



**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA  
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN  
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA**

**“PERFIL SOCIO ECONÓMICO DE LOCATARIOS EN BANDEJÓN N° 3,  
SECTOR FERIA PINTO”**

---

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

---

**Profesor Guía: Yorka Uribe Díaz**

**CAMILA ANTONIETA TASCÓN STURLA  
–TEMUCO, MARZO, 2012 –**

**Comisión Examinadora**

**“PERFIL SOCIO ECONÓMICO DE LOCATARIOS EN BANDEJÓN N° 3,  
SECTOR FERIA PINTO”**

**CAMILA ANTONIETA TASCÓN STURLA**

**COMISIÓN EXAMINADORA**

**YORKA URIBE DÍAZ**

**Profesor Guía**

**VIOLETA CANTERO MANCILLA**

**Profesor Examinador 1**

**FABIÁN VERA V.**

**Profesor Examinador 2**

**Nota trabajo escrito: 5.3**

**Nota examen: 5.3**

**Nota final: 5.3**

## **Resumen**

El siguiente trabajo de investigación realiza un análisis y caracterización de los feriantes del sector Feria Pinto, específicamente del Bandedjón N°3, mediante un perfil socio económico. El objetivo principal es encontrar planes de acción en que la Municipalidad de Temuco, a través de sus unidades de desarrollo local, pueda contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de este, y, de este modo contribuir a mejorar la convivencia que existe en el lugar.

El motivo de realizar este estudio en ese bandedjón, se debe a que precisamente en el transcurso de la práctica controlada, éste se encontraba en período de remodelación estructural y de una reasignación de puestos, y se observó que esta ocupación se efectuaba bajo ningún criterio establecido, con el eminente riesgo de asignar espacios a quienes no puedan desarrollar una actividad permanente ni armoniosa .

A fin de obtener la información necesaria, se desarrolló una recolección de datos secundarios usando un instrumento anónimo. Este fue confeccionado de forma que se pudiera conocer, las características personales, sociales y económicas.

Mediante un respectivo análisis se hizo una clasificación de las personas encuestadas, mediante grupos etáreos, en el cual, revelan su nivel de emprendimiento, características personales, sociales y económicas, en donde, se detectó, los puntos críticos que los feriantes presentan, y que eventualmente irían en desmedro del buen funcionamiento bandedjón N°3.

. Los resultados recogidos permitirán a la Municipalidad de Temuco crear estrategias dirigidas específicamente a las personas de la Feria, aportando a mejorar en su desarrollo y funcionamiento.

## Índice de Contenidos

<b>Capítulo 1</b>	<b>Introducción</b>	1
1.1	Descripción del problema	3
1.2	Objetivos	4
1.2.1	Objetivo General	4
1.2.2.	Objetivos específicos	4
<b>Capítulo 2</b>	<b>Antecedentes Municipalidad de Temuco</b>	5
2.1	Municipalidad de Temuco	6
2.2	Programa Fomento Productivo	7
<b>Capítulo 3</b>	<b>Fundamentos Teóricos</b>	10
3.1	Ferías Libres en Chile	11
3.2	Realidad Socio económica en la Araucanía	19
3.3	Nivel de ingresos y superación de la pobreza	22
3.4	Empleo en La Araucanía	23
3.5	Emprendimiento y Autoempleo	24
3.5.1	Emprendimiento	24
3.5.2	Tres componentes principales en Emprendimiento	27
3.5.3	Características de las emprendedoras en Chile	28
3.5.4	Autoempleo	30
3.6	Microempresarios y Negocios pequeños	31
3.6.1	Características de las Microempresas	31
3.6.2	Tipos de Microempresas	32
3.6.3	Financiamiento en las Microempresas	33
3.7	Motivación para emprender	36
<b>Capítulo 4</b>	<b>Actividades desarrolladas y resultados</b>	37
4.1.1	Análisis cuantitativo de los factores personales y sociales de los feriantes del Bandedjón N°3	39
4.1.2	Análisis cualitativo de los factores personales y sociales de los feriantes del Bandedjón N° 3.	46
4.2	Análisis cuantitativo y cualitativo de los factores económicos de los feriantes del Bandedjón N° 3.	49
4.3	Detectar los factores críticos personales de los feriantes que pueden ir en desmedro del buen funcionamiento y desarrollo del Bandedjón N°3 .	52
4.4	Realizar sugerencias para mejorar los factores críticos detectados según los análisis, en aspectos, personales, económicos y sociales basados en las funciones de la Unidad de Fomento Productivo. (UDEL)	61
<b>Capítulo 5</b>	<b>Conclusiones</b>	63
	<b>Bibliografía</b>	65
	<b>Anexos</b>	69

## Índice de Gráficos

<b>Gráfico N°1</b>	Participación de grupos etarios en el total de encuestados	40
<b>Gráfico N°2</b>	Número de personas mapuches por género, Grupo adulto mayor	41
<b>Gráfico N°3</b>	Número de personas mapuches por género, Grupo adulto	42
<b>Gráfico N°4</b>	Realización de cotizaciones previsionales	44
<b>Gráfico N°5</b>	Relaciones Inter personales	46
<b>Gráfico N°6</b>	Nivel de ingresos grupo adulto mayor	50
<b>Gráfico N°7</b>	Nivel de ingresos grupo Adulto	51
<b>Gráfico N°8</b>	Nivel de Ingreso grupo Joven	52
<b>Gráfico N°9</b>	Ayuda de DIDECO grupo adulto mayor	55
<b>Gráfico N°10</b>	Ayuda de DIDECO grupo adulto	57
<b>Gráfico N°11</b>	Ayuda de DIDECO grupo joven	58

## Índice de cuadros comparativos

<b>Cuadro comparativo N°1</b>	Hombres y Mujeres por grupo etario	40
<b>Cuadro comparativo N°2</b>	Tipo de vivienda por grupo etario	43
<b>Cuadro comparativo N°3</b>	Tenencia de vivienda por grupo etario	43
<b>Cuadro comparativo N°4</b>	Nivel educacional por grupo etario	45
<b>Cuadro comparativo N°5</b>	Qué factor es el más importante en un trabajo	60



# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

## **CAPÍTULO 1. Introducción**

El Programa Fomento Productivo perteneciente a la Unidad de Negocios de la Municipalidad de Temuco tiene como objetivo buscar personas, grupos y comunidades que viven en situación de vulnerabilidad, y que puedan incrementar su empleabilidad y su capacidad de emprendimiento, mediante el desarrollo de competencias laborales y de acceso a la información, conocimiento y financiamiento para iniciativas económicas autónomas que contribuyan a una mejor distribución de las oportunidades de desarrollo económico local.

Este programa tiene diversas unidades de trabajo, una de las principales unidades es la Feria Libre Pinto, este programa se encarga de la fiscalización y el ordenamiento de los espacios públicos. Sin embargo, a pesar de ser un sector tan importante en la ciudad de Temuco, no existen muchos estudios que entreguen información acerca de los procedimientos y criterios por la ocupación de esta, ni mucho menos que respalde las acciones de apoyo que efectúa la Unidad de Fomento Productivo.

El siguiente informe presentará un análisis y caracterización de locatarios de la Feria Pinto, en donde, se intentará proponer alternativas para apoyar social, económica y empresarialmente a los feriantes, basada en su realidad económica y social.

## 1.1 Descripción del Problema

La Feria Pinto, es uno de los sectores más antiguos y representativos de Temuco, con 837 feriantes en los cuatro bandejones<sup>1</sup> que trabajan día a día, para sustentar a sus familias. A través de los años, se han realizado mejoras, principalmente estructurales y de ordenamiento en el sector, lo que ha significado un progreso para toda la Feria.

En Enero de 2012, se llevó a cabo el traslado del Bandejón Transitorio, al remodelado Bandejón N°3, lo cual debiera ser un gran avance para el sector, sin embargo, esta acción ha provocado diversos conflictos entre los locatarios, debido a la poca transparencia que estos han visto en la distribución de los puestos.

La Municipalidad de Temuco, es la encargada del ordenamiento del bandejón, específicamente el Programa Fomento Productivo, el cual, no ha podido desarrollar planes de acción que contribuyan, para que los feriantes puedan convivir en armonía y mejorar el buen funcionamiento y desarrollo de esta unidad empresarial.

Realizar este estudio permitió visualizar de mejor manera las características empresariales y sociales que pueden contribuir o ir en desmedro del buen funcionamiento, desarrollo y convivencia de estos feriantes y así mismo, se podrá mostrar las necesidades reales que poseen los feriantes, las cuales eventualmente la Municipalidad podría contribuir en solucionar efectuando actividades que se condigan con estos requerimientos.

---

<sup>1</sup> Catastro bandejones Feria Pinto, año 2011, realizado por Programa Fomento Productivo.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar y caracterizar a los locatarios del Bandejón N° 3 y realizar sugerencias para la implementación de estrategias de apoyo social, económico y empresarial al feriante.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo de los factores personales, económicos y sociales de los feriantes del Bandejón N° 3.
- Detectar los factores críticos personales de los feriantes que pueden ir en desmedro del buen funcionamiento y desarrollo del Bandejón N°3.
- Realizar sugerencias para mejorar los factores críticos detectados según los análisis, en aspectos sociales, económicos y personales basados en las funciones de la Unidad de Fomento Productivo. (UDEL)

# CAPÍTULO 2

## ANTECEDENTES MUNICIPALIDAD DE TEMUCO

## **CAPÍTULO 2. Antecedentes Municipalidad de Temuco**

### **2.1 Municipalidad de Temuco**

Las Municipalidades o Ayuntamientos tienen funciones privativas, es decir, “aquellas cuya competencia corresponde exclusivamente en el ámbito de su territorio y su ejercicio no puede ser asumido por otras entidades independientemente de ellas”, lo que se establece en el artículo 3° Ley 18.685 Orgánica Constitucional de Municipalidades, e indica en la letra a) Elaborar, aprobar y modificar el Plan de Desarrollo Comunal (PLADECO). La misma Ley establece que, “el PLADECO es una instrumento ordenador del desarrollo en la comuna, el que debe contemplar las acciones orientadas a satisfacer las necesidades de la comunidad local y promover el avance social, económico y cultural”. Esta herramienta busca recoger la voz de las personas y escuchar sus necesidades, para así utilizar los recursos que se poseen, de la mejor manera posible.

En Temuco, la formulación del PLADECO, está a cargo de un grupo multidisciplinario que forma el equipo gestor, el cual está compuesto por profesionales del Municipio de Temuco y del Instituto de Desarrollo Local y Regional, IDER, de la Universidad de La Frontera. Además, el Alcalde de la comuna, don Miguel Becker Alvear, supervisa y revisa cada una de las actividades que se realizan (la municipalidad pretende entregar el PLADECO de Temuco, correspondiente al período 2012 – 2017, a fines de agosto del presente año).

En este contexto, la Municipalidad de Temuco, busca con su Plan de Desarrollo Comunal alcanzar los niveles de un desarrollo sustentable, armónico y

equitativo para todos los habitantes. Como se mencionó anteriormente, es importante que exista un trabajo en conjunto entre la comunidad y las distintas direcciones de la Municipalidad, las cuales son quienes llevan a cabo los diferentes proyectos que se establecen en el Municipio y para los cuales hay un determinado presupuesto.

La Municipalidad de Temuco cuenta con distintos departamentos y direcciones, uno de los Departamentos que forman parte de la Municipalidad de Temuco, es la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), la cual tiene como funciones específicas: Asesorar al Alcalde y también al Concejo, en la promoción del desarrollo comunitario; prestar asesoría técnica a las organizaciones comunitarias, fomentar su desarrollo y legalización, y promover su efectiva participación en el Municipio. También se encarga de proponer y ejecutar, dentro de su ámbito y cuando corresponda, medidas que buscan materializar acciones relacionadas con salud pública, protección del medio ambiente, educación, cultura, capacitación laboral, deporte y recreación, así como la promoción del empleo, fomento productivo local y turismo.

En la Dirección de Desarrollo Comunitario (DIDECO), se encuentran la Unidad de Desarrollo Económico Local (UDEL), y en esta unidad, se inserta el Programa Fomento Productivo.

## **2.2 Programa Fomento Productivo**

El Programa de Fomento Productivo bajo el alero de la Unidad de Desarrollo Económico Local (UDEL), tiene precisamente como lineamiento

principal informar y orientar sobre acciones e instrumentos pertinentes a considerar, para la generación de nuevos negocios, la idea es que se puedan articular y vincular las demandas que los distintos sectores y/o personas tienen, con las ofertas que tanto las instituciones públicas y privadas mantienen. En sí y como objetivo fundamental el Programa de Fomento Productivo *“Facilitar una plataforma de servicios vinculados a la temática del empleo independiente, promoviendo capacidades técnicas y humanas, fomentando condiciones ambientales de mercado para generar oportunidades de empleo y de negocio”*.

Asimismo tiene como fin buscar personas, grupos y comunidades que vivan en situación de vulnerabilidad, incrementando su empleabilidad y su capacidad de emprendimiento, mediante el desarrollo de competencias laborales y de acceso a la información, conocimiento y financiamiento para iniciativas económicas autónomas que contribuyan a una mejor distribución de las oportunidades de desarrollo económico local. Todos los años la Unidad de Fomento Productivo, asesora a sus microempresarios en las postulaciones de diferentes tipos de proyectos de financiamiento otorgados por organismos de Estado, en donde alrededor de 1.200 microempresarios han sido favorecidos en los últimos dos años.

Para cumplir con el objetivo, se ejecutan procesos de capacitación, asistencia técnica y asesorías a comunidades para incrementar competencias de innovación, emprendimiento y empresariales.

Como nuevo desafío, el Programa Fomento Productivo, ha incursionado en las administraciones de ferias urbanas de Temuco, tanto artesanales como comerciales, una de las ferias más emblemáticas es la Feria Pinto, la cual es la más grande del sur de Chile, con más de 2046 personas trabajando, tanto formales como informales. Una de las necesidades de Udel, es la de obtener un

perfil de las personas que trabajan en esta feria, de este modo se pueden crear programas pertinentes, con el fin de apoyar en la gestión de nuevos negocios para los locatarios. (Diagnóstico Realidad Feria Pinto, Programa Fomento Productivo, Junio 2011).

## CAPÍTULO 3

# FUNDAMENTOS TEÓRICOS

### **Capítulo 3. Fundamentos Teóricos**

#### **3.1 Ferias Libres en Chile**

La feria es, en esencia, el lugar en el cual se abastece de alimentos una parte importante de la población, pese a que la aparición de modernos sistemas de distribución alimentaria y de cadenas de supermercados las ha desafiado a modernizarse en todas partes. Las ferias están enfrentando ese problema, pero requieren contar con un marco jurídico que las reconozca institucionalmente y les facilite la tarea. En muchas partes del mundo, la legislación, fuera de este reconocimiento, fomenta su desarrollo como un elemento de identidad cultural de las ciudades y lugares que las albergan.

La expresión más desarrollada son las ferias europeas, ejemplo de cómo pueden utilizarse los espacios públicos de una manera armónica, limpia y eficiente en la venta de productos alimenticios, manteniendo, al mismo tiempo, una identidad cultural que da carácter a barrios enteros.

La Feria Libre es la principal forma de abastecimiento de productos alimenticios de la población urbana, especialmente en lo hortofrutícola y pescados y mariscos. Existen Ferias Libres desde Arica hasta Chile Chico, en muy diversa forma y expresión. Su origen se remonta a los tiempos de las ferias de intercambio y sus primeras normativas existen ya en 1789, por tanto se trata de un patrimonio nacional, aún no reconocido como tal. La Feria Libre es vital en el empleo, la alimentación saludable, el abastecimiento de los sectores de menores ingresos, como plaza o lugar de encuentro y como dinamizador del desarrollo local. La modernización implica la actualización del servicio tradicional

feria libre a la nueva realidad económica, social y cultural que se expresa en el país. Implica también dar estabilidad previsional a sus comerciantes. Los comerciantes ferias libres, o, feriantes, ejercen su oficio de forma independiente, en lugares, horarios y condiciones fijadas por Ordenanzas aprobadas por cada uno de los más de 200 municipios donde ella existe.

Existen más de 80 mil emprendimientos comerciales, organizados en más de 911 ferias libres en el País, que existen entre la Región de Arica – Parinacota a la Región de Aysén y que aseguran el abastecimiento de necesidades básicas de la ciudadanía, particularmente la de menores ingresos. Emprendimientos que cuentan con un capital humano generado a partir de la experiencia y trabajo de generaciones de feriantes.

Más de 2 millones de personas están asociadas económicamente, directa e indirectamente, a esta actividad. La feria libre es el principal agente de comercialización del canal agroalimentario y pesquero, que tiene a los pequeños agricultores y pescadores artesanales como actores principales, también asociado a ella se encuentran los pequeños productores urbanos que comercializan sus productos a través de la feria y se suman los propios feriantes, sus trabajadores y familias que tienen en la feria libre su forma de vida y sustento.

La estimación de ventas anual de las ferias libres es aproximadamente 2 mil millones de dólares.

La Asociación Chilena de Organizaciones de Ferias Libres, Persas y Otros, ASOF, es la representación nacional de este sector.

La presencia de las ferias libres en los sectores urbanos permite la competencia sana entre los distintos formatos comerciales, siendo un elemento de equilibrio de precios en productos y alimentos de necesidad básica (regulación de precios, mejoramiento de la competencia, acceso equitativo a los mercados y generación de circuito económico local). (Encuesta de protección Social en Feriantes de las Regiones de Valparaíso, O'Higgins, Bío Bío y Región Metropolitana, 2011)

- **La realidad social de las Ferias Libres en Chile**

Si bien las Ferias Libres constituyen una actividad económica de carácter comercial en todo el país, sus principales problemas se presentan en las grandes concentraciones urbanas.

En efecto, en la Región Metropolitana existen alrededor de unas 40.000 patentes de ferias libres, las que sumadas a las que se han entregado a lo largo del país, alcanzan un total de 80.000, lo que las transforma en una importante fuente laboral. Una parte fundamental del abastecimiento de productos hortofrutícolas y del mar se hace en la feria libre, constituyéndose en el principal centro de abastecimiento de los sectores más modestos.

Sin embargo, es un sector económico y social que se desenvuelve en medio de enormes carencias. A partir de la derogación, en el año 1976, de la legislación que lo regulaba, la actividad de las Ferias Libres ha quedado sometida a las reglas generales del comercio y, en lo específico, al buen juicio de los Alcaldes, lo que genera incertidumbres e inestabilidades que impiden su desarrollo.

Parte de los problemas tienen que ver con el cambio de competencia de las autoridades políticas locales, originado por el proceso de regionalización y municipalización que, junto con entregar nuevas atribuciones a los municipios, cambió en muchas partes el mapa local, haciendo que un mismo grupo de feriantes debiera relacionarse con dos o más autoridades municipales para el desarrollo de sus actividades.

La falta de un estatuto jurídico de las ferias libres hace que los enormes esfuerzos desarrollados en los últimos años por sus dirigentes gremiales, así como los programas de capacitación, mejoramiento de imagen y producción limpia realizados con apoyo de entidades gubernamentales como SERCOTEC y el FOSIS, se vean disminuidos en sus impactos.

Es evidente, entonces, la necesidad de un marco legal que entregue las certidumbres necesarias y facilite el uso de instrumentos que requiere el desarrollo futuro del sector. Ello permitirá atender adecuadamente los problemas, entre los que se cuenta la relación con los municipios, la organización económica y administrativa de la feria, las facilidades para el acceso a previsión y salud, el fomento a su actividad, entre muchas otras. ( página web de ferias libres de Chile, visitada diciembre 2011).

Conozcamos un poco más acerca del mercado de productores

- **Mercado de productores**

Los mercados de productores, mercados verdes (o Farmers markets en inglés, o en algunos lugares denominados *ferias libres*), son mercados normalmente al aire libre en espacios públicos, donde los agricultores y ganaderos venden directamente al público. Es una parte esencial, en muchos casos, de los circuitos de comercialización cortos, la producción de variedades locales y el consumo de productos locales, con sus consecuencias positivas para la sostenibilidad.

Estos mercados se conocen por aportar comida local y muy fresca, ya que sus producciones no suelen pasar por cámaras frigoríficas ya que se recolecta en el día, lo que se venderá en la jornada.

Los mercados verdes, permiten a los productores escoger productos del campo en su mejor momento de sabor y calidad, preservando su contenido nutricional y frescura y al no realizar viajes largos hasta la mesa del consumidor, se ahorra gran cantidad de contaminación por uso de combustibles fósiles.

Aunque no se debe confundir Producción local con agricultura ecológica, en estos mercados se suele producir naturalmente el género que se vende, reduciendo al menos en gran medida la industrialización en la producción agrícola. Así, es fácil encontrar carne producida en pastos de ganadería extensiva, quesos artesanales, huevos de especies autóctonas de aves y formas de producción que son patrimonio histórico.

- **Consecuencias sociales de los mercados de productores**

El hecho de conservar los terrenos dedicados a agricultura/ganadería menos industrializada ayudan en gran medida, a conservar el suelo y evitar la

contaminación del agua. Según la American Farmland Trust, la sostenibilidad de esta forma de producción redundaría en una mejora del hábitat para la vida silvestre autóctona; Más aún, los mercados verdes, ayudan manteniendo la cohesión social en el medio rural, evitando la despoblación y uniendo las poblaciones rurales con las urbanas, conceptos muy debilitados con la entrada de la industrialización y la producción masiva en la agricultura.

- **Trabajo Informal**

El trabajo informal que se encuentran en las Ferias Libres, por lo general es de muy baja productividad y se realiza por cuenta propia, fuera de toda formalidad legal (limpiavidrios en los semáforos, recolectores informales de basura, vendedores callejeros, etc.).

La incapacidad de las economías modernas para generar fuentes de empleo quedan ocupación a toda la fuerza de trabajo, junto con las fuertes migraciones de zonas rurales hacia las grandes ciudades a mediados del siglo XX, generó un fuerte aumento de lo que en los años setenta se definiría como sector informal urbano. En el contexto económico actual, con importantes tasas de desempleo y exclusión social, el trabajo informal continúa siendo la alternativa laboral para muchas personas. Dentro de la gran cantidad de actividades que se desarrollan en el sector informal urbano, las ferias libres reflejan una realidad de comercio donde se pueden identificar interesantes prácticas culturales. Las ferias libres están presentes en gran parte del país, son una importante instancia de intercambio para la mayoría de los barrios, villas o poblaciones existentes. Estas ferias se caracterizan por tener por un lado puestos autorizados o establecidos, la mayoría con permisos o patente municipal; y por otro, existe un importante número de personas que realizan actividades de comercio como allegados en los límites

de las ferias. Este espacio dentro de las ferias es conocido como la cola y las personas que allí trabajan son identificadas como “colero”.

El trabajo en la cola de las ferias libres, se ha transformado en una de las estrategias de autoabastecimiento o autoempleo más utilizadas por personas en situación de pobreza urbana. La falta de oportunidades y los altos niveles de cesantía que han afectado al país en el último tiempo, provocan que un gran número de personas deba recurrir a este tipo de estrategias de sobrevivencia para crear una fuente de ingresos, lo que transforma a esta actividad en una importante fuente laboral. Actualmente, las ferias libres son el principal centro de abastecimiento para los sectores más pobres, por lo tanto, son un eslabón fundamental en la cadena de distribución. Se estima que en la ciudad de Santiago, existen unas 40.000<sup>1</sup> patentes de ferias libres. Si se toma en cuenta que en muchas ocasiones, más de la mitad de los trabajadores de las ferias libres no tienen patente municipal, se puede afirmar que los coleros son una categoría de gran relevancia dentro del sector informal urbano, y por ende, este espacio de intercambio representa el contexto laboral para muchas personas.

Las características del mercado laboral en la actualidad, provoca que el trabajo informal sea la realidad laboral de muchas personas. Ante esto, hoy en día se desarrollan una variedad de programas dirigidos a fortalecer las iniciativas de trabajo por cuenta propia en sectores populares, muchas de las cuales se materializan en estos lugares de intercambio.

- **Feria Pinto.**

---

<sup>1</sup> Asociación de Ferias de Chile ([www.feriaslibresdechile.cl](http://www.feriaslibresdechile.cl))

La feria Pinto fue y es un lugar con historia, su habilitación se origina por el año 1945 con la cercanía de la estación de trenes construida el año 1892 y fuera del Terminal de buses rurales. El Terminal de buses rurales estaba ubicado en el llamado hoy bandejón 2; siendo rodeados por vendedores ambulantes en su mayoría pequeños productores provenientes de los campos de nuestra región. El primer “centro” ocupado por el comercio informal fue el bandejón 1 en forma estacionada en donde se encontraba una pérgola, se comercializaba pollos, corderos y por calle Lautaro pescados y mariscos, los que fueron trasladados después de un tiempo por resolución dentro de la pérgola, la estructura posterior de este bandejón fue construida por presos. La administración de buses rurales el año 1978 aprox., junto a la ayuda del municipio adquiere el terreno ubicado en Pinto con Balmaceda que es ocupado actualmente, dando la oportunidad para ordenar a los comerciantes ambulantes flotantes encontrados en el lugar quienes reclamaban ese espacio dejado. El bandejón N°3 fue creado por comerciantes de ropa que se ubicaban en la vereda del bandejón N°1

La feria fue testigo con el pasar de los años de la modernización fuera de su sector manteniendo su esencia e historia del intercambio económico y cultural del pequeño productor de la región y el consumidor urbano. Hoy es de los lugares que conserva nuestra identidad como ciudad, sus edificaciones y el ambiente poseen los recuerdos que en otros lugares se han perdido, los turistas que conocen y habitantes de la zona que alguna vez se han ido, aprecian recorrer nuevamente el sector sintiendo que el tiempo no ha seguido.

La economía de la región está basada en la actividad silvoagropecuaria, que ocupa cerca del 50% de la fuerza del trabajo. La región produce trigo, avena, cebada, lupino, raps, maravilla, remolacha, papas y legumbres. La producción de frutales es baja, destacándose la de manzanas. La producción cerealera es de bajo rendimiento. Además, la región posee un gran potencial turístico debido a la

belleza de su paisaje, conformado por bosques, lagos, ríos, volcanes y montañas. Para lo cual, cuenta con una amplia oferta de servicios de hoteles y complejos turísticos. Todos estos hechos hacen que Feria Pinto sea el proveedor más grande del sur de Chile, además de ser un atractivo turístico para los que visitan la región.

Las Ferias Libres, generan numerosas fuentes laborales, ya que, cuentan con muchas personas que trabajan en ellas, aportando en la disminución del desempleo en Chile. A continuación se dará a conocer los antecedentes socio económicos que existen en la región de la Araucanía, es decir, desempleo, brecha educacional, y niveles de ingresos.

### **3.2 Realidad Socio económica en la Araucanía.**

El estancamiento de las condiciones de vida de los habitantes de la zona se produce desde 1991, cuando varios de los índices de la región empiezan a mostrar una distancia considerable con el promedio de Chile.

Es el caso de la tasa de pobreza, que en La Araucanía registra los mayores niveles del país, lo que se arrastra desde 1990. De hecho, en 2009 la tasa de indigencia en la región fue de 9% (la misma que exhibía Chile en 1992), prácticamente triplicando el porcentaje de indigentes a nivel nacional (3,7%).

Lo anterior, se traduce en que más de 51 mil habitantes de la zona que en 2009 se encontraban en situación de extrema pobreza no lo habrían estado, si la región hubiese presentado niveles de indigencia similares al resto del país.

Altamente relacionados con los niveles de pobreza e indigencia, los habitantes de la zona registran el nivel de ingresos per cápita más bajo del país, situación que persiste desde hace dos décadas.

A esto se suma que en los últimos 10 años, los montos han tendido a estancarse. Según Casen, en el año 2009, este indicador alcanzó los \$135 mil, ubicándose en \$79 mil promedio por debajo del ingreso monetario por habitante a nivel nacional (\$214 mil).

A su vez, el monto registrado en La Araucanía en el año 2009, fue similar al que exhibía Chile a principios de los 90. Esta situación es aún más crítica en la población mapuche de la Región, cuyo ingreso per cápita se encuentra, en promedio, \$122 mil por debajo del ingreso nacional, \$42 mil por debajo del de La Araucanía y \$39 mil más atrás que el de la población mapuche del país.

El PIB per cápita de la Región es el más bajo del país. En 2009 fue de \$2,3 millones, menos de la mitad del nacional. (Diario “El Mercurio” de Chile, en el cuerpo de economía y negocios de la edición del 30 de Septiembre del 2010.)

- **La brecha educacional de la región.**

La brecha educacional es otro de los factores que reflejan el rezago en La Araucanía, considerando que en 2009 el promedio de escolaridad en la zona fue

de 9,2 años, el tercero más bajo del país, ubicándose por debajo del promedio nacional (10,4 años).

Así, se observa que los niveles de escolaridad de La Araucanía son similares a los que registraba en promedio el país hace 16 años (9,2 años), mientras que desde 1990 el promedio de años de escolaridad de la región ha estado siempre entre los más bajos a nivel nacional y durante todo dicho lapso se ha situado por debajo del promedio del país (1,1 años promedio).

Esta situación, al igual que ocurre en materia de ingresos per cápita, es aún más crítica entre la población mapuche de la zona, donde el promedio de escolaridad es de 7,7 años, similar al que Chile presentaba en 1981.

Lo anterior se traduce en que la población mapuche de La Araucanía registra un rezago de casi 30 años en relación con el promedio del país en esta materia.

Algunos cruces señalan que por cada 100 mapuches de la zona, 40 de ellos presentan educación incompleta o menos y sólo tres logran completar la educación técnica o universitaria; mientras que por cada 100 personas de esta etnia a nivel país, 30 tienen una educación incompleta o menos y sólo cuatro logran completar la educación técnica o universitaria.

### **3.3 Nivel de Ingresos y superación de la pobreza.**

En Chile, se considera que un hogar está en situación de pobreza extrema si su ingreso por persona es inferior al ingreso mínimo establecido para satisfacer las necesidades nutricionales de una persona; esto es, al valor de una canasta básica de alimentos, (CBA).

El Ministerio de Desarrollo Social realiza el seguimiento mensual de la evolución de los precios de los bienes que componen la CBA, dada su fuerte incidencia en la capacidad de los hogares para satisfacer las necesidades de sus miembros o, en otras palabras, en su situación de pobreza.

La situación de pobreza de los hogares, además de ser afectada por la evolución de los precios responde, entre otros factores, a la evolución del mercado laboral. Esta sección entrega algunos elementos de la última información disponible sobre la situación laboral y las remuneraciones, rezagada un mes en relación al costo de la CBA.

De acuerdo a la información entregada por el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, entre el trimestre móvil septiembre - noviembre de 2011 e igual trimestre de 2010, la fuerza de trabajo creció en 210,1 mil personas y se generaron aproximadamente 194,1 mil empleos en el país. Ello significó que entre ambos trimestres se registró, por primera vez en el año, una expansión en el número de desocupados, de 16 mil personas.

La fuerza de trabajo y la ocupación aumentaron en igual proporción en 12 meses. La desagregación de esta información muestra un comportamiento diferente entre hombres y mujeres. Mientras, la fuerza de trabajo masculina aumentó un 1,2% entre septiembre - noviembre de 2011 e igual trimestre de 2010,

la ocupación lo hizo en un 1,5%, disminuyendo el número de desocupados en 10,4 mil hombres, esto es en un 3,5%. Por su parte, la fuerza de trabajo femenina creció un 4,9% en septiembre - noviembre de 2011 en relación a igual trimestre de 2010 y la ocupación lo hizo en un 4,5%, aumentando el número de desocupadas en 26,4 mil mujeres, esto es, en un 10,1%.

En términos de la situación laboral de los hogares, la evolución de la ocupación entre septiembre - noviembre de 2010 y el mismo trimestre de 2011 se tradujo en un leve aumento en la proporción de hogares donde no hay ocupados, desde 15,5% a 16,2%; una leve disminución en la proporción de hogares con un ocupado, desde 40,7% a 40,2%, y, en el porcentaje de hogares donde hay dos o más ocupados, desde 43,8% a 43,6%. Ello significó que el número de ocupados por hogar disminuyó desde 1,44 a 1,43 ocupados por hogar en septiembre - noviembre de 2011 en relación al mismo trimestre de 2010. (Ministerio de Desarrollo Social, dic 2011).

### **3.4 Empleo en la Araucanía.**

La Tasa de Desocupación de La Araucanía durante el 2011 fue en promedio 8,0%, lo que equivale a un disminución -0,5 puntos porcentuales (p.p), en relación al año 2010. La situación por sexo muestra que los Hombres disminuyen en -0,4 p.p, mientras que las mujeres disminuyen en -0,6 p.p.

La evolución cíclica de la tasa de desocupación trimestral se muestra creciente hacia el tercer trimestre del año y luego se mueve a la baja a medida que se incorporan los meses de primavera.

A nivel de ciudad, Temuco presenta una tasa de desocupación promedio de 7,7%, con una variación en relación al año anterior de -2,1 p.p.

### **3.5 Emprendimiento y Autoempleo**

### 3.5.1 Emprendimiento

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En conclusión, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, mas aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países europeos, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que este presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes. El emprendimiento es un factor determinante para el desarrollo económico y social de los países.

En el año 2009, cuando se vivían los efectos de la crisis económica financiera mundial, el emprendimiento cobró aún más relevancia y exigió una mayor visión y agudeza en los potenciales emprendedores. Son justamente ellos quienes, con sus negocios, han contribuido en muchos lugares del mundo a reactivar la economía de algunos países, lo cual implica tener la capacidad para aprovechar las oportunidades existentes, a pesar de los shock externos. Grandes compañías en el mundo desarrollado, como MTV, Microsoft y Wikipedia, han surgido en periodos de complejidad económica.

Adicionalmente, durante el año 2010, Chile ha vivido los muy desafortunados acontecimientos del terremoto del 27 de febrero, lo que sin duda también ha puesto a prueba la capacidad emprendedora de muchas personas, no sólo desde el punto de vista de la ayuda requerida, sino también para la búsqueda de soluciones creativas que permitan la reactivación de las zonas altamente dañadas. Sin duda muchos emprendedores(as) del país están enfocando sus esfuerzos para la pronta recuperación de las actividades productivas.

### **3.5.2 Tres componentes principales en emprendimiento**

- a) Actitudes emprendedoras: Un ejemplo de actitud emprendedora es pensar que hay buenas oportunidades para comenzar un negocio o asignarle un alto estatus a los emprendedores y emprendedoras. Otras actitudes relevantes son el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a asumir y la autopercepción que el individuo tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia en la creación de un negocio.
- b) Actividades emprendedoras: Un aspecto importante del emprendimiento es el grado en que las personas están creando nuevas actividades de negocio, tanto en términos absolutos como en relación a otras actividades económicas. Se pueden distinguir diferentes tipos de negocios que dependen del sector industrial, qué tan nuevos son los productos o servicios, el tamaño del equipo fundador y de sus características tales como sexo, edad o educación.
- c) Aspiraciones emprendedoras: Las aspiraciones emprendedoras reflejan la naturaleza cualitativa de la actividad empresarial y pueden ser muy variadas: introducir nuevos productos, nuevos procesos productivos, procurar acceso a mercados externos, desarrollar una organización significativa o financiar su crecimiento con capital externo. El impacto económico de las actividades emprendedoras puede variar significativamente si se concretan estas aspiraciones.

### **3.5.3 Características de las emprendedoras en Chile**

Las diversas inequidades que han marcado la historia de la mujer han constituido una crisis en sí misma. Por ejemplo, si se observa la situación laboral de las mujeres, se sabe que el trabajo de ellas ha sido históricamente

subvalorado, insuficientemente remunerado o no remunerado en absoluto. Ante ello, la mujer ha desarrollado formas de enfrentar situaciones adversas que las ha dotado de herramientas, muchas veces implícitas, para enfrentar y desenvolverse en periodos de crisis.

Desde la perspectiva de la generación de ingresos, las mujeres pueden asumir tres estados en una crisis, donde la alternativa del emprendimiento es una opción latente. Así, por una parte existirán las emprendedoras que usualmente se exponen a los vaivenes propios de estos periodos, enfrentándose a los temores y riesgos propios de cualquier emprendedor, y sin duda, dependiendo de la naturaleza y tamaño de su emprendimiento podrá oponer más o menos resistencia a estos periodos a partir de las herramientas que disponga. Ante ello, sus dos alternativas posibles son persistir o cerrar.

Por otra parte están las desempleadas, que en las crisis pueden insistir en mantener su situación de trabajadoras dependientes y continúan en la búsqueda de empleo debiendo asumir periodos de incertidumbre y nulos ingresos. Algunas mujeres buscarían fuentes laborales informales o micro créditos para el desarrollo de micro emprendimientos que facilitarían la satisfacción de las necesidades básicas de sus familias.

Finalmente están las que estaban “inactivas”, pero que la situación de crisis provoca que ellas tomen uno de los dos caminos anteriores: emprendedora o trabajadora dependiente. De esta forma complementan o se transforman en el único ingreso del hogar en periodos de vulnerabilidad económica.

Estas tres categorías de mujeres reflejan la lucha permanente de ellas por progresar y superar las adversidades, sujeta a su entorno y el de sus familias.

Bajo estas consideraciones, incluso muchas de ellas podrán efectivamente hacer surgir emprendimientos exitosos y de alto impacto. Sin embargo, así también, muchas de las que se inician en el mundo del emprendimiento, por menor que éste sea, repercute en la sociedad dado que su primer impacto se provoca en el seno de la familia. De cualquier manera, el que la mujer progrese en múltiples ámbitos implica que la sociedad gana, y los países prosperan.

A pesar de las evidencias de la contribución del emprendimiento al desarrollo económico y social, existe aún un largo camino por recorrer para comprender en profundidad la relación entre emprendimiento y desarrollo económico y social. La carencia de bases de datos homogéneas sobre emprendimiento en diferentes países explica en gran parte esta situación.

En respuesta a esta realidad, el Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), este proyecto tiene por objeto medir la actividad emprendedora y sus condicionantes, buscando identificar áreas de oportunidad para la aplicación de políticas públicas eficientes en promover el emprendimiento. GEM, ha llevado a cabo un esfuerzo sistemático en forma anual a través de la recolección de información relevante, con tres objetivos fundamentales:

- \* Medir las diferencias en los niveles de actividad emprendedora entre países.
- \* Identificar los factores determinantes de los niveles nacionales de actividad emprendedora.
- \* Señalar las políticas nacionales que pueden mejorar los niveles nacionales de actividad emprendedora. (Mujeres y Actividad Emprendedora en Chile 2009-2010)

Se estima que un 58,46% de las mujeres económicamente activas piensa que tienen los conocimientos y habilidades para iniciar un negocio. Paralelamente, el 42,92% manifiesta conocer personalmente a alguien que inició un negocio en los últimos dos años, un 47,78% reconoció ver buenas oportunidades para iniciar un negocio y un 33,8% siente que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender.

Las mujeres chilenas entre 18 y 64 años que emprenden un nuevo negocio lo hacen mayoritariamente por oportunidad. Estimamos que el 64,77% de las emprendedoras iniciales comienzan sus negocios motivadas por una oportunidad y un 35,23% son motivadas por necesidad.

Las mujeres emprendedoras de nuestro país se concentran en los niveles socioeconómicos medios - bajos.

#### **3.5.4 Autoempleo**

El autoempleo es la actividad de una persona que trabaje para ella misma de forma directa en unidades económicas (un comercio, un oficio o un negocio) de su propiedad, que las dirige, gestiona y que obtiene ingresos de las mismas. Es una alternativa al mercado laboral cuando quien necesitando empleo y no le es posible o no desea encontrar un empleador, se convierte en emprendedor. El autoempleado crea su propio puesto de trabajo (empleado), utilizando su ingenio, su capital y su esfuerzo para generar oferta de trabajo, y a medida que pase de ser un emprendedor a ser un empresario, con el tiempo puede convertirse en un generador de empleo (empleador) para más gente.

Bajo la etiqueta de autoempleo suele incluirse ser un trabajador autónomo, contratado por honorarios y por la naturaleza de su labor o por su nivel de especialización (ej. profesiones libres, freelance, comisionista). Frecuentemente se incluye también como autoempleo la creación de nuevas empresas como fuentes de trabajo para sus accionistas, especialmente en el caso de pymes y franquicias.<sup>2</sup>

Según un estudio de la Fundación Microfinanzas de BBVA, el autoempleo y el emprendimiento microempresarial representa por sí sólo el 40% del empleo en el país y tenemos evidencia de que la actividad emprendedora reduce la pobreza en el promedio nacional. (Estudio de la Fundación Microfinanzas de BBVA, Julio de 2011)

### **3.6 Microempresarios y Negocios pequeños**

#### **3.6.1 Características de las Microempresas**

Con el fin de obtener un mayor crecimiento económico, superar la pobreza y avanzar hacia un sistema con mayor igualdad de oportunidades y equidad, las políticas de apoyo a las empresas de menor tamaño, surgen como una herramienta eficaz para la consecución de tales objetivos.

Ello, porque las pequeñas empresas juegan en cada economía un papel importante en lo que se relaciona con su aporte a la incubación de nuevos empresarios que se incorporan al proceso productivo, a la generación de empleo,

---

<sup>2</sup> [www.gestiopolis.com/ autoempleo](http://www.gestiopolis.com/autoempleo)

a la mejor distribución del ingreso y a la desconcentración geográfica de la actividad económica.<sup>3</sup>

Definida una empresa como pequeña es posible advertir en ella elementos o aspectos que la conforman y, que se encuentran por tanto, en la mayoría de aquellas definidas como tales. En general, las micro y pequeñas empresas conforman la mayor parte del universo de unidades productivas, son las principales empleadoras de mano de obra y acusan un rezago importante en relación a las grandes empresas.

### 3.6.2 Tipos de Microempresas

- a) Microempresa Tecnología/producción: La mano de obra es poco calificada, la maquinaria utilizada es anticuada, la producción es en pequeña escala, baja productividad y hay poco conocimiento de los proveedores.
  
- b) Microempresa de Organización/gestión: Habitualmente se trata de sociedades familiares, sin continuidad en el tiempo, operan con frecuencia al margen de requisitos legales y formales, no llevan registros contables y la gestión es sesgada hacia la calificación del dueño.
  
- c) Microempresa de Mercado: Acceden mercados locales detallistas que atienden a grupos de menores ingresos y están orientadas a la producción, y por lo tanto, sin enfoques a la comercialización.

---

<sup>3</sup> Naciones Unidas (1996): Políticas de Financiamiento de las empresas de menor tamaño

Las Ferias Libres pertenecen a la microempresa de mercado.

### **3.6.3 Financiamiento en las Microempresas**

En general, las pequeñas empresas tienen una gran capacidad de adaptación frente a las necesidades cambiantes del mercado, pero por sus características se ven enfrentadas a dificultades que limitan su crecimiento como, por ejemplo, su acceso a financiamiento, tanto para capital de trabajo, como para proyectos de largo plazo.

Es así como diversos factores ligados al tamaño y al nivel cualitativo de desarrollo productivo y empresarial de las empresas, inciden decisivamente en el acceso y las condiciones de financiamiento ante los bancos y otras instituciones formales de crédito. Es más, en la medida en que disminuye el tamaño de las empresas y/o que su desarrollo acusa rezago, esos mismos factores discriminan en forma creciente a las pequeñas empresas hasta excluirlas por entero. Situación que se agudiza aún más para aquellos que desean emprender una actividad productiva pero que carecen de fortalezas patrimoniales.

Es así como el acceso de empresas y/o empresarios que operan en pequeña escala a los préstamos de los bancos está sujeto a dos requisitos generales: que las actividades productivas y/o los proyectos de inversión objeto de financiamiento sean rentables y con flujos de caja que configuren una adecuada capacidad de pago y que quienes accedan al crédito tengan antecedentes históricos de comportamiento crediticio que evidencien la intencionalidad de pago. Sin perjuicio de ello, la principal causa de segmentación en contra de la pequeña empresa se relaciona con la existencia de problemas e imperfecciones del mercado de capitales.

Existen factores que limitan fuertemente el acceso de la pequeña empresa al mercado financiero:

1) Los costos de transacción involucrados en su atención.

2) La precariedad de sus activos, que impide la constitución de garantías reales suficientes.

1) *Costos de transacción*: Con respecto a los costos asociados a una transacción crediticia, se ha detectado que para la pequeña empresa existiría un costo alternativo por lo dificultoso que le resulta la comunicación y fundamentos de sus necesidades financieras, acompañado de una falta de conocimiento de las alternativas de financiamiento y su tramitación. A nivel de bancos, también se observa la fijación de montos mínimos para operar en créditos, que por lo menos, cubran sus costos marginales de curse y/o renovación, y en caso de créditos con más de una cuota de pago, su costo de mantención mensual, lo que afecta especialmente a la microempresa.

Se argumenta, además, que por el mayor riesgo que implica operar con la micro y pequeña empresa, producto de lo precario de su información que impide evaluar la bondad del proyecto o de la empresa, la banca incurriría en costos adicionales por mayores provisiones por riesgo de pérdida y castigos, lo que inevitablemente eleva el costo del crédito hacia este sector. A ello se suma, que el costo asociado al seguimiento crediticio se incrementa para las firmas pequeñas.

2) *Exigencia de garantías reales*: La falta de información estandarizada y completa respecto de la pequeña empresa y de su negocio, en especial, la dificultad de construir y presentar un flujo de ingresos y pagos, complica la evaluación de su riesgo y probabilidad de no pago del crédito. Debido a ello la banca para

protegerse de la posibilidad de no pago y relajamiento del deudor, exige garantías reales, las que son porcentualmente más alta para la PYME que para la gran empresa. Esto lleva a que los créditos muchas veces se otorguen más por la solvencia patrimonial de la empresa – capacidad de respuesta en situaciones de no pago – que por los flujos del proyecto, provocando una distorsión en la asignación de los recursos. (Dirección de Desarrollo y Gestión local, Evaluación de proyectos empresariales pequeños, Dic 1998).

- **Financiamiento en Ferias Libres**

Muchas veces se puede pensar que las Ferias Libres en Chile, no tienen ningún tipo de apoyo monetario, muy por el contrario, distintos tipos de organismos de Estado han proporsionado diversos proyectos con el fin de contribuir al buen funcionamiento de estas, uno de estos organismos es la CORFO, la cual junto a la Asociación de Organizaciones de Ferias Libres (ASOF A.G), en Julio del 2011 se realizó el seminario “Tirando pa’arriba nuestra Feria”, en la cual se expuso, servicios que permiten dar solución a los requerimientos de los comerciantes para perfeccionar su labor, así mismo mostrar alternativas concretas de financiamiento que la Corporación de Fomento de la Producción se encuentra difundiendo para pequeños y medianos emprendimientos.

Otro organismo es SERCOTEC, el cual el 22 de Diciembre de 2011, presentó un concurso regional que, a través, de un fondo concursable no reembolsable, buscaba modernizar a las ferias libres en relación a una serie de ámbitos de intervención, entre los que destacan las siguientes: mejoramiento de infraestructura, gestión empresarial, comercialización de productos, relación amigable con la comunidad, nivel de formalización y fortalecimiento

organizacional. (Unidad de Modernización y Gobierno Electrónico, Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Gobierno de Chile, 2012)

Para vender eficientemente en cualquier tipo de negocio es necesario contar con altos niveles de motivación, porque ayuda a mantener un buen servicio y lograr un incremento en el número de clientes

### **3.7 Motivación para emprender**

La motivación puede definirse como el señalamiento o énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, creando o aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra ese medio o esa acción, o bien para que deje de hacerlo. La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta.

#### **La motivación en el trabajo**

La motivación exige necesariamente que haya alguna necesidad de cualquier grado; ésta puede ser absoluta, relativa, de placer o de lujo. Siempre que se esté motivado a algo, se considera que ese *algo* es necesario o conveniente. La motivación es el lazo que une o lleva esa acción a satisfacer esa necesidad o conveniencia, o bien a dejar de hacerlo.

## CAPÍTULO 4

# ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y RESULTADOS

#### **Capítulo 4. Actividades desarrolladas y resultados.**

La práctica controlada, desarrollada en el Programa Fomento Productivo, estuvo orientada al ordenamiento y gestión administrativa de Feria Pinto.

Para lograr una gestión eficiente, es necesario indagar acerca de los procedimientos, que ha tenido este programa con los locatarios del sector Pinto, sin embargo, la Feria no tiene estudios que puedan dar cuenta con el perfil de los feriantes en términos sociales y económicos.

Por esta razón, es que se decidió aplicar una encuesta, con el fin de mostrar las características más representativas de los feriantes, en donde, las preguntas, se obtuvieron analizando lo preguntado en encuesta CASEN, en conjunto con otro documento llamado "*Evaluación de proyectos empresariales pequeños*", de Carlos Muñoz Villalobos (1998).

La encuesta fue aplicada a las 120 personas del bandejón N°3, en el mes de Enero de 2012, la cual, fue contestada correctamente por 58 personas. La encuesta consta de 50 preguntas, es totalmente anónima y se estructura de la siguiente forma: antecedentes personales, antecedentes sociales, perfil emprendedor, negocio actual y proyección laboral.

Para facilitar el análisis de esta, se clasificó la muestra en grupos etarios determinados por la encuesta CASEN, en donde, se pueden encontrar los siguientes grupos:

- Joven : 18 a 29 años
- Adulto : 30 a 59 años
- Adulto mayor : 60 o más

#### **4.1 Análisis cuantitativo y cualitativo de los factores personales y sociales de los feriantes del bandejón N°3.**

En este punto, las variables a analizar, por grupo etario, serán:

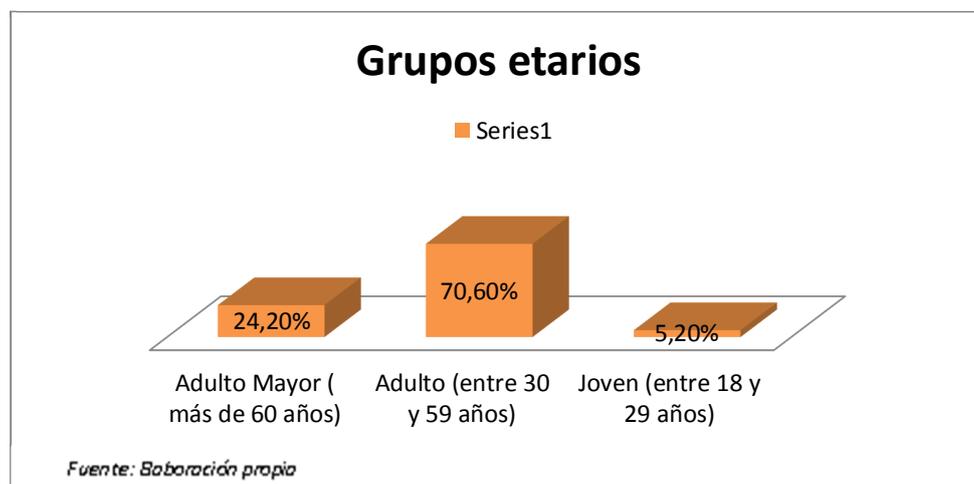
- a) Género
- b) Etnia mapuche
- c) Tipo y Tenencia de la vivienda
- d) Realización de cotizaciones previsionales y de salud
- e) Nivel educacional
- f) Relaciones interpersonales

*Nota: Ver glosario, para tener mayor información del modo en que se midieron las variables.*

##### **4.1.1 Análisis cuantitativo de los factores personales y sociales de los feriantes del Bandedjón N°3.**

Es necesario conocer, la participación que tienen los grupos etarios, anteriormente definidos, en el total de la muestra, a continuación se ilustrará, el porcentaje que poseen:

**Gráfico N° 1:** Participación de grupos etarios en el total de encuestados



Como se pudo apreciar el grupo adulto (entre 30 y 59 años), es el que predomina en este sector.

#### a) Género

Para continuar, conoceremos el porcentaje de hombres y mujeres que existe en cada grupo:

**Cuadro comparativo N° 1:** Hombres y Mujeres por grupo etario

Grupo etario	Hombres	Mujeres
Adulto mayor (24,2%)	7,7%	92,3%
Adulto (70,6%)	33,4%	66,6%
Joven (5,2%)	74,5%	25,5%

Fuente: Elaboración propia

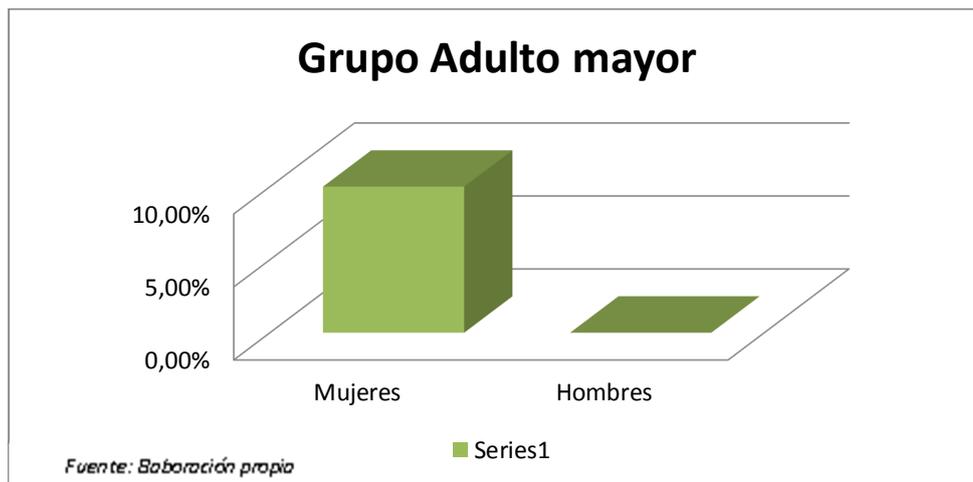
Como se puede ver, la gran mayoría de las personas que trabajan en la Feria, pertenecen al género femenino.

### b) Etnia mapuche

El próximo punto a evaluar es el número de feriantes que pertenecen a la etnia mapuche, lo cual, se analizó cada grupo etario, en donde, se pudo apreciar el número de mujeres y hombres mapuches.

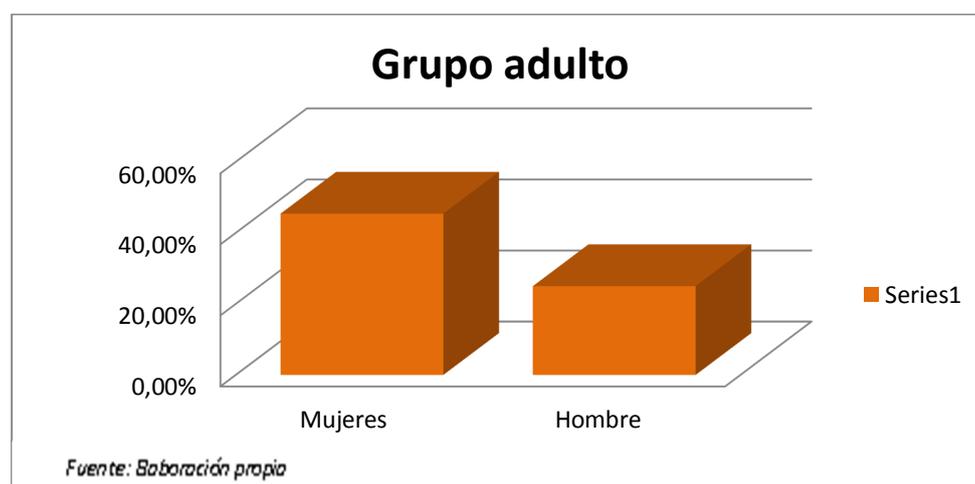
- **Grupo etario: adulto mayor:**

**Gráfico N°2:** Número de personas mapuches por género



- **Grupo etario: adulto.**

**Gráfico N°3:** Número de personas mapuches por género



- **Grupo etario: Joven.**

Este grupo no se observan, personas con etnia mapuche

Se puede decir, que hay más mujeres mapuches que hombres mapuches, asimismo se puede concluir que la etnia mapuche no es predominante en el Bandejón N°3.

### **c) Tipo y tenencia de la vivienda**

Respecto al tipo de vivienda y la tenencia de ella, se analizará, al igual que la variable anterior, con una separación por grupo, y por medio de dos cuadros comparativos

**Cuadro comparativo N°2: Tipo de vivienda por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Casa</b>	<b>Departamento</b>	<b>Pieza</b>	<b>Mediagua</b>
Adulto Mayor	100%	-	-	-
Adulto	98,7%	1,3%	-	-
Joven	100%	-	-	-

*Fuente: Elaboración propia*

**Cuadro comparativo N°3: Tenencia de vivienda por grupo etario**

<b>Grupo etario</b>	<b>Propietario</b>	<b>Arrendatario</b>	<b>Adquiriente</b>	<b>Usufructuario</b>	<b>Allegado</b>
Adulto Mayor	98,8%	-	-	-	1,2%
Adulto	53,3%	13,3%	6,7%	20%	6,7%
Joven	27,3%	66,7%	-	6%	-

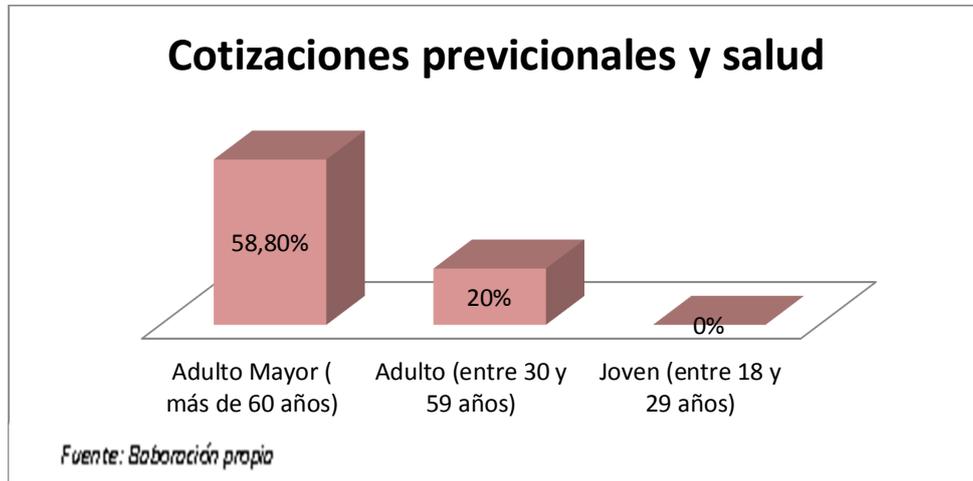
*Fuente: Elaboración propia*

En resumen, la mayoría de las personas viven en casa y son propietarias, aunque, existe una gran diferencia en la tenencia de la casa del grupo joven respecto a los otros dos grupos, ya que, en su mayoría son arrendatarios.

**d) Realización de cotizaciones previsionales y de salud**

La próxima variable a analizar, es si los locatarios realizan cotizaciones previsionales y de salud, las respuestas serán representadas, con el siguiente gráfico:

**Gráfico N°4:** Realización de cotizaciones previsionales



En conclusión, el grupo de adulto mayor, presenta el mayor porcentaje, lo cual resulta lógico, por el rango de edad que tienen.

#### **e) Nivel educacional**

La penúltima variable a analizar, es el nivel educacional que presentan los feriantes, en este caso el análisis se realizará mediante un cuadro comparativo, en donde, se verá la tendencia de cada grupo:

**Cuadro comparativo N°4:** Nivel educacional por grupo etario

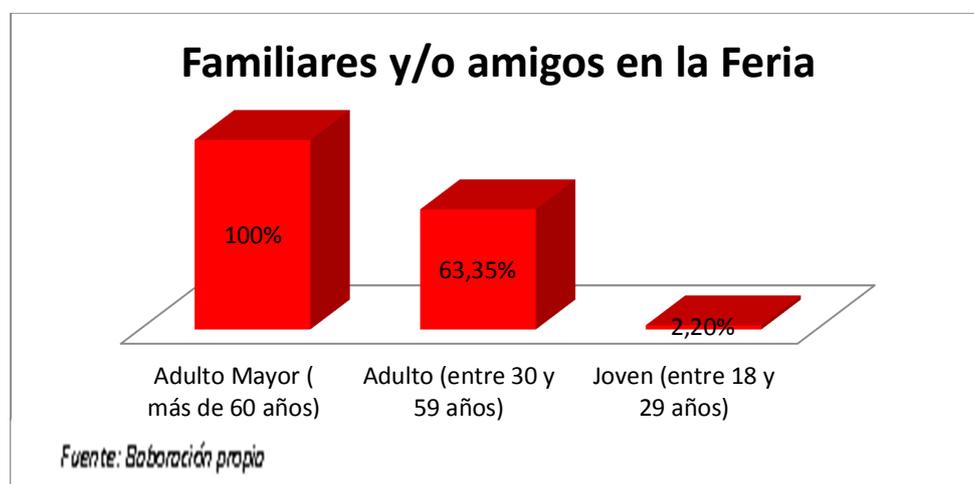
<b>Nivel educacional</b>	<b>Grupo Adulto Mayor</b>	<b>Grupo Adulto</b>	<b>Grupo Joven</b>
Sin estudios	3,7%	-	11,4%
Ed. Básica completa	96,3%	26,6%	-
Ed. Básica incompleta	-	-	-
Ed. Media completa	-	66,7%	88,6%
Ed. Media incompleta	-	-	-
Ed. Superior completa	-	6,7%	-
Ed. Superior incompleta	-	-	-

Como se aprecia, el nivel educacional, ha mejorado al pasar los años. Cabe destacar que los porcentajes que faltan, se debe, a que no presentan estudios.

**f) Relaciones Interpersonales**

Como última variable, se evaluará las relaciones interpersonales que tienen en la Feria, esta será medida, por el contacto que tienen con personas de la misma feria, ya sea, a través, de amigos y familiares. Los resultados se verán en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°5:** Relaciones Interpersonales



La tendencia muestra, que el entorno de los feriantes ha ido cambiando en el transcurso de los años.

#### **4.1.2 Análisis cualitativo de los factores personales y sociales de los feriantes del Bandedjón N°3.**

El siguiente análisis, se hará mediante el estudio de las características de cada grupo.

**a) Grupo Adulto Mayor:** Las personas pertenecientes a este grupo, son en su mayoría mujeres, y la etnia mapuche no es predominante.

La mayoría es de la comuna de Temuco, viven en casa y son propietarios, todos ellos son jefe de hogar.

Realizan cotizaciones previsionales y de salud.

El nivel educacional preponderante es la educación básica completa, no tienen profesión y tienen 3 hijos en promedio, los cuales han recibido educación.

Todos están ligados, con la Feria, ya que, cuentan con familiares y al menos un amigo trabajando en ella.

Un aspecto negativo, es que la totalidad de ellos nunca ha participado en algún curso de capacitación, ni han recibido algún tipo de financiamiento por parte de organismos de Estado, a pesar de la experiencia que llevan trabajando en la feria, la cual, es en promedio 32 años. (Ver anexo 2.7)

**b) Grupo Adulto:** Los feriantes de esta categoría, son en su mayoría mujeres, las cuales pertenecen mayoritariamente a la etnia mapuche.

La mayoría es de Temuco, la tendencia es que viven en casa y son arrendatarios. Las mujeres de este rango son en su totalidad jefes de hogar, mientras que los hombres de este grupo en un 93,5% son jefes de hogar.

Un porcentaje pequeño de este grupo realiza cotizaciones previsionales y de salud.

El nivel educacional que presentan, es menos homogéneo que el grupo anterior, aunque tiende a una educación media completa. Tienen 3 hijos en promedio, y en su totalidad han recibido educación.

Comparativamente con el grupo anterior las relaciones interpersonales de este grupo presenta una frecuencia menor, ya que, tienen menos amigos y familiares que trabajan en la Feria Pinto.

En cuanto a si han recibido cursos de capacitación ningún hombre encuestado ha participado en este tipo de actividad, en cambio, el 30% de mujeres sí lo ha hecho. En resumen personas en este rango, el 20% ha

recibido capacitaciones y, solo el 13,3% ha recibido algún tipo de financiamiento de parte de organismos de Estado. Tienen como promedio 22 años de experiencia trabajando en el sector, observando una mejora respecto al grupo de adulto mayor, ya que, esta categoría ha recibido más ayuda y educación que la anterior.

**c) Grupo Joven:** En este grupo se presentan más hombres, no tienen ascendencia mapuche.

Todos provienen de la comuna de Temuco, viven en casa y son en su mayoría arrendatarios. Son en su totalidad jefes de hogar.

No realizan cotizaciones previsionales ni de salud.

El nivel educacional predominante es la educación media completa, en su mayoría tienen profesión y no tienen hijos.

No presentan familiares ni amigos dentro de la feria.

En cuanto a si han recibido algún tipo de capacitación y/o de financiamiento, en su totalidad, no lo han hecho, aspecto negativo, ya que, en la actualidad existen muchos tipos de financiamiento y cursos de capacitación.

## **4.2 Análisis cuantitativo y cualitativo de los factores económicos de los feriantes del bandejón N°3.**

El análisis económico de los feriantes, se efectuará tomando como referencia los ingresos declarados de los feriantes, estos ingresos serán divididos en 4 (promedio de personas por hogar, en grupo adulto mayor y adulto), para así obtener sus ingresos per cápita, y asociarlos de esta forma a un quintil<sup>1</sup>, los rangos de quintiles, se indican a continuación:

1° Quintil= \$0 - \$59.817

2° Quintil= \$59.818 – \$102.326

3° Quintil= \$102.327 – 162.202

4° Quintil = \$ 162.203 – 290.695

5° Quintil= \$ 290.696 - +

El primer grupo a analizar, como se hizo en el punto anterior, será el grupo de “adulto mayor”, el cual arrojó los siguientes resultados:

### **1) Grupo Adulto Mayor**

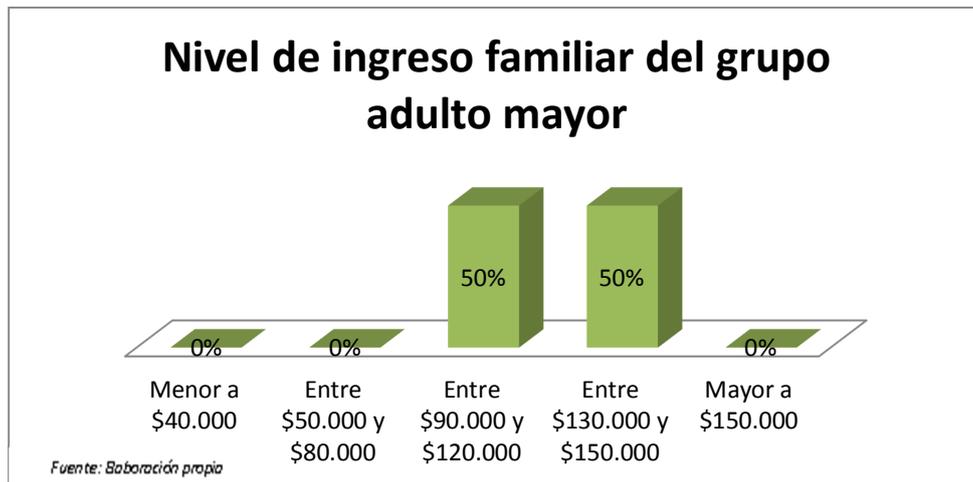
El 100% de ellos tienen como único ingreso el percibido en el trabajo realizado en la Feria Pinto, el cual oscila entre los \$90. 000 y \$150.000, por ende al calcular su ingreso per cápita estos quedan situados en el primer quintil

---

<sup>1</sup> Se utiliza principalmente para definir sectores socioeconómicos según ingreso per cápita familiar, en otras palabras el total de dinero que aporta el o los sostenedores de un hogar dividido por el número de miembros de éste.

El nivel de ingreso, será ilustrado en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°6:** Nivel de ingreso familiar en grupo adulto mayor



Asimismo se les consulta acerca de cuál es el capital que han invertido en su negocio según su estimación, el 75% dijo invertir menos de \$190.000, mientras que el resto se inclinó por la opción mayor a \$500.000.

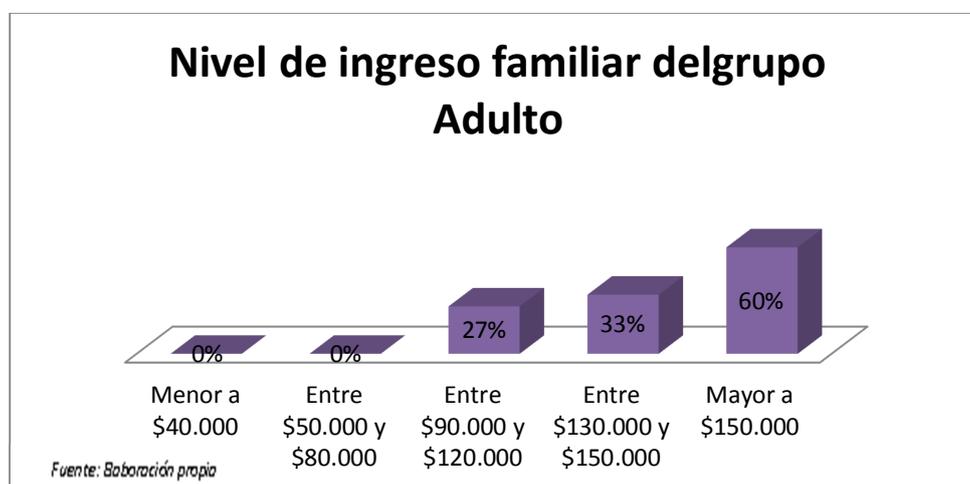
## 2) Grupo Adulto:

El segundo grupo en estudio, “adulto”, tiene los siguientes resultados:

Al igual que el grupo anterior, el 100% de ellos tienen como único ingreso el trabajo en Feria Pinto, en donde, el 33,3% dice percibir entre \$130.000 y \$150.000, el 26,7% dice ganar entre \$90.000 y \$120.000 y el resto (40%), dice ganar más de \$160.000. Por ende, se puede observar que al menos el 60% se ubica en el primer quintil

El nivel de ingreso los podemos ver en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°7: Nivel de ingreso familiar grupo Adulto**



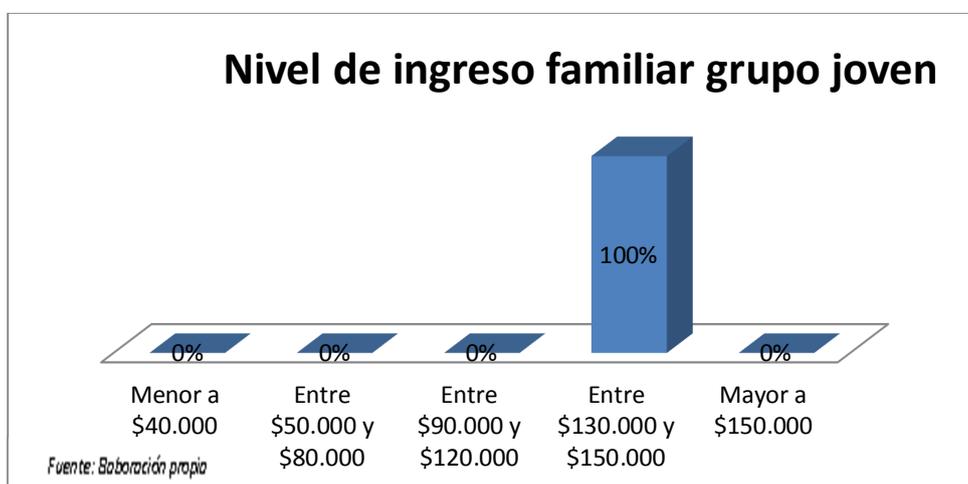
En cuanto a el capital que han invertido en sus negocios el 40% dice haber invertido entre \$200.000 y \$290.000, el 46,7% invirtió entre \$400.000 y \$490.000 y el resto (13,3%), invirtió más de \$500.000.

### 3) Grupo Joven:

El grupo “joven”, al igual que los otros dos dice tener el trabajo en la Feria como su único ingreso, además pertenecen al tercer quintil, dado que, no tienen personas que dependen económicamente de ellos, por lo cual, su ingreso per cápita es igual a su ingreso total, lo que no ocurre en los otros grupos etarios.

Se verificará con el siguiente gráfico:

**Gráfico N°8:** Nivel de Ingreso familiar grupo Joven



En este grupo se observó que la inversión en el local de Feria Pinto es entre \$200.000 y \$290.000.

#### **4.3 Detectar los factores críticos personales de los feriantes que pueden ir en desmedro del buen funcionamiento y desarrollo del bandejón N°3.**

Existe una gran brecha educacional entre los 3 grupos etarios, la cual podría influir negativamente en el buen funcionamiento y desarrollo del bandejón, estos factores detectados son: el nivel de educación y, el nulo interés en postulación a proyectos de financiamiento.

Adicionalmente al analizar la encuesta se pudo detectar dos puntos críticos adicionales, los cuales son: **conformidad con su trabajo y el bajo nivel de**

**motivación** que ellos presentan. A continuación se definirán las variables que evaluarán los puntos mencionados anteriormente.

Para evaluar la motivación, será representada con preguntas netamente dirigidas a la posibilidad de crear un nuevo negocio, y se utilizarán las siguientes variables:

### **Variables para detectar la motivación de los feriantes<sup>2</sup>**

- Primera variable: Intento de formar un negocio o empresa.
- Segunda variable: Qué harían si se les hiciera entrega de \$500.000
- Tercera variable: Grado de interés tienen en formar un nuevo negocio.
- Cuarta variable: Posibilidad de éxito tendría su nuevo negocio..
- Quinta variable: Tipo de ayuda que les gustaría recibir de la DIDECO.

#### **1) Análisis de la Motivación por grupo etario:**

- a) **Grupo Adulto Mayor:** El 100% de ellos no ha intentado formar un negocio o empresa, dando a entender que no estarían dispuestos a emprender, y la respuesta predominante a la segunda variable, sobre qué harían con \$500.000 fue, que comprarían mercadería, una vez más coincidieron en que no formarían un nuevo negocio, y que la subsistencia es lo primordial en sus vidas.

---

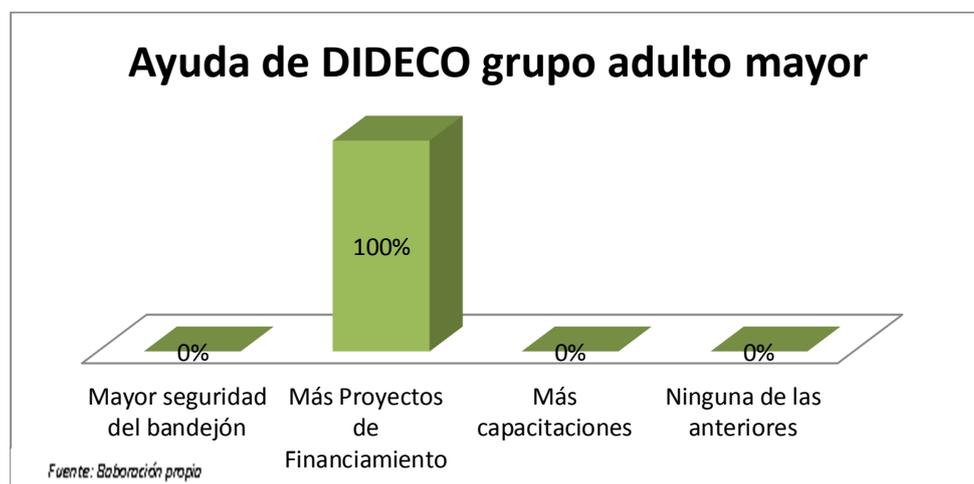
<sup>2</sup> La explicación de variables, estarán insertas en el anexo N° 3

Para conocer acerca del nivel de motivación que tienen se les pregunta acerca de qué grado de interés tienen en formar un nuevo negocio (variable N°3), estos respondieron en su totalidad, que su interés era fuerte, esta alternativa escogida, contradice mucho a los puntos anteriormente señalados, para indagar más se les pregunta acerca de qué posibilidad de éxito tendría su nuevo negocio (variable N°4), la mayoría (75%) respondió que su posibilidad de éxito en un nuevo negocio es de un 60%, y su fundamento sería porque les gusta emprender, si bien es cierto, que tienen cierta motivación, el porcentaje de éxito escogido no es muy alentador, mientras que el resto (25%), escogió una posibilidad de éxito de un 20%, siendo su argumento que por problemas económicos, no sería factible la idea, lo cual es lógico por el nivel de ingreso que obtienen.

Con el fin de saber qué tipo de ayuda les gustaría recibir de la DIDECO (variable N°5), la respuesta unánime a esta pregunta fue más proyectos de financiamiento.

Este resultado, se puede apreciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°9:** Ayuda de DIDECO grupo adulto mayor.



**b) Grupo Adulto:** La intención de crear un nuevo negocio, corresponde a un 33,3%, este rango de personas presenta un cierto nivel de emprendimiento, el cual no es muy alto, pero existe una gran diferencia en comparación con el grupo anterior. En cuanto a los locatarios que han tratado de formar negocio, se les pregunta el por qué no lo pudieron concretar, las opciones son las siguientes: a) Problemas económicos, b) Problemas personales y c) Problemas legales, en donde, la totalidad de ellos aseguró que su gran obstáculo, son los problemas económicos que tienen, este hecho, ha desmotivado a este grupo de emprendedores.

Si recibieran un premio de \$500.000, el 90% reconoció que compraría mercadería, mientras que el 10% restante invertiría en un nuevo negocio, este hecho es bastante contradictorio con la variable anterior, sin embargo, los que, comprarían mercadería, corroboran su poca motivación en crear alguna empresa o negocio.

En cuanto al nivel de motivación, se les consulta, cuál es su grado de interés en crear un nuevo negocio, las posibilidades de éxito, y el por qué de la elección de ese porcentaje de éxito. Para explicar de mejor forma estos ítems, se separará a este rango en un subgrupo, el subgrupo N° 1 estará representado por las personas que han tenido intención de crear nuevos negocios, y por ende, el subgrupo N° 2 estará conformado por los feriantes no lo han intentado.

**Subgrupo N° 1: Locatarios que han tenido intención en crear un nuevo negocio:**

Estos locatarios dicen tener un muy fuerte grado de interés en crear un nuevo negocio, con respecto, a las posibilidades de éxito de éste, todos optaron por los puntajes más altos (80% y 100%).

**Subgrupo N° 2: Locatarios que no han tenido intención en formar un nuevo negocio:**

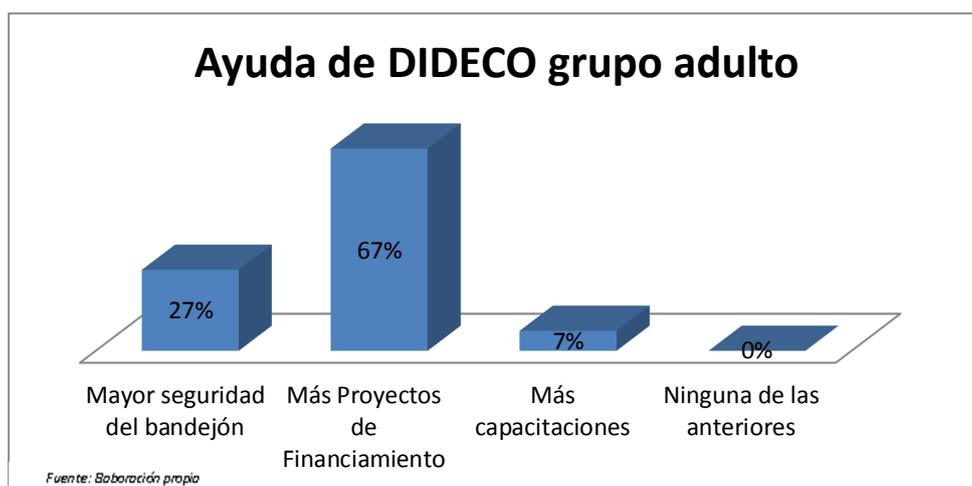
Estos feriantes definieron su grado de interés en formar un nuevo negocio en su mayoría (96,7%), en cuanto a sus posibilidades de éxito, fueron muy variadas sus respuestas; no obstante, opinan que de intentar un nuevo negocio tendrían un 80% de posibilidades de éxito.

Dadas estas respuestas surge la duda natural del por qué, no han intentado crear un nuevo negocio, las razones para ello fueron que, a pesar de tener un alto grado de interés, los problemas económicos son un obstáculo para concretarlo.

La ayuda que ellos esperan por parte de la DIDECO, es en su mayoría (66,7%), mayor acceso y adjudicación a proyectos de financiamiento, aunque algunos (26,7%) requieren mayor seguridad en el bandejón y una pequeña parte (6,6%), dijo requerir más capacitaciones.

Este hecho se puede ilustrar en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°10:** Ayuda de DIDECO grupo adulto.



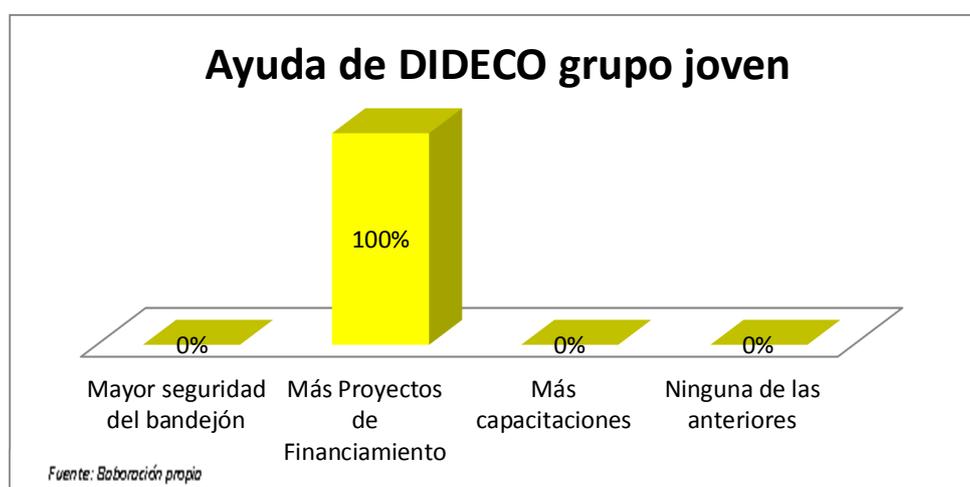
- c) **Grupo Joven:** En su totalidad, dicen que no han tratado de crear nuevos negocios, aunque al ponerlos en un escenario ficticio de ganar \$500.000, el 100% de ellos invertiría en nuevos negocios, lo cual, significaría que tienen un alto nivel de emprendimiento.

Para confirmar lo anterior, se les pregunta acerca del grado de interés que tendrían en formar un nuevo negocio en donde, todos dijeron que tenían interés en hacerlo. En cuanto a las posibilidades de éxito de su proyecto, este grupo afirma que se debe a el gusto por emprender.

En cuanto a la ayuda que les gustaría recibir de la DIDECO, el 100% dijo que necesitan más acceso y adjudicación de proyectos de financiamiento.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

**Gráfico N°11:** Ayuda DIDECO grupo joven



**2) Conformidad en el trabajo:** Este punto se medirá con preguntas dirigidas a qué es lo que ellos priorizan en un trabajo, a continuación se describirá cada variable:

- Variable N°1: Se pregunta cuál es el elemento más importante para surgir en un negocio, estas son las alternativas:
  - a) Dinero
  - b) Educación
  - c) Amistades
  - d) Motivación.

- Variable N°2: Deben informar, si están de acuerdo o no, la primera frase es: *“Es más importante que un trabajo ofrezca oportunidad que seguridad”*, si es que están de acuerdo con esta expresión, les importa más la oportunidad de crear nuevos negocios que ganar dinero.
- Variable N°3: Comentar si están de acuerdo con la siguiente frase *“En el lugar que vivo existen oportunidades para que personas como yo puedan crear sus propios negocios”*, es decir, se asegura que en la comuna de Temuco existen oportunidades para que ellos puedan emprender.

A continuación, analizaré cada grupo etario, con sus respectivas respuestas:

**a) Grupo adulto mayor**

El grupo de adulto mayor (100%), dijo que el elemento más importante para surgir en un negocio era el dinero, mientras su respuesta a las frases antes descritas dijeron estar de acuerdo en que es más importante la oportunidad que la seguridad en el trabajo, y a la vez dijeron estar de acuerdo, que en Temuco existen oportunidades para que ellos puedan crear sus negocios, todos estos hechos determinan que no están conformes con sus trabajos, ya que, le toman más importancia al dinero, que a factores que puedan contribuirles en su vida personales.

**b) Grupo adulto:**

En el grupo de adultos, la decisión estuvo repartida, para algunos lo más importante del trabajo, es el dinero (46,7%), mientras que para otros (40%), es la motivación y, para una pequeña parte (13,3%) es la educación, mostrando que este grupo, presenta conformidad, debiso a que , algunos sienten que su trabajo contribuye en sus vidas. Respecto a las frases, el 40% está de acuerdo con ambas afirmaciones, lo cual, acredita que ellos si sienten que tienen oportunidades y que es lo más importante, esto quiere decir, que están conformes con sus trabajos, ya que, buscan nuevos proyectos como una oportunidad y también para aprender de sus experiencias, el 30% de ellos están en desacuerdo con ambas frases, repercutiendo negativamente en su forma de ver la vida, de los que respondieron esto, lo más importante en un trabajo es el dinero, mostrando que están conformes y estancados, pero a la vez, sienten que hay oportunidades para crecer.

**c) Grupo Joven:**

El grupo joven, dijo en su totalidad que lo más importante en un trabajo para ellos es la educación, por lo que ven su trabajo como un aprendizaje, en cuanto a las frases, están de acuerdo con que un trabajo ofrezca oportunidad más que seguridad, sin embargo, están en desacuerdo que Temuco entregue oportunidades para ellos, por lo tanto, están conformes con sus trabajos y les gustaría emprender nuevos proyectos, pero, un gran obstáculo es que sienten que no reciben el apoyo necesario por parte de la Municipalidad de Temuco.

**Cuadro comparativo N°5:** Qué factor es el más importante en un trabajo.

<b>Grupo etario</b>	<b>Dinero</b>	<b>Educación</b>	<b>Amistades</b>	<b>Motivación</b>	<b>Otro</b>
Adulto Mayor	100%	-	-	-	-
Adulto	46,7%	13,3%	-	40%	-
Joven	-	100%	-	-	-

Como se puede apreciar en este cuadro comparativo, la mentalidad de los feriantes ha ido cambiando generación tras generación, ya que, se podría inferir en que el trabajo ahora lo ven como una oportunidad y nuevos aprendizajes.

**4.4 Realizar sugerencias para mejorar los factores críticos detectados según los análisis, en aspectos sociales, económicos y personales basados en las funciones de la Unidad de Fomento Productivo. (UDEL).**

Como se pudo ver en el punto 4.3, los factores personales críticos de los feriantes, que fueron detectados, son: Nivel educacional, Nula postulación a proyectos de financiamiento, Baja motivación y conformidad con su trabajo.

A continuación, se realizará sugerencias para cada uno de los problemas detectados:

- Nivel educacional: Este problema ha sido recurrente, en materias de crecimiento en la comuna de Temuco, es por esto, que una forma de

poder contribuir enormemente a disminuir esta brecha en los feriantes, es mediante, la creación de programas de nivelación de estudios y capacitación, en donde, para ayudarles a administrar sus negocios de la mejor forma posible, ya sea, con cursos de contabilidad, marketing, entre otros.

- Nula postulación a proyectos de financiamiento: CORFO y SERCOTEC, como se mencionó en el marco teórico, han creado diversos proyectos de financiamiento, dirigidos específicamente a ferias libres, Feria Pinto no ha postulado ha ningún tipo de financiamiento de esta índole, es por esto, que el Programa Fomento Productivo, puede incentivar, mediante, mesones informativos, en donde, indiquen todos los requerimientos y beneficios que pueden obtener si se animan en conjunto a participar en este tipo de proyectos.
- Baja motivación: El bajo nivel de motivación presentado por los feriantes, respecto a la formación de nuevos negocios, indican el poco emprendimiento que poseen, es decir, no cumplen con las tres faces de emprendimiento, mencionadas en el marco teórico. La forma de aumentar su motivación, es mediante, charlas motivacionales organizadas por el Programa Fomento Productivo, en donde, los microempresarios pertenecientes a esta unidad puedan obtener herramientas para mejorar autoestima, conocimiento personal y visualizar la importancia cultural de Feria Pinto.
- Conformidad con el trabajo: El hecho de que las generaciones de feriantes más nuevas en comparación con la más antigua, crean que existen oportunidades para ellos, y que sus trabajos lo vean como

una forma de crecer y aprender, significa que ha habido un cambio de mentalidad, en donde, ya no ven el trabajo en la Feria como una forma de subsistir, sino como un aprendizaje continuo que puede ayudar que crear nuevas oportunidades de negocios. Para los locatarios que están desconformes con sus trabajos, el Programa Fomento Productivo puede crear planes de acción, en la Feria, en cuanto a asesoramiento y apoyo a las ideas de nuevos negocios.

## CAPÍTULO 5

# CONCLUSIONES

## **5. Conclusiones**

Del total de las personas encuestadas en su mayoría pertenecen al género femenino; en cuanto al nivel educacional los feriantes poseen nivel medio completo, no obstante las personas pertenecientes al tercer grupo etario (60 o más años), tuvieron una enseñanza inferior que los grupos posteriores.

Los feriantes del Bandedjón N°3, es su mayoría pertenecen al primer quintil dado que su renta per cápita se encuentra bajo los \$59.817.- quedando muy por debajo del sueldo mínimo. La mayoría no ha participado en cursos de capacitación ni ha recibido ningún tipo de financiamiento.

Dentro de los aspectos positivos, se puede destacar, que la mayoría de los locatarios, tienen mucha preocupación por la educación de sus hijos, no como antaño, en donde, las familias de feriantes seguían en ferias generación tras generación, perjudicando el futuro de sus hijos, el cambio de mentalidad es muy beneficioso para ellos y para la comunidad.

Las personas que trabajan en la feria, presentan bajos niveles de emprendimiento, ya que, al tener adquirido un puesto, y teniendo el capital para abastecerlo, sólo se limitan a atenderlo y generar ingresos, es decir, se estancan en su local, perdiendo oportunidades de negocios que podrían ser más provechosos para ellos y, por ende para la Feria, además como se vio anteriormente las pocas capacitaciones que han recibido, provocan que muchos se estanquen con su local, y no puedan crecer empresarial y personalmente.

A partir de la investigación, los locatarios del Bandedj3n N° 3, son personas que cuentan con muy poca informaci3n acerca de los sistemas previsionales y de salud, asimismo, deja entrever que existe un inter3s deficiente en estos temas, provocando muchas veces que sus propias familias est3n a la deriva ante cualquier tipo de eventualidad.

El hecho de que las generaciones de feriantes m3s nuevas en comparaci3n con la m3s antigua, crean que existen oportunidades para ellos, y que sus trabajos lo vean como una forma de crecer y aprender, significa que ha habido un cambio de mentalidad, en donde, ya no ven el trabajo en la Feria como una forma de subsistir, sino como un aprendizaje continuo que puede ayudar a crear nuevas oportunidades de negocios.

Otro aspecto importante, es la baja motivaci3n, que presentan los locatarios, ya sea, en cuanto a la formaci3n de nuevos negocios, como en su negocio actual, puesto que, para ellos mientras vendan est3 todo bien, y no se atreven a mejorar o cambiar su idea de negocio, provocando un estancamiento en sus ingresos y en la Feria en general.

Luego de aplicada la encuesta y lo visto en terreno, las grandes falencias que presentan los feriantes en cuanto a emprendimiento y la poca informaci3n que han recibido, se puede mejorar ostensiblemente con m3s capacitaciones otorgadas por el Programa Fomento Productivo, con estos cursos los usuarios en general ser3an favorecidos, ya que, se podr3a lograr un cambio de mentalidad, en el cual los locatarios, vean los proyectos de financiamiento como una ventana hacia la oportunidad de crear nuevos negocios y no como una fuente de ahorro o subsistencia.

# ANEXOS

## Anexos

### 1) Encuesta Socio Económica aplicada a feriantes del Bandedjón N° 3.

#### Perfil del FERIANTE BANDEJON N°3, Feria Pinto

La presente encuesta tiene como objetivo efectuar un perfil socioeconómico de los locatarios del Bandedjón N°3 de Feria Pinto, y de este modo contribuir con la gestión del Programa Fomento Productivo, de la DIDECO, adicionalmente en base a este estudio se pretende retroalimentar a la Unidad de Fomento Productivo respecto a las reales necesidades de los locatarios de este bandedjón en particular.

Esta información es confidencial y será tratada para los fines antes mencionados. Este estudio se enmarca en el trabajo de título, de alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de la Frontera denominado "Perfil Socioeconómico de locatarios del Bandedjón N°3, Feria Pinto

#### Antecedentes personales

##### 1.1) Género

F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

##### 1.2) Edad \_\_\_\_\_ años

##### 1.3) Estado Civil

Soltero \_\_\_\_\_  
 Casado \_\_\_\_\_  
 Viudo \_\_\_\_\_  
 Divorciado \_\_\_\_\_  
 Separado \_\_\_\_\_

##### 1.4) ¿Tiene Ascendencia Mapuche?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

##### 1.5) Comuna en donde vive

Temuco \_\_\_\_\_ Padre las Casas \_\_\_\_\_

##### 1.6) Tipo de Vivienda

Casa \_\_\_\_\_ Departamento \_\_\_\_\_ Pieza \_\_\_\_\_ Mediagua \_\_\_\_\_

##### 1.7) Tenencia de la vivienda

Propietario \_\_\_\_\_ Arrendatario \_\_\_\_\_ Adquiriente (paga dividendo) \_\_\_\_\_

Usufructuario

(Habitan en una vivienda que no es de su propiedad) \_\_\_\_\_

Allegado

(Vive en la casa de un familiar y no paga arriendo) \_\_\_\_\_

**1.8) ¿Es jefe de hogar?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**1.9) ¿Tiene algún problema físico que lo incapacite laboralmente?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**1.10) ¿Ud. efectúa cotizaciones previsionales voluntarias? (AFP)**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**1.11) ¿Ud. efectúa cotizaciones en salud?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**1.12) ¿Cuál es su nivel educacional?**

Sin Estudios \_\_\_\_\_ Educación básica completa \_\_\_\_\_ Educación básica incompleta \_\_\_\_\_

Educación media completa \_\_\_\_\_ Educación media incompleta \_\_\_\_\_

Educación superior completa \_\_\_\_\_ Educación superior incompleta \_\_\_\_\_

Educación técnica profesional \_\_\_\_\_ Educación técnica completa \_\_\_\_\_

Educación técnica incompleta \_\_\_\_\_

**1.13) ¿Tiene alguna profesión u oficio?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**I) Antecedentes Sociales**

**2.1) ¿Usted tiene hijos?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si su respuesta en la pregunta 2.1 fue sí, conteste pregunta 2.2 de lo contrario pase a la pregunta 2.6**

**2.2) Número de hijos \_\_\_\_\_**

**2.3) Nivel educacional de los hijos al año 2011 (marque todas las opciones que corresponden).**

Sin Estudios \_\_\_\_\_ Educación básica completa \_\_\_\_\_ Educación básica incompleta \_\_\_\_\_

Educación media completa \_\_\_\_\_ Educación media incompleta \_\_\_\_\_

Educación superior completa \_\_\_\_\_ Educación superior incompleta \_\_\_\_\_

Educación técnica profesional \_\_\_\_\_ Educación técnica completa \_\_\_\_\_

Educación técnica incompleta \_\_\_\_\_

**2.4) ¿Cuántos hijos menores a 3 años viven con Ud.? \_\_\_\_\_**

**2.5) En el caso de que tenga hijos menores a 3 años, ¿Asisten al jardín?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.6) ¿Tiene familiares que tengan puestos en la Feria Pinto?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.7) ¿Tiene algún pariente cercano que se dedique o haya dedicado al comercio de ferias?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**2.8) Piense en sus 3 mejores amigos, alguno de ellos ¿Tiene puesto en la Feria Pinto?**

Sí, los tres \_\_\_\_\_

Sí, dos de ellos \_\_\_\_\_

Sí, sólo uno de ellos \_\_\_\_\_

Ninguno \_\_\_\_\_

**II) Perfil Emprendedor**

**3.1) ¿Ha participado de algún tipo de curso de capacitación?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.2) ¿Ha recibido algún tipo de financiamiento por parte de instituciones de gobierno?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.3) Si su respuesta es sí, ¿De qué organismo recibió este financiamiento? (elija sólo una respuesta).**

Municipalidad de Temuco \_\_\_\_\_ FOSIS \_\_\_\_\_ SERCOTEC \_\_\_\_\_ CONADI \_\_\_\_\_  
OTRO \_\_\_\_\_

**3.4) ¿Usted ha viajado fuera de la región, en los últimos 12 meses?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Si su respuesta en la pregunta 3.4 fue sí, conteste pregunta 3.5 de lo contrario pase a la pregunta 3.8**

**3.5) ¿Motivos de su viaje?**

Negocios \_\_\_\_\_ Trabajo \_\_\_\_\_ Vacaciones \_\_\_\_\_

**3.6) ¿Por cuánto tiempo estuvo ahí?**

Entre 1 y 3 días \_\_\_\_\_ Entre 4 y 7 días \_\_\_\_\_ Más de una semana \_\_\_\_\_

**3.7) ¿Ese viaje le sirvió para conocer la actividad económica que realiza?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.8) Indique un área en la cual ha trabajado como empleado anteriormente (sin considerar el puesto de Feria Pinto). (Elija sólo una respuesta).**

Área comercial \_\_\_\_\_ Área servicios \_\_\_\_\_ Área manufacturas \_\_\_\_\_

**3.9) ¿Piensa tener otro puesto en la Feria Pinto?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta en la pregunta 3.8 fue sí, conteste pregunta 3.9 de lo contrario pase a la pregunta 3.11

**3.10), ¿Qué capital cree necesitar para hacerlo?**

Menor 190.000 \_\_\_\_\_ Entre 200.000 y 290.000 \_\_\_\_\_ Entre 300.000 y 390.000 \_\_\_\_\_

Entre 400.000 y 490.000 \_\_\_\_\_ Mayor a 500.00 \_\_\_\_\_

**¿Qué ha hecho para conseguir este capital?**

Préstamos bancarios \_\_\_\_\_ Tiene el capital \_\_\_\_\_ Nada \_\_\_\_\_

**3.11) ¿Has tratado antes de formar un negocio o empresa?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**3.12) ¿Qué tipo de negocio trató de formar?**

Comercial \_\_\_\_\_ Servicios \_\_\_\_\_ Manufacturas \_\_\_\_\_

**3.13) ¿Por qué no pudo concretar su negocio? (elija sólo una respuesta).**

Problemas económicos \_\_\_\_\_ Problemas personales \_\_\_\_\_ Problemas legales \_\_\_\_\_

**III) Negocio Actual**

**4.1) Rubro al que se dedica**

Ropa y calzado \_\_\_\_\_ Ropa \_\_\_\_\_ Calzado \_\_\_\_\_ Quesos \_\_\_\_\_ Antigüedades \_\_\_\_\_

Cocinerías \_\_\_\_\_ Paquetería \_\_\_\_\_ Talabartería \_\_\_\_\_

**4.2) ¿Cómo efectúa la compra de mercadería?, de forma**

Asociativa \_\_\_\_\_ Individual \_\_\_\_\_

**4.3) Giro de la actividad**

Producción \_\_\_\_\_ Comercio \_\_\_\_\_ Servicios \_\_\_\_\_

**4.4) Formalidad**

Formalizado (paga impuesto) \_\_\_\_\_ Con Patente Comercial \_\_\_\_\_ Informal \_\_\_\_\_

4.5) Experiencia en la Feria (años) \_\_\_\_\_

4.6) ¿El trabajo en la Feria es su único ingreso?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4.7) Ingreso promedio mensual

Menor a 40.000 \_\_\_\_\_ Entre 50.000 y 80.000 \_\_\_\_\_ Entre 90.000 y 120.000 \_\_\_\_\_

Entre 130.000 y 150.000 \_\_\_\_\_ Mayor a 150.000 \_\_\_\_\_

4.8) ¿Cuántas personas dependen económicamente de Ud.? \_\_\_\_\_

4.9) ¿Cuántas personas trabajan en su negocio? (incluyéndolo a usted) \_\_\_\_\_

4.10) Según su estimación, ¿Cuánto capital tiene invertido en su negocio? (Cuánto tiene invertido en máquinas, herramientas, local, mercadería, etc.)

Menor 190.000 \_\_\_\_\_ Entre 200.000 y 290.000 \_\_\_\_\_ Entre 300.000 y 390.000 \_\_\_\_\_

Entre 400.000 y 490.000 \_\_\_\_\_ Mayor a 500.000 \_\_\_\_\_

#### IV) Proyección

5.1) ¿Cuál de los siguientes elementos necesarios para surgir en un negocio considera que es el más importante? Marque sólo una alternativa

Dinero \_\_\_\_\_ Educación \_\_\_\_\_ Amistades \_\_\_\_\_ Motivación \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

5.2) ¿Está de acuerdo con la siguiente frase?

*“Es más importante que un trabajo ofrezca oportunidad que seguridad”*

De acuerdo \_\_\_\_\_ En desacuerdo \_\_\_\_\_

5.3) ¿Está de acuerdo con la siguiente frase?

*“En el lugar que vivo existen oportunidades para que personas como yo puedan crear sus propios negocios”*

Muy de acuerdo \_\_\_\_\_ De acuerdo \_\_\_\_\_ En desacuerdo \_\_\_\_\_  
Totalmente en desacuerdo \_\_\_\_\_

**5.4) Imagínese que recibe un regalo de \$500.000.- ¿En qué los usaría? (elija sólo una respuesta).**

Invertiría en un nuevo negocio \_\_\_\_\_ Se compraría ropa \_\_\_\_\_

Compraría mercadería \_\_\_\_\_ Compraría bienes para su casa \_\_\_\_\_

**5.5) ¿Cómo clasificaría su grado de interés en crear su propio negocio? (elija sólo una respuesta)**

No sé \_\_\_\_\_ Promedio \_\_\_\_\_ Fuerte \_\_\_\_\_ Muy fuerte \_\_\_\_\_

**5.6) A estas alturas, ¿Cuáles son las posibilidades de éxito de su negocio? (elija sólo una respuesta).**

20% \_\_\_\_\_ 40% \_\_\_\_\_ 60% \_\_\_\_\_ 80% \_\_\_\_\_ 100% \_\_\_\_\_

**5.7) ¿Por qué? Indique sólo una**

\*Porque es innovador \_\_\_\_\_ Le gusta emprender \_\_\_\_\_

\*Problemas económicos \_\_\_\_\_ Problemas personales \_\_\_\_\_ Problemas legales \_\_\_\_\_

**5.8) ¿Cuánto vende al mes en promedio?**

Menor a 40.000 \_\_\_\_\_ Entre 50.000 y 80.000 \_\_\_\_\_ Entre 90.000 y 120.000 \_\_\_\_\_

Entre 130.000 y 150.000 \_\_\_\_\_ Mayor a 150.000 \_\_\_\_\_

**5.9) ¿Qué mejoras efectuarían en el Bandedjón donde se ubican? (elija sólo una respuesta).**

Pondría más puestos \_\_\_\_\_ Mejoraría la estructura del edificio \_\_\_\_\_

Mejoraría la ubicación de los puestos \_\_\_\_\_ Ninguna de las anteriores \_\_\_\_\_

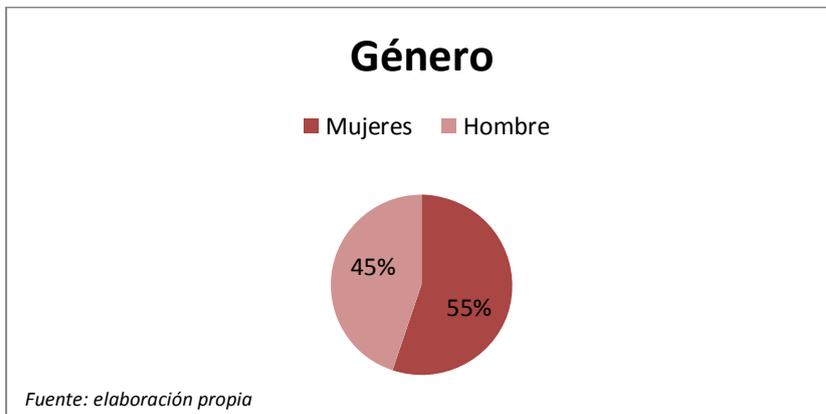
**5.10) ¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de la DIDECO? (elija sólo una respuesta).**

Mayor seguridad del bandedjón \_\_\_\_\_ Más proyectos de financiamiento \_\_\_\_\_

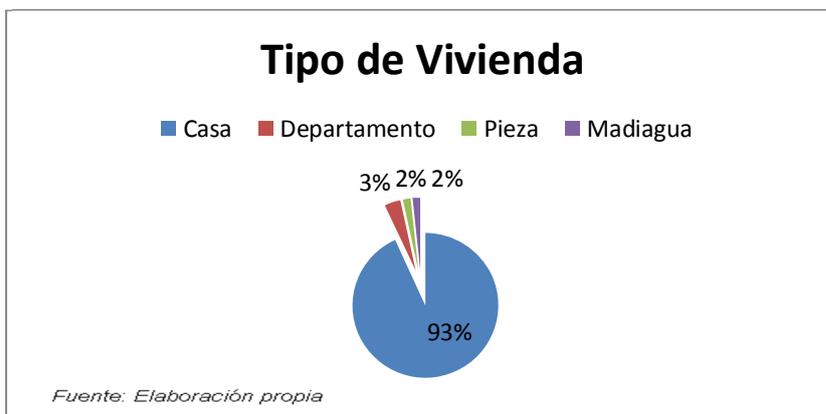
Más capacitaciones \_\_\_\_\_ Ninguna de las anteriores \_\_\_\_\_

2) A continuación se graficarán los resultados del total de encuestados, en donde, se ilustrarán las preguntas que entregan mayor información del estudio.

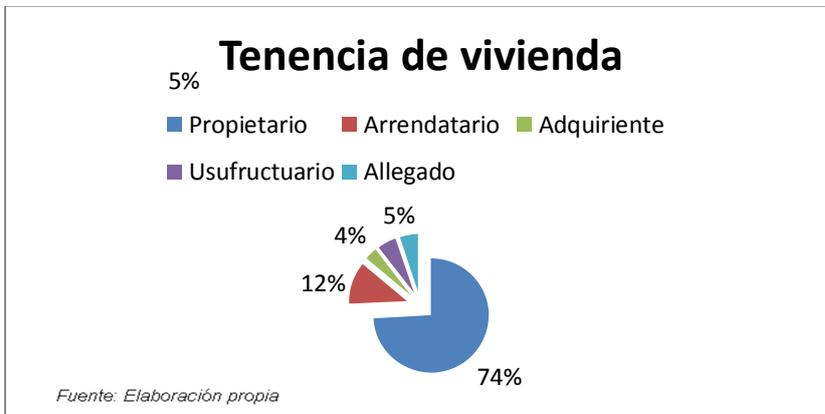
2.1) Gráfico pregunta 1.1



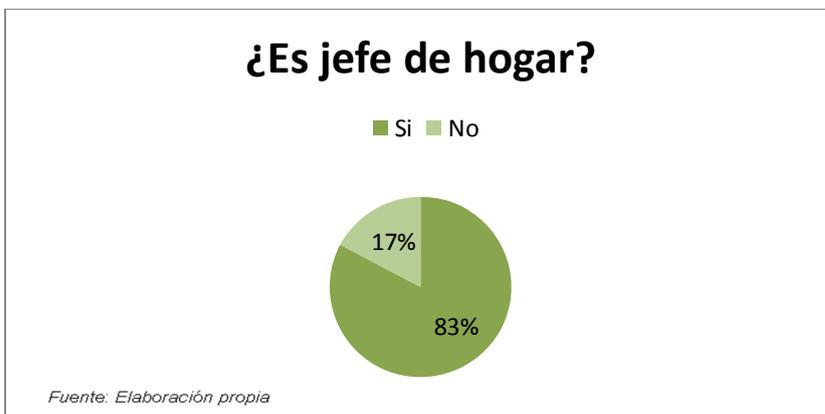
2.2) Gráfico pregunta 1.6



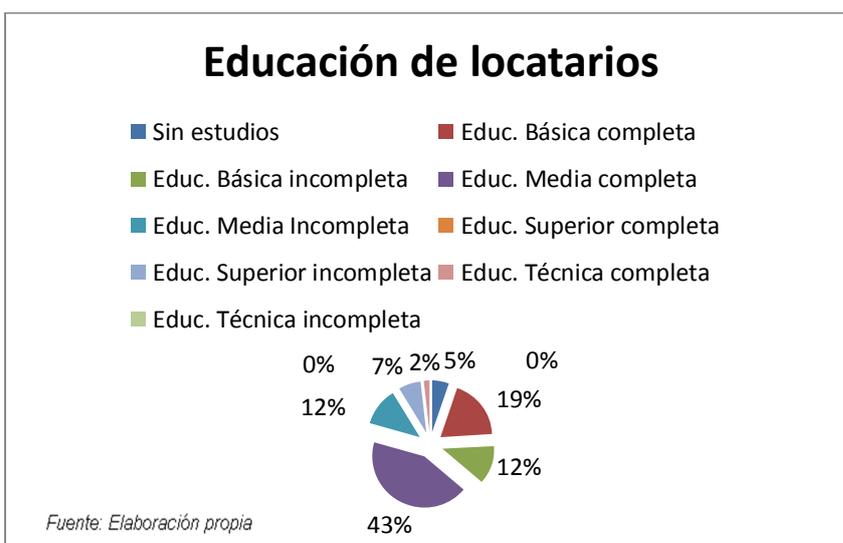
2.3) Gráfico pregunta 1.7



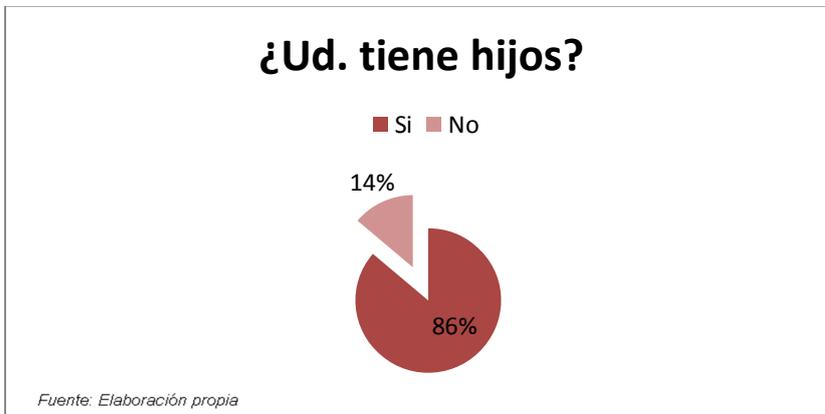
2.4) Gráfico pregunta 1.8



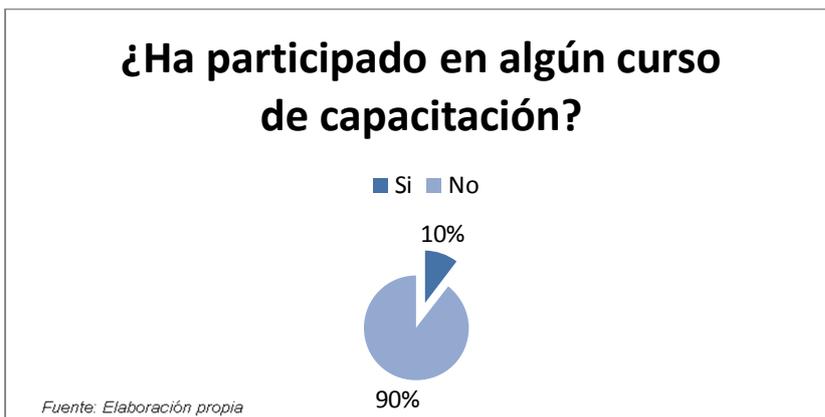
2.5) Gráfico pregunta 1.12



2.6) Gráfico pregunta 2.1



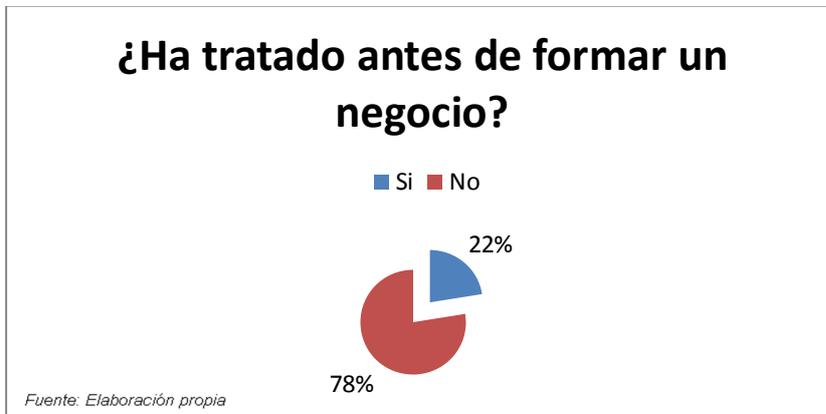
2.7) Gráfico pregunta 3.1



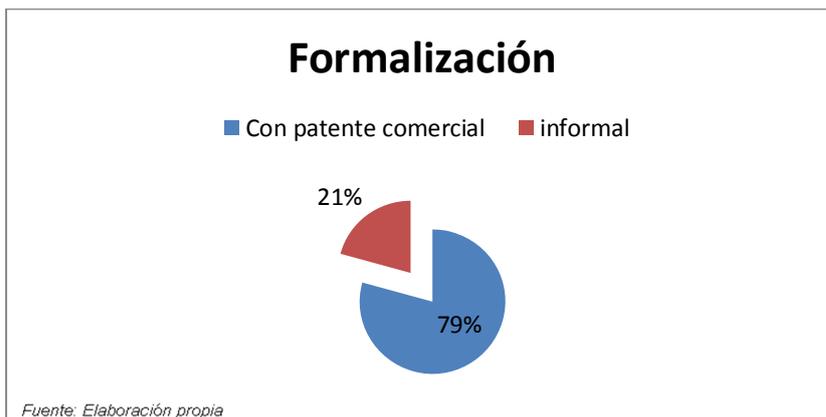
2.8) Gráfico pregunta 3.2



2.9) Gráfico pregunta 3.11



2.10) Gráfico pregunta 4.4

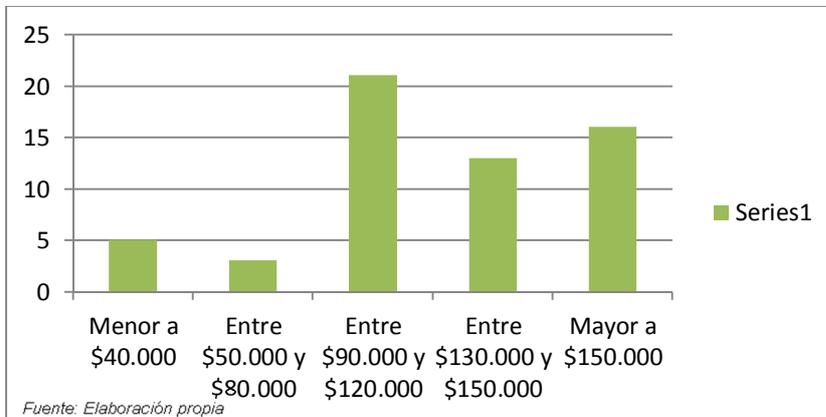


2.11) Gráfico pregunta 4.6



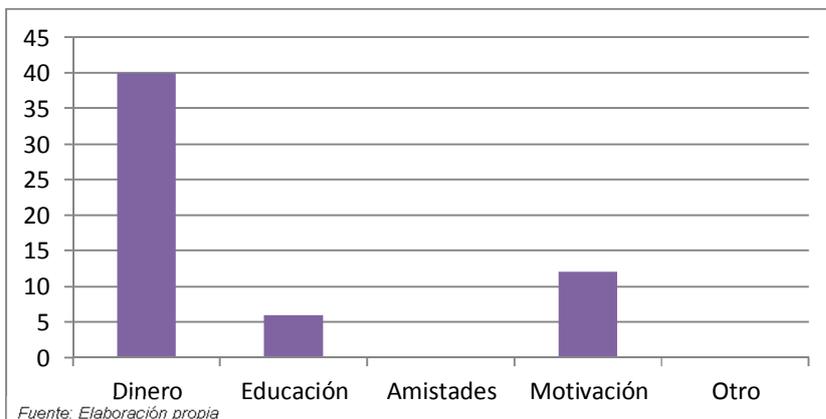
2.12) Gráfico pregunta 4.7

*Nivel de ingresos*



2.13) Gráfico pregunta 5.1

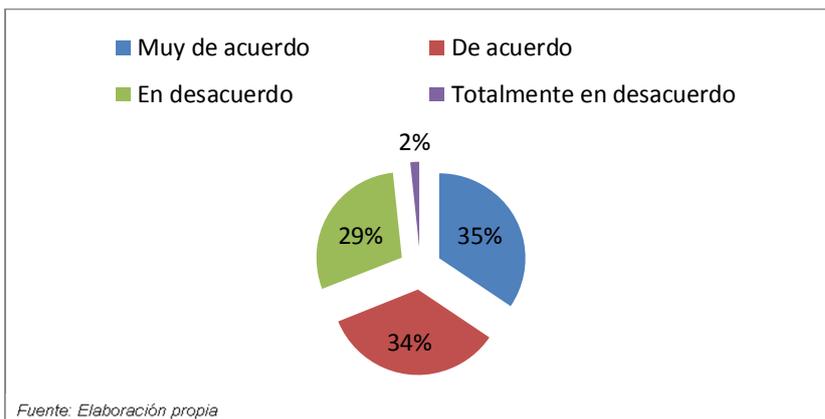
*Importancia surgir en un negocio*



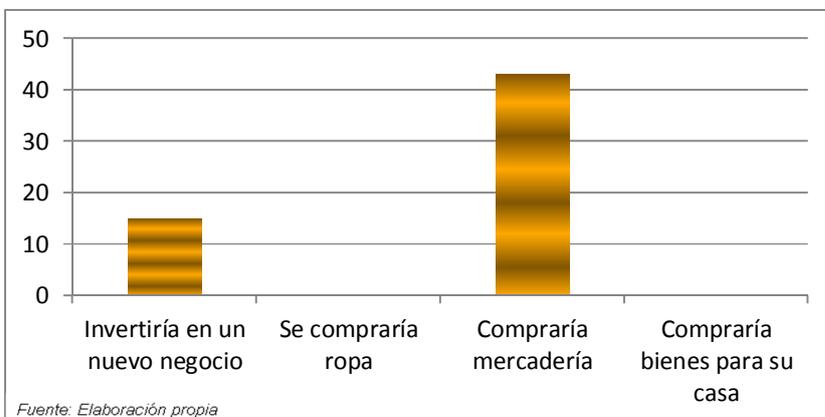
2.14) Gráfico pregunta 5.2



2.15) Gráfico pregunta 5.3

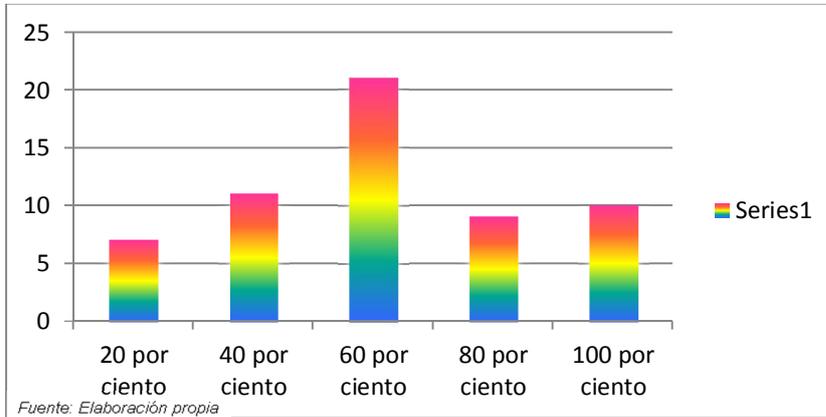


2.16) Gráfico pregunta 5.4



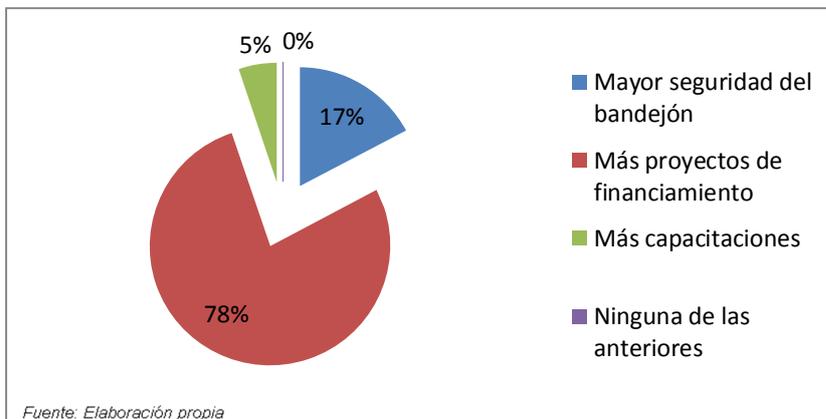
2.17) Gráfico pregunta 5.6

**Posibilidades de éxito de un nuevo negocio**



2.18) Gráfico pregunta 5.10

**Apoyo de DIDECO**



**3) Explicación de variables, para analizar la motivación de los feriantes:**

- Primera variable: Intento de formar un negocio o empresa.

Segunda variable: Se consulta mediante una idea ficticia, sobre qué harían si se les hiciera entrega de \$500.000, se les da 4 alternativas, las cuales son:

- a) invertiría en un nuevo negocio

- b) compraría ropa
- c) compraría mercadería
- d) compraría bienes para su hogar.

Esta variable busca, saber si estarían dispuestos a emprender o solamente a subsistir.

- Tercera variable: Medir el grado de interés tienen en formar un nuevo negocio, dando las siguientes opciones:
  - a) No sé
  - b) Promedio
  - c) Fuerte
  - d) Muy fuerte.
  
- Cuarta variable: Conocer qué posibilidad de éxito tendría su nuevo negocio, dando las siguientes opciones:
  - a) 20%
  - b) 40%
  - c) 60%
  - d) 80%
  - e) 100%
  
- En el caso de los porcentajes más bajos de estas alternativas (20% y 40%), se les consulta, el por qué de esta respuesta dando las siguientes opciones:
  - a) problemas económicos
  - b) problemas personales
  - c) problemas legales
  
- Mientras que para los porcentajes más altos (60%, 80% y 100%), se les entrega las opciones que fundamentaría la respuesta, las cuales son las siguientes:
  - a) porque es innovador
  - b) porque le gusta emprender.

- Quinta variable: Conocer qué tipo de ayuda les gustaría recibir de la DIDECO, la cual, ayudaría a aumentar la motivación en estos feriantes, se les da las siguientes alternativas: a) Mayor seguridad en el bandejón, b) Más proyectos de financiamiento, c) Más capacitaciones y d) Ninguna de las anteriores.

## **Glosario**

Variables utilizadas en punto 4.1, del capítulo 4:

### **Definición de las variables:**

- Tipo de vivienda: Las alternativas son; casa, departamento, pieza y mediagua. Se entenderá por casa, la construcción igual o mayor a 45 metros cuadrados, los departamentos por su parte tienen una dimensión de igual o mayor a 50 metros cuadrados mientras que mediagua es establecida por construcciones igual o menor a 18 metros cuadrados, y por supuesto pieza está determinada por dimensiones menores a estas. (Ministerio de Vivienda y Urbanismo, 2011).
- Tenencia de la Vivienda: Ésta estará determinada por; propietarios, arrendatarios, adquiriente (paga dividendo), usufructuario (Habitan en una vivienda que no es de su propiedad) y allegado (Vive en la casa de un familiar y no paga arriendo)
- Nivel educacional: Estará establecida por; educación básica completa e incompleta, educación media completa e incompleta y por último educación superior completa e incompleta.
- Relaciones Interpersonales: Este factor estará medido, por las personas, familiares y/o amigos, que puedan estar trabajando en el mismo sector, lo que significa si su relación con la feria es alta o no.



# **BIBLIOGRAFÍA**

**Bibliografía**

- Chiavenato, Idalberto. Administración de los Recursos Humanos. Mc Graw-Hill, 5ta. Edición Santafé de Bogota 1999, 699 Págs.
- Werther, William. Administración de Personal y Recursos Humanos. McGraw-Hill, México, 1995, 486 Págs.
- Álvarez, R., Crespi, G. La importancia relativa de las pequeñas y medianas empresas: un análisis de sus determinantes en la industria manufacturera. Cuad. Econ. 2001.
- Castillo, A. Estado del Arte de la Enseñanza del Emprendimiento. Estudio preparado por First Public Inc Chile S.A para INTEC – Chile en el marco del proyecto “Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional”. 1999.
- Günther Held. Naciones Unidas (1996): Políticas de Financiamiento de las empresas de menor tamaño.

***Referencias de Internet***

- Ministerio de Desarrollo Social  
[www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/publicaciones/2011/diciembre\\_2011.pdf](http://www.ministeriodesarrollosocial.gob.cl/casen/publicaciones/2011/diciembre_2011.pdf) (*visitada diciembre 2011*)
  
- Instituto Nacional de Estadísticas. Empleo en La Araucanía 2011.  
[www.ine.cl/documentos/empleoenlaaraucania](http://www.ine.cl/documentos/empleoenlaaraucania) (*visitada en Enero 2012*)
  
- Unidad de Modernización y Gobierno Electrónico, Ministerio Secretaría General de la Presidencia, Gobierno de Chile, ([www.chileatiende.cl](http://www.chileatiende.cl), *visitada en Febrero 2012*).