Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC; la Dirección Regional del Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS; la Universidad Técnica Federico Santa María, y la Corporación de Desarrollo Pro O'Higgins.

Estas instituciones, se comprometieron a implementar un plan piloto a contar del mes de Enero del 2001, y por un periodo de tres meses en la ciudad de Rancagua, que sirviera como primera iniciativa para el desarrollo de una red regional de Infocentros, donde los pequeños empresarios puedan conocer y utilizar las nuevas tecnologías de información y comunicación, tales como Internet y correo electrónico, ya sea para que puedan acceder a información y servicios, como para difundir sus propios productos y negocios.

Para ello acordaron realizar aportes tanto en términos de recursos humanos, físicos y financieros, que permitirán establecer en la comuna

---

<sup>29</sup> Doc. "Reseña Histórica de la formación de INFOCENTRO PLAN PILOTO RANCAGUA"  
Seremi de Economía VI Región.

de Rancagua, en dependencias de la Gobernación de Cachapoal, ubicada en la Plaza de Armas de esta Comuna, un lugar donde los empresarios no sólo tengan la infraestructura adecuada, sino que además cuenten con el apoyo necesario para introducirse en el uso de estas herramientas, en términos de capacitación y asesorías en información del instrumental que posee el ámbito público

Para la implementación de este Plan Piloto, las instituciones acordaron aportar lo siguiente:

1. **Gobernación de Cachapoal:**
  - Dispuso el uso de una sala de sus dependencias, con excelente acceso para el desarrollo del Infocentro, implementada con mobiliario.
  - Aporta las líneas telefónicas, conexión y tráfico de Internet.
2. **Secretaría Regional Ministerial de Economía:**
  - Coordinación, seguimiento e implementación de Infocentro
  - Profesional a cargo
  - Señalética, lienzos
3. **Municipalidad de Rancagua:**
  - Aporte en difusión del programa ( Folletería, Trípticos)
4. **Dirección Regional de SERCOTEC**
  - Aporte de un Computador y una impresora, (Red SERCOTEC)
  - Aporte de un operador permanente a cargo del sistema
5. **Dirección Regional de FOSIS:**
  - Aporte de un Computador y una Impresora.
6. **Universidad Técnica Federico Santa María Sede Rancagua:**
  - Aporte de plataforma Técnica
  - Mantención del Infocentro.
7. **Corporación de desarrollo Pro O'Higgins:**
  - Aporte computacional

La inauguración de este Infocentro se realizó el día Jueves 18 de Enero del 2001, en la Gobernación de Cachapoal, contando con la participación del Subsecretario de Economía, Señor Alvaro Díaz Pérez, Encargado de Regiones, Jaime Gre y con la presencia del Señor Intendente don Raúl Herrera Herrera.

En la convocatoria a dicha actividad se contó con la participación de actores vinculados al Foro Regional de Desarrollo Productivo, y organizaciones gremiales Regionales como EMPRODE, AMPIASAF, la Federación de Comercio Detallista, usuarios de SERCOTEC, usuarios de FOSIS, usuarios de INDAP, y usuarios de SENCE, entre otros.

#### **6.13.1 Objetivo General de este Infocentro**

Iniciar a los micro, pequeños y medianos empresarios en el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, tales como el uso de Internet y del correo electrónico, incentivando su posterior incorporación al interior de cada empresa, como una herramienta productiva más, logrando así, una mayor integración de la pequeña empresa al desarrollo productivo Regional.

#### **6.13.2 Objetivo Específico**

- Establecer en la comuna de Rancagua, un lugar donde los empresarios no sólo tengan la infraestructura adecuada de las nuevas tecnologías, sino que además cuenten con el apoyo necesario para introducirse en el uso de estas herramientas

### 6.13.3. Funcionamiento y Servicios

Este Infocentro funciona en dependencias de la Gobernación Provincial de Cachapoal, la que se encuentra ubicada en la Plaza de los Héroes s/n de Rancagua. El horario de funcionamiento es de Lunes a Viernes, de 10:00 a 13:00 Hrs. y de 15:00 a 17:00 Hrs, y se abrió al público el Viernes 19 de Enero del 2001.

Dentro de los servicios entregados se encuentra:

1. Capacitación básica en computación para micro, pequeños y medianos empresarios de la región de O'Higgins, con 20 horas pedagógicas.

- Objetivos generales de la capacitación: capacitar al micro, pequeño y mediano empresario en la utilización de computadores, en la rutina diaria de sus empresas, como un instrumento productivo.

- Objetivos específicos:

- ✓ Conocer y distinguir los distintos componentes de un Computador.

- ✓ Aplicar y manejar los distintos programas más utilizados en las organizaciones modernas.

- ✓ Aplicar los distintos métodos en la administración moderna.

- Contenidos del programa:

El programa consta de los siguientes módulos:

a) Modulo N°1: Introducción a la computación.

Objetivos: El propósito de este modulo, es establecer la diferencia que marca la computación en la era moderan y los beneficios que se deben aprovechar de ella. Además de establecer un conocimiento de Hardware y Software.

Incluye los siguientes aspectos:

- ✓ Historia de la computación

- ✓ Introducción al hardware
- ✓ Introducción al software
- ✓ Dispositivos de entrada
- ✓ Dispositivos de salida
- ✓ Fundamentación práctica de los programas más utilizados.

b) Modulo N°2: Microsoft Word:

Objetivos: El propósito de este módulo es otorgar los conocimientos básicos en la utilización de textos comerciales computacionales.

El módulo contiene:

- ✓ Introducción al Word
- ✓ Manejo de textos comerciales en Word

c) Módulo N°3 : Microsoft Excel:

Objetivo: Que en el corto tiempo las personas de la micro, pequeña y mediana empresa utilice las planillas electrónicas en tareas cotidianas de la organización.

Este módulo incluye:

- ✓ Introducción a Excel.
- ✓ Utilización de planillas electrónicas
- ✓ Manejo de planillas en la empresa.

d) Módulo N°4 : Microsoft PowerPoint:

Objetivo: El objetivo de este Módulo es que las personas participantes utilicen presentaciones computacionales en los proyectos que deseen emprender, al momento de presentarlos, como una forma de apoyo.

Este módulo incluye:

- ✓ Introducción a PowerPoint
- ✓ Utilización de diapositivas.
- ✓ Presentación animadas
- ✓ Presentación ejecutivas dentro de la empresa.

2. Orientaciones para financiamiento de sus micro y pequeñas empresas, ya sea a través de instituciones de fomento productivo como de la banca privada.
3. Información sobre aplicación y funcionamiento de la política pública “ Plan PYME 2001 “
4. Realización de declaraciones de Impuesto a la Renta a través de Internet a 70 Micro y pequeños empresarios en el mes de Abril

## **7. POLITICAS PARA LAS MYPES – PERIODO 2000- 2005**

Aún persisten los criterios teóricos difundidos durante el gobierno militar respecto de las MYPES, entre estos cabe mencionar<sup>30</sup>:

- (a) Son empresas perdedoras, generalmente inviables.
- (b) El crecimiento y el dinamismo de la economía descansa en la gran empresa, mientras que la micro y pequeña empresa son una mochila que el país debe aceptar.
- (c) Las MYPYMES se dividen entre aquellas no rentables y, por tanto, sin destino ( frente a las cuales cualquier apoyo estatal constituiría pérdida total, por lo que su mejor decisión sería cerrar) y las que son viables ( que en consecuencia no requieren apoyo estatal).

Esta visión estratégica respecto a la acción pública en apoyo al sector PYMES, ha sustentado el diseño y aplicación de políticas más bien reactivas, frente a contingencias de crisis, lo que ha impedido materialización de una política de Estado de Largo Plazo que considere efectivos y eficaces objetivos e instrumentos de fomento.

No es extraño, en consecuencia, que hoy enfrentamos un pequeño empresariado descapitalizado, sin una adecuada capacitación empresarial, de pobres horizontes, preocupado de la sobrevivencia cotidiana y de dramatizar su situación para obtener apoyo gubernamental (especialmente financiero).

---

<sup>30</sup> Doc. “Hacia una política de Fomento a la Pequeña Empresa” Ricardo Pulgar Parada.

## 7.1. Nueva Política Pública

El presidente Lagos, en su campaña electoral tomó nota de la situación estratégica y coyuntural de las micro y pequeñas empresas y expuso una serie de compromisos que implican un cambio cualitativo de envergadura respecto de la visión del Gobierno frente al sector<sup>31</sup>:

“ El objetivo central de mi Gobierno es “crecer con igualdad”. Por ello considero de la mayor importancia sentar las bases para un gran acuerdo nacional, donde la pequeña empresa ciertamente está llamada a jugar un papel insustituible en el desarrollo nacional. Este sector no puede continuar siendo el pariente pobre de nuestra economía, pero tampoco necesita ser tratado de manera paternalista. Requiere, sí, igualdad de condiciones de poder progresar”.

“ El esfuerzo que los pequeños empresarios y empresarias están acostumbrados a desplegar cotidianamente en condiciones adversas, no ha sido suficientemente reconocido. Para crecer con igualdad, necesitamos de pequeñas empresas fortalecidas y con mayores oportunidades para desarrollarse, pues sólo ello asegura que podamos crear más y mejores empleos para todos”

“ La institucionalidad económica Chilena – sus leyes y normas – siempre discriminó contra la pequeña empresa y sus trabajadores. Por un lado, le dificulta el acceso al crédito, entorpece el funcionamiento de sus gremios, entorpece la asociatividad económica de pequeñas empresas, no establece regulaciones que incentiven la cooperación entre empresarios y trabajadores, desprotege contra los abusos de grandes empresas y no genera mecanismos para que este sector pueda defenderse contra la

---

<sup>31</sup> Doc. “Hacia una Política de Fomento a la Pequeña Empresa” Ricardo Pulgar Parada

competencia desleal en importaciones. Por otro lado, aunque los programas de fomento han triplicado sus recursos, el Estado aún tiene mucho que recorrer en cuanto a facilitar acceso a información pública, simplificar trámites de constitución de empresas y adaptar la regulación y normativas a la realidad de la pequeña empresa”.

“ Si Chile aspira a ser un país desarrollado, este modelo discriminatorio contra la pequeña empresa y sus trabajadores debe ser superado. Nuestra nación requiere la modernización masiva de la pequeña empresa. Y para ello no sólo requiere de una adecuada política de fomento, sino que debe otorgarle un estatuto jurídico y económico que favorezca su desarrollo”.

Para dar cumplimiento al compromiso N° 9 del Presidente Lagos, que dice “ Masificaremos el acceso de las pequeñas empresas a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación. Nuestra meta es que 300 mil empresas lleguen a realizar comercio electrónico vía Internet, difundan sus servicios en la red, obtengan información pública, paguen impuestos y efectúen pagos previsionales de salud”, surge la iniciativa de poner en marcha una red de Infocentros Públicos para este importante sector de la economía.

En dicho contexto y en el marco del programa de innovación y desarrollo tecnológico con financiamiento BID, la Subsecretaría de Economía y el Servicio de cooperación Técnica, están impulsando el “ Programa de Infocentros para la Micro y Pequeña Empresa” , para lo cual se dispone de fondos concursables

## **7.2. Antecedentes del Programa de Infocentros para las MYPES<sup>32</sup>.**

La Subsecretaría de Economía y el Servicio de Cooperación técnica, conscientes de la realidad de la MYPE en el área de la información y las comunicaciones, factores que se han constituidos en elementos de competitividad para las empresas, se han propuesto impulsar un proyecto que opere bajo tecnología de Internet y provea de acceso y servicios de información a las pequeñas empresas, en un concepto de INFOCENTROS. En estos centros, con equipamiento informático y con conexión a Internet, se pone a disposición de los interesados oportunidades de realizar negocios, asistencia técnica rápida, atención de consultas, orientación y derivación a instituciones de fomento y servicios de apoyo al sector, entre otros servicios.

El programa como ha sido concebido representa un avance significativo respecto de las experiencias que han venido desarrollándose en nuestro país en esta materia, por cuánto pone énfasis en la sustentabilidad de los proyectos, representando un modelo piloto que incorpora en su diseño, el aprendizaje y los principales factores críticos recogidos de la experiencia nacional e internacional.

La sustentabilidad de un infocentros se asegura si existen los siguientes factores:

- Apropiación por parte de los actores locales
- Localización estratégica
- Gestión eficiente
- Operadores de los Infocentros capacitados y con competencias adecuadas.

### **7.3 Objetivo General**

Masificar el acceso de las micro y pequeñas empresas a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación, a través de la instalación e implementación de Infocentros de Fomento para la MYPE.

### **7.4 Objetivos Específicos**

- (a) Desarrollar competencias en los empresarios en el uso e incorporación de las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicaciones en la gestión empresarial.
- (b) Facilitar el acceso a la capacitación
- (c) Facilitar la realización de trámites y orientación empresarial
- (d) Generar nuevas oportunidades de negocios para las empresas
- (e) Facilitar el acceso a los mercados
- (f) Fortalecer y desarrollar redes empresariales
- (g) Facilitar el acceso a información de interés empresarial

### **7.5 Elementos de apoyo a la instalación y sustentabilidad de Infocentros.**

- (a) Recursos para equipamiento y operación de los Infocentros
- (b) Apoyo de la institucionalidad de fomento
- (c) Desarrollo de contenidos
- (d) Capacitación y estándares de atención

---

<sup>32</sup> Doc. Bases Técnicas y Administrativas Concurso Nacional: Implementación de Infocentros para las MYPES” Septiembre 2001.-

## **7.6. Quienes pueden postular**

Podrán Postular al concurso para la instalación de Infocentros, organismos públicos o privados, vinculados al fomento productivo y al desarrollo de las micro y pequeñas empresas del país, o que tengan alguna relación con dichas empresas.

Las instituciones podrán postular a cofinanciamiento para instalar Infocentros nuevos o para fortalecer infocentros existentes.

El programa ofrecerá la posibilidad de repostular proyectos ya financiados en el primer año, a una segunda etapa de continuidad, en la medida que los resultados del Infocentro sean satisfactorios y la disponibilidad de recursos lo permita.

## **7.7. Fondos asignables**

Los recursos del programa se asignarán en relación con la configuración del Infocentro propuesto, en términos de equipamiento tecnológico, infraestructura, y recursos humanos. Por otra parte, los montos aprobados estarán en directa relación con los aportes propios que establezca y comprometa cada entidad postulante. En todo caso, los montos máximos de cofinanciamiento por proyecto no podrán superar el 50 % del costo total del proyecto presentado.

## **7.8. Evaluación y selección de proyectos**

La evaluación se llevará a cabo en base a la documentación presentada por cada institución postulante al momento de la entrega de su proyecto para la selección del CAR, comité Regional de Asignación de Recursos de Fomento a la MYPE, la que deberá incluir el formulario base de presentación y la matriz de planificación del proyecto.

El CAR, se reserva el derecho de rechazar aquellos proyectos incompletos que no entreguen la documentación solicitada y que no cumplan con los requisitos estipulados en las bases del concurso.

### **7.8.1. Factores de Evaluación**

Se han considerado los siguientes factores y sus correspondientes ponderaciones para la evaluación de los proyectos, considerando los factores críticos de éxito y las condiciones mínimas que permitan establecer la viabilidad de los proyectos de Infocentros y su permanencia en el tiempo.

- (a) **Calidad del proyecto:** Se evaluará la originalidad del proyecto y la adecuada formulación metodológica de acuerdo a las pautas establecidas y anexos relacionados. Se evaluará además la coherencia y consistencia entre la necesidades y requerimientos diagnosticados, los objetivos definidos, el plan de trabajo y los resultados esperados. Se evaluará también la localización del Infocentro y la incorporación de servicios complementarios. Ponderador 25 %.
- (b) **Generación de Alianzas:** Se evaluarán las alianzas de distintas instituciones, públicas y privadas, en calidad de financiadores, co-ejecutoras o donantes. Se privilegiará la solidez de las alianzas, la participación de pequeños empresarios, técnicos o de capacitación que garanticen las acciones de soporte técnico y de capacitación en el uso

de Infocentro. Además la validación de la iniciativa y participación de la misma por parte de entidades de gobierno que ejercen acciones de fomento a las pequeñas empresas. Ponderador 25 %

- (c) Estrategias de continuidad y desarrollo: Se evaluarán las potencialidades del proyecto a mediano y largo plazo, particularmente las estrategias de continuidad y desarrollo que aseguren un período mínimo de funcionamiento de tres años. Ponderador 20 %
- (d) Recursos aportados: se evaluarán las condiciones de la institución postulante, en cuanto a trayectoria y capacidades técnicas/financieras/profesionales, aspectos que serán evaluados de acuerdo a la información presentada y al conocimiento de las entidades que conforman el CAR. Se evaluará también, el aporte económico, de RR.HH. y de infraestructura. Ponderador 15 %
- (e) Cobertura y pertinencia: Se evaluará estimando el uso potencial del Infocentro por parte de las micro y pequeñas empresas de la localidad, y si el proyecto responde a las necesidades específicas del sector MYPE y de su entorno. Ponderador 15%

## **7.9. Presentación de proyectos**

Los proyectos deben presentados en las oficinas de SERCOTEC de todo el país. La documentación y antecedentes exigidos a las entidades postulantes son:

- Fotocopia simple de las escrituras en que consten los Estatutos de la entidad postulante y convenios o acuerdos interinstitucionales.
- Certificado de vigencia de la entidad, emitido por el Ministerio o entidad que corresponda, según su naturaleza jurídica.
- Poder del representante para actuar en nombre de la entidad adjudicada.

- La transferencia de recursos y firma de convenios se realizará una vez adjudicados los proyectos.

## **CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

Como resultado de este estudio, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Durante los últimos años, la micro, pequeña y mediana empresa se ha posicionado públicamente como un sector significativo en el proceso económico y social del país, reconocido por su contribución a la generación de empleo, absorbiendo casi el 80 por ciento de la fuerza laboral del país
  
- Dentro de las prioridades programáticas del gobierno relativas a la pequeña empresa, hay una fuerte preocupación por el entorno en que ellas se desenvuelven, como es el ambiente económico, social y normativo institucional en el cual se crean y desarrollan las empresas, y que afectan positiva o negativamente su crecimiento y el mejoramiento de su competitividad.

Su desarrollo se logrará en la medida que las intervenciones del estado se orienten a corregir imperfecciones de los mercados de insumos, productos, tecnología y servicios; adecuar el marco normativo en que se desenvuelven las empresas; y a perfeccionar la institucionalidad pública de fomento productivo.

En ese ámbito ha priorizado tres líneas de acción, que serán los ejes principales de las políticas de fomento productivo hacia ese sector : acceso a tecnologías de información, financiamiento y capacitación. En este contexto se destacan las siguientes acciones iniciadas por el gobierno:

1. El plan de reactivación para las micro, pequeña y mediana empresa – Plan PYME – que permite la repactación de las deudas bancarias, tributarias y previsionales.
  2. El proceso nacional de consulta ciudadana sobre el tema de un Estatuto para el desarrollo de las micro, pequeña y medianas empresas.
  3. La instalación de Infocentros para la pequeña empresa.
- Como respuesta al compromiso establecido por el gobierno de Chile de “masificar el acceso de las pequeñas empresas a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación”, surge el Programa de Infocentros para la Micro y pequeña empresa, proyecto que busca proveer de acceso y servicios de información, a través del uso de Internet, para las pequeñas empresas. En estos centros los usuarios pueden realizar contactos de negocios, conocer nuevos productos o exhibir los propios en esta red; asimismo, pueden recibir asistencia técnica, capacitación en el uso de las nuevas tecnologías, atención de consultas, orientaciones, etc.

Es así, como en el primer concurso nacional de Implementación de Infocentros para la micro y pequeña empresa, resultaron seleccionados un total de 44 proyectos, gracias a este programa gubernamental, se instalarán un total de 55 Infocentros locales y Regionales entre fines del 2001 y el 2002.-

En este proceso que fue lanzado oficialmente el 6 de Septiembre del 2001, postularon un total de 130 proyectos de todas las regiones del país, en su mayoría presentados por municipios, asociaciones de empresarios, gobernaciones provinciales, ONGs y entes privados.

Los recursos totales involucrados ascienden a \$ 1.155 millones, de los cuales, \$ 352 millones serán aportados por el Programa de Infocentros y \$ 803 millones serán costeados por las entidades beneficiados.

- Potencialmente un Infocentro puede contribuir a romper algunas de las más importantes barreras que detiene el desarrollo económico de los micro y pequeños empresarios. Los Infocentros acercan a los micro y pequeños empresarios y la comunidad a conocer y utilizar las tecnologías de información, les permite capacitarse y entrenarse en el uso de Internet, correo electrónico y crear páginas Web para promocionar sus negocios, además les entrega información pertinente a sus necesidades en cualquier ámbito, lo que le permite a los empresarios tomar decisiones informadamente.
- Los Infocentros son una alternativa real para las MYPEs, ya que:
  - ✓ Los conecta con el mundo global a través de Internet
  - ✓ Pueden promocionar sus productos y/o servicios a un mercado más amplio
  - ✓ Les permite tener acceso a la capacitación, conocer cuales son los instrumentos de apoyo y financiamiento de las Instituciones públicas y su forma de acceder. Esto los lleva a profesionalizar su gestión empresarial.
  - ✓ Por ser un lugar de encuentro, les permite a los empresarios crear redes y alianzas que potencien sus negocios a través del encadenamiento productivo y la subcontratación de servicios y productos entre empresarios.
  - ✓ Lo anterior fortalece la asociatividad empresarial.
- El establecimiento de Infocentros en áreas urbanas no representa grandes dificultades, mientras que en áreas rurales la falta de infraestructura de telecomunicaciones con ancho de banda suficiente para poder conectar con Internet, constituye un gran obstáculo para el desarrollo de las MYPES y de la comunidad toda. Es necesario fomentar inversiones en esa infraestructura, el acceso compartido a estos servicios via Infocentros puede maximizar el impacto de estas inversiones en el medio rural. Lo más probable es que se requieran

inversiones compartidas , públicas y privadas, provenientes ya sea de los Gobiernos regionales , municipios y la comunidad.

- La falta de conocimiento sobre el usos de la Internet y la computación no es un obstáculo serio cuando se trata de empresarios jóvenes o adultos con un cierto nivel educativo, pero cuando se trata de población con baja escolaridad, es necesario un programa de capacitación de usuarios novatos adultos
- Es imperante que el Gobierno, los municipios y las asociaciones empresariales les den acogida y auspicien los Infocentros, que surgirán con fuerza creciente a medida que un mayor número de pequeños empresarios, hasta ahora marginados de las tecnologías, ganen acceso y reconozcan el poder de Internet para apoyar sus propias organizaciones e iniciativas de desarrollo.
- Es de suma importancia que las iniciativas de Infocentros mantengan un decidido compromiso con la autosustentabilidad y un modelo de negocio consecuente con ese compromiso y que estén lideradas por organizaciones comprometidas con el proyecto, dispuestas a aportar de su propio capital y tiempo, que tenga el respaldo de la comunidad donde opere y esté compenetrada con las aspiraciones y necesidades de sus usuarios
- El sistema de apoyo al desarrollo de Infocentros para las Mypes en base a concurso nacional, implementado por el gobierno , es una fórmula transparente y propicia para fomentar la autosustentabilidad y la innovación en el desarrollo de Infocentros, este sistema de cofinanciamiento para la puesta en marcha y operación inicial , parece ser una forma adecuada , dejando por cuenta de los gestores la operación y mantenimiento de los Infocentros.

- En definitiva, los Infocentros Mypes si cumplen con los objetivo, de disminuir las brechas de competitividad y productividad existentes entre las pequeñas y las grandes empresas que por sus ingresos les permite estar inserta en la economía globalizada, este acceso a Internet y a las nuevas tecnologías de información y comunicación, les permite abrirse paso en un mercado cada más competitivo y abierto internacionalmente, lo que les permite crecer y desarrollarse.
- Es de vital importancia el impulso de políticas de fomento productivo que estimulen el desarrollo de la Micro, pequeña y mediana empresa, a través de programas e instrumentos y aumentos sostenido de recursos para estos fines, solo así podemos asegurar crecimiento con equidad, generación de empleos, incremento de la competitividad , ampliación de los mercados y por ende lograr un crecimiento más equilibrado de nuestro territorio.



## BIBLIOGRAFIA

- 1.- Secretaría General de la Presidencia : Doc. " Proyecto rediseño Institucionalidad Pública relacionada con la función de Fomento Productiva" 30-04- 2001.-
- 2.- MIDEPLAN : Doc. "Plan de desarrollo de la Microempresa" 21 – 07- 1995.-
- 3 Biblioteca CORFO VI Región : Libro "PYME, un desafío a la modernización Productiva" 1994
- 4 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc. " Síntesis para consulta ampliada, Propuesta de Ley MYPE" 16- 08-2001.-
- 5 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc. "Comunicado de Prensa " La Importancia de democratizar la Información"
- 6 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc. " La MYPE, ¿una carga para El estado o una oportunidad de Crecimiento? Intranet
- 7 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc. "Compromisos del Presidente De la república Ricardo Lagos con La Pequeña Empresa" Sept. 2000.-
- 8 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Nota técnica "Plan de Tecnología De la Información" Mario velando.
- 9 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Nota Técnica " Gestión del Conocimiento" Prof. Mario Velando.-
- 10 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Nota Técnica "Gestión de la Tecnología" Prof. Mario Velando
- 11 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc Borrador "Programa Infocentro De fomento a las MYPES" 2001 - 2004.-

- 12 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc. "Hacia una política de Fomento a la pequeña empresa" Ricardo Pulgar Parada
- 13 Biblioteca SERCOTEC VI Región : Doc " Bases técnicas y administrativas concurso nacional : " Implementación de Infocentros para las MYPES" Sept. 2001.-
- 14 Cátedra "Políticas Públicas" : Universidad Academia Humanismo Cristiano. Prof. Milton Vidal
- 15 Biblioteca Univ. Academia Humanismo Cristiano : Doc. Análisis de Políticas Públicas Rocío Valdivieso del Real.
- 16 Biblioteca Universidad de Chile : Doc. "Política" Tema : Consecuencias Sociales de la Globalización, De Fernando Henrique Cardoso Inst. Ciencias Políticas, volumen N° 34 - 1996.-
- 16 Cátedra " Teoría y Práctica de Gobierno" : Universidad Academia Humanismo Cristiano. Prof. Roberto Mardones.
- 17 Secretaría Regional Ministerial de Economía VI Región : Doc. "Reseña Histórica de la formación de Infocentro Plan Piloto de Rancagua"
- 18 CEPAL : Doc. " Los nuevos escenarios de Desarrollo regional en economías De mercado, abiertas y descentralizadas" 1992
- 19 CEPAL : Doc. " Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural en América latina y el Caribe" 02-2001
- 20 Secretaría General de Gobierno : Libro: discursos de José J Brunner Comunicación y Globalización V.13
- 21 Secretaría General de Gobierno : Doc. Comunicación y Globalización Neuman 1993
- 22 [www.baquia.com](http://www.baquia.com) : Doc. " ¿Economía vieja o nueva?..."

## **AGRADECIMIENTOS**

**Mis agradecimientos por su ayuda y colaboración a los Señores:**

- Joaquín Cáceres Aliste, Director Regional de Sercotec VI Región
- Vilma Alarcón , Secretaria Seremi de Economía VI Región
- Héctor Chamaca Pérez, Profesor Universidad Academia Humanismo Cristiano
- Pablo Butikofer Robles, Profesor Guía de Tesis Universidad Academia Humanismo cristiano.
- Sergio Roldán , Ex – Seremi de Economía VI Región
- Juan Miranda, Jefe, Div, análisis y Control de Gestión de Gobierno Regional
- Ramón Lizana, Serplac VI Región
- Compañeras de trabajo, Div, Análisis y Control de Gestión Gobierno Regional, María Inés González, Claudia Cea y Michelle Parraguez.
- Profesorado Carrera Ingeniería Ejec. Gestión Pública , Sede Rancagua, Universidad Academia Humanismo Cristiano.