



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

**“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CENTRO DE NEGOCIOS, SERCOTEC,
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, EN BASE A LA MEDICIÓN DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS”**

CRISTINA VALERIA REYES VALDÉS

2012



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

**“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CENTRO DE NEGOCIOS, SERCOTEC,
REGIÓN DE LA ARAUCANÍA, EN BASE A LA MEDICIÓN DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS”**

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

Profesor Guía: Yenniel Mendoza Carbonell

CRISTINA VALERIA REYES VALDÉS

2012

**“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CENTRO DE NEGOCIOS, SERCOTEC, REGIÓN DE LA ARAUCANÍA,
EN BASE A LA MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS”**

CRISTINA VALERIA REYES VALDÉS

COMISIÓN EXAMINADORA

YENNIEL MENDOZA CARBONELL
Profesor Guía

MARCELO GARRIDO S.
Profesor Examinador 1

BRUNO ULLOA M.
Profesor Examinador 2

Nota trabajo escrito : 6,0
Nota examen : 6,5
Nota final : 6,3

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar le doy gracias a Dios por la vida, a mi familia, especialmente a mis padres por su dedicación, su amor incondicional y por sus sabias palabras que me ayudaron a seguir.

También quiero expresar mis agradecimientos a mis tíos y a Gonzalo, por escucharme, por sus buenos consejos y su permanente estímulo para motivarme a continuar.

Quiero agradecerle especialmente a SERCOTEC, por la oportunidad que me dieron de aprender y de formar parte de su gran equipo, y a mi profesor guía, el Sr. Yenniel Mendoza, por su buena disposición, paciencia y por ayudarme en cualquier momento que lo necesite. Sin su ayuda la tarea hubiese sido mucho más difícil.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación se enmarca en la creciente necesidad de consultar la opinión del cliente o usuario respecto del bien o servicio que se ofrece, con el bien fin de conocer sus preferencias y entregar productos, programas, etc., que sean de mejor calidad para así lograr una mayor aceptación por parte del público objetivo. En este caso el objetivo fue crear un método de medición de resultados de la gestión que lleva a cabo el Centro de Negocios de SERCOTEC de la Región de La Araucanía, hacia sus usuarios, con la finalidad de aplicarlo, conocer y analizar la percepción de estos con respecto a su satisfacción por el servicio prestado.

Se creó, aplicó y analizó una nueva herramienta de medición de satisfacción de los usuarios receptores del servicio, como es la encuesta telefónica. La que en el futuro se implementará trimestralmente y que utilizó una muestra de 53 personas que se dirigieron en el pasado, por cualquier medio a solicitar apoyo al Centro de Negocios de SERCOTEC, considerando un universo de 406 beneficiarios de toda la Región.

La investigación se sustenta en 4 ejes teóricos principales. El primero trata sobre las pymes y su necesidad de apoyo; el segundo sobre la intervención del Estado como mecanismo para corregir fallas de mercado; el tercer eje habla sobre el proceso de modernización actual del Estado; y el último sobre los métodos de satisfacción del cliente/usuario.

Esta herramienta recogió datos personales, evaluación de la infraestructura, de los profesionales que allí trabajan, del sitio web, de la calidad de los talleres o capacitaciones impartidas y por último se midió la satisfacción general del usuario con respecto al Servicio.

Entre los resultados más importantes se puede señalar que un 63% de los encuestados declara sentirse satisfecho contra un 23% que declara estar insatisfecho. Así, un gran porcentaje dice que recomendaría el Centro de Negocios a otras personas o empresas. Además, la mayoría de los encuestados dice nunca haber visitado el sitio web y con relación las actividades económicas de los encuestados, éstas se concentran mayoritariamente en la “Industria de alimentos y bebidas”.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1 - INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Exposición del problema	3
1.2. Objetivos	3
1.2.1. Objetivo General:.....	3
1.2.2. Objetivos Específicos:	4
CAPÍTULO 2 - ANTECEDENTES GENERALES	7
2.1. Descripción de la Institución	7
2.2. Misión.....	7
2.3. Visión.....	8
2.4. Valores Institucionales	8
2.5. Autoridades.....	8
2.6. Punto Mipe.....	10
2.7. Programas	11
2.8 Descripción Centro De Negocios	12
2.8.1. Misión	13
2.8.2. Visión.....	13
2.8.1. Organización.....	15
2.8.1.2. Organigrama	17
2.8.2. Funciones	18
2.8.3. Flujo de Atención	19
2.9. Metas 2012 del Centro de Negocios	20
2.10. Acercándose a las Mipymes	20
FUNDAMENTOS TEÓRICOS	26
2.9.1. Las MIPES y su necesidad de apoyo	26
2.9.2. Intervención del Estado como mecanismo para corregir fallas de mercado.....	33
2.9.3. El estado en búsqueda de la modernización.....	36
2.9.4. Métodos de medición de satisfacción al cliente/usuario.....	42
2.9.4.1. El sistema de quejas y reclamos	44
2.9.4.2. Las Encuestas	44
2.9.4.3. Entrevista Personal	48
2.9.4.4. El cliente incógnito u observación directa	50
2.9.4.5. Focus Group.....	50
CAPÍTULO 3 - METODOLOGÍA DE TRABAJO	53
3.1. Tipos de preguntas utilizadas.....	54
3.1.2. Cuestionario de preguntas abiertas.....	55
3.1.3. Cuestionario de preguntas cerradas y mixtas.....	55
3.2. Selección de la muestra	57
3.2.1. Ficha Técnica	58
CAPÍTULO 4 - RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
Recomendaciones en Base a Encuesta Aplicada	71
4.1. Otras Recomendaciones.....	72
CAPÍTULO 5 - CONCLUSIONES	75
NOMENCLATURA.....	78
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXO A - CODIFICACIÓN DE LAS PREGUNTAS	85
ANEXO B - TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS.....	88
ANEXO C – CONSTANCIA COORDINADOR CENTRO DE NEGOCIOS	90
ANEXO D - ENCUESTA DE SATISFACIÓN GESTIÓN CENTRO DE NEGOCIOS.....	91

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: Logo Servicio Cooperación Técnica, SERCOTEC.....	7
Ilustración 2: Organigrama Nacional Servicio Cooperación Técnica, SERCOTEC.	9
Ilustración 4: Inauguración Centro de Negocios.	12
Ilustración 6: Organigrama equipo multidisciplinario Centro de Negocios	16
Ilustración 7: Organigrama Centro de Negocios	17
Ilustración 8: Modelo Centro de Negocios.....	18
Ilustración 9: Flujo de Atención.....	19

ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Fórmula calculo de la Muestra.....	59
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de empresas según ventas anuales en UF.	22
Tabla 2: Clasificación de empresas según ventas anuales en UTM.	22
Tabla 3: Estadísticas de empresas en la Región de la Araucanía.	23
Tabla 4: Distribución del número de empresas formales según su tamaño, para la Región de la Araucanía, año 2008.....	23
Tabla 5: Clasificación según número de Ocupados.....	25
Tabla 6: Resumen de la Caracterización de los Usuarios	62

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

“Los emprendedores cumplen una tarea fundamental, son los exploradores de la era moderna.... Son hombres y mujeres que deben tener visión para ver más allá del horizonte y descubrir nuevas oportunidades, y coraje para asumir riesgos, invertir y recorrer caminos desconocidos” (Sebastián Piñera, Mensaje Presidencial 21 de Mayo del 2012).

CAPÍTULO 1 - INTRODUCCIÓN

De acuerdo al diagnóstico regional elaborado al alero del Plan de Gobierno “Araucanía 7”, esta región presenta un retraso respecto de otras regiones del país, principalmente en el área económica, social y educacional. Señala un déficit de recurso humano calificado en la gestión municipal, dificultando la capacidad para levantar y gestionar proyectos en las distintas comunas y territorios de La Araucanía, una baja productividad media del trabajo y una escasez general de capital humano para los desafíos presentes y futuros del desarrollo regional.

Dentro de los factores que se relacionan con ese mal resultado, se encuentran los elevados niveles de pobreza y de desigualdad de ingresos y en el acceso a educación de calidad, así como bajos niveles de escolaridad promedio de los trabajadores, entre otros. Estos factores colocan a La Araucanía en más de 16 años de rezago en promedio respecto de la situación del país y que hacen necesario tomar medidas concretas tendientes a mejorar los indicadores de actividad económica, sobre todo en lo que respecta a las pymes y su gran motor, la generación de empleo, a elevar los niveles de educación e ingresos y disminuir la brecha de pobreza¹.

El Informe “La situación de la Micro y Pequeña empresa en Chile” (OIT y SERCOTEC, 2010), señala que la micro y la pequeña empresa formal representa en la región alrededor del 98% del total de empresas y el 34% del total de ventas, generando así una alta incidencia en la capacidad de captura de mano de obra y dinamismo en la economía regional. Sin embargo, la baja calificación del capital humano presente en la MIPE, impide un desarrollo óptimo de este segmento empresarial.

¹ Véase http://araucania7.cl/wp-content/uploads/DOCUMENTO_PA7.pdf. “Plan Araucanía 7”.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Gracias a instituciones como CORFO, SENCE, SERCOTEC, etc., según Síntesis Económica Regional (Diciembre 2011), en la Región de La Araucanía, entre 2009 y 2011 se incrementó en un 12,3% el número de empresas, lo que corresponde a la creación de 8.336 nuevas empresas.

Pero estos datos cuantitativos sólo resaltan una parte de los frutos que pueden lograr o impulsar las instituciones públicas, ya que, a esto se le debe sumar la opinión cualitativa de los que son al fin los receptores de toda la gestión pública: los ciudadanos. Por tanto, su percepción sobre la gestión de estos organismos públicos es fundamental para evaluar cualitativamente esos esfuerzos.

"Una queja es una expresión de insatisfacción hecha a una organización, relacionada con sus productos, servicio o el mismo proceso de manejo de quejas, donde una respuesta o resolución se espera que sea explícita o implícita" (ISO 10002).

Es por ello, que el presente trabajo pretende evaluar la gestión que realiza el Centro de Negocios de SERCOTEC Araucanía, como una forma de intervención pública para el logro del bienestar de la sociedad. Para ello se tomará en cuenta la percepción del grado de satisfacción de los usuarios de este servicio público.

Todo esto, fruto de la Práctica Profesional Controlada que fue desarrollada en el Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC de La Araucanía, perteneciente al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, ubicada en calle O`Higgins N° 480, oficina Regional, Temuco. Con un horario laboral de 8 horas diarias, de Lunes a Viernes, entre las 9:00 y las 18:00 horas.

El trabajo diario a realizar no estuvo directamente relacionado con la evaluación de la gestión que realiza el Centro de Negocios, sino que estuvo relacionado con el apoyo en diversos proyectos que posee SERCOTEC, tales como Capital Semilla, Asociación de Gremios, Emprendimiento Digital, entre otros. El vínculo con el Centro de Negocios se comenzó a generar cuando a las personas ganadoras de dichos programas u otras se les deriva a dicho Centro para diagnóstico y asesoramiento.

1.1. Exposición del problema

Tanto en el sector público como en el sector privado es necesario obtener retroalimentación por parte de los usuarios o clientes a los cuales se les vende un bien o se les presta un servicio, para estimar cuál es la calidad respecto a la gestión de la institución o empresa. En este ámbito la Corporación presenta una gran deficiencia. Esto debido, en parte, a su reciente creación, ya que posee sólo meses de funcionamiento, por lo que no cuenta con ninguna evaluación de la gestión por parte de las personas y empresas atendidas.

Este centro, pionero a nivel nacional, promueve y potencia el emprendimiento, y está dirigido a Micro y Pequeñas Empresas y Emprendedores, a los cuales les brinda apoyo en cuanto a diagnóstico, asesoría en financiamiento, capacitación y asociatividad en diversas áreas empresariales.

Actualmente, la imagen y credibilidad del sector público es un tema relevante. En este caso, la importancia de la evaluación de la gestión del Centro de Negocios radica en que, por un lado, son cuantiosos recursos públicos los que están involucrados y se desea que a estos efectivamente se les de un buen provecho para la ciudadanía. Por otro lado, los usuarios del centro de negocios de SERCOTEC son muy variados, debido a que aquí se atienden personas y empresas que son derivadas de otros organismos públicos que conforman su Red de Apoyo², tales como: Unidades de Desarrollo Local (UDEL) de distintas comunas de la región, CONADI, INDAP, FIA, SERNAM, SAG, SENCE, SEREMI de Salud, entre otras. Por lo tanto, está en juego la credibilidad de muchos organismos si la gestión no es bien percibida por parte del público.

1.2. Objetivos

El presente trabajo tiene los siguientes objetivos:

1.2.1. Objetivo General:

❖ Crear un método de medición de resultados de la gestión que lleva a cabo el Centro de Negocios de SERCOTEC, Región de la Araucanía, hacia sus usuarios, con la finalidad de conocer y analizar la percepción de los usuarios con respecto a la satisfacción por el servicio prestado.

² Red de apoyo público y privada consultada de (<http://centronegocios.raucania7.cl/>).

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

1.2.2. Objetivos Específicos:

- ❖ Discusión sobre los métodos para la medición de la satisfacción y valoración que hace el usuario respecto de los servicios entregados en el sector público a través de una revisión de la literatura.
- ❖ Creación y aplicación del método elegido a una muestra representativa de la población relevante con el objetivo de analizar los resultados en cuanto a satisfacción de los clientes del Centro de Negocios de SERCOTEC.
- ❖ Proponer posibles soluciones a potenciales inquietudes de los clientes, con el objetivo de generar mayor aceptación por parte de los usuarios y, por otro lado, resaltar y dar a conocer los mejores resultados según la percepción de los ciudadanos para potenciar las buenas prácticas.

Se aplicará un enfoque de investigación cualitativo, extrayendo resultados de los datos obtenidos de una encuesta, lo que brindará la oportunidad de obtener cómo es la percepción del usuario respecto al servicio prestado. Se dice que es un estudio cualitativo acerca a realidades intersubjetivas (toma en cuenta la percepción de los encuestados), pero con esa información se tendrá una base de datos a la que se le dará un enfoque cuantitativo simple (tal como ocurre en cualquier análisis estadístico).

Esta será una investigación no experimental, ya que sólo se observarán fenómenos (apreciaciones) para luego analizarlos. Será del tipo transversal, recopilando información en un momento único, el que a su vez tendrá un diseño descriptivo, indagando características de las personas, aunque al contemplar opiniones de los encuestados, se llega a un diseño de tipo transversal correlacional – causal.

Para esto se comienza planteando el problema a solucionar y se presenta la Institución respecto de la cual se va investigar, para tener más antecedentes que proporcionen información al respecto. Luego se concibe el diseño del estudio, en este caso el método elegido será una encuesta de satisfacción vía telefónica, para la que es necesaria la definición de la muestra y lograr el acceso y recopilación de los datos llevando a cabo los llamados telefónicos correspondientes.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Para continuar se analizarán los datos obtenidos para la medición de la calidad del servicio proporcionado, y por último, se confecciona un informe de resultados en conjunto con las propuestas de posibles medidas para lograr solucionar potenciales falencias y resaltar los mejores resultados con el objetivo de seguir dichos ejemplos. Todo esto, sustentado en una revisión de la literatura sobre cuatro grandes ejes.

En general, este proyecto está enfocado en la aplicación de un método de medición de satisfacción de la gestión realizada a la fecha por el Centro de Negocios de SERCOTEC Araucanía, con el propósito de realizar un aporte a la institución.

CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES GENERALES

CAPÍTULO 2 - ANTECEDENTES GENERALES

2.1. Descripción de la Institución

El Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), es una Corporación de Derecho Privado, dependiente del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, existente desde el 30 de junio de 1952. La institución posee su personalidad jurídica desde 1955.

Fue creado por medio un acuerdo cooperativo de asistencia técnica, entre la Corporación de Fomento de la producción (CORFO), el Gobierno de Chile y el Instituto de Asuntos Interamericanos (En representación de EE.UU.)³ y cuenta con 15 oficinas regionales.

Ilustración 1: Logo Servicio Cooperación Técnica, SERCOTEC.



Fuente: www.sercotec.cl

2.2. Misión

Promover y apoyar iniciativas de mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas y fortalecer el desarrollo de la capacidad de gestión de sus empresarios.

³ Información extraída desde www.sercotec.cl

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

2.3. Visión

Ser la institución líder, generadora de sinergia en la Red de Fomento productivo para la micro y pequeña empresa; descentralizada, autónoma, orientada al desarrollo económico territorial; promoviendo las competencias y el compromiso de nuestro personal con la misión institucional, en un ambiente de mejoramiento continuo.

2.4. Valores Institucionales⁴

Calidez en la atención coherente con las necesidades de nuestros clientes: los ciudadanos, las empresas de menor tamaño en general, y las empresas de menor tamaño con oportunidades de negocios en los mercados.

Calidad en el servicio, considerando impacto y cobertura de la oferta de servicios específica (servicios generales, servicios intermedios y servicios especializados).

Simplicidad en la gestión.

2.5. Autoridades

El Organigrama actual de esta institución se muestra a continuación, con las autoridades de cada cargo:

El servicio cuenta con una estructura de tipo jerárquica. La elección del Gerente General (Director Nacional) se hace a través del directorio. Este es quien designa a los Directores Regionales como muestra la ilustración 2 a continuación.

⁴ Información extraída desde www.sercotec.cl

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Ilustración 2: Organigrama Nacional Servicio Cooperación Técnica, SERCOTEC.



Fuente: www.sercotec.cl

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Ilustración 3: Estructura Organizacional Servicio Cooperación Técnica Dirección Regional de La Araucanía.



Fuente: www.sercotec.cl

2.6. Punto Mype

El Punto Mype⁵ es un espacio de atención integral a la ciudadanía y a los/as clientes/as de nuestra institución, presentes en cada Dirección Regional, y en algunas oficinas provinciales. La principal función del Centro de información y apoyo a emprendedores y microempresarios, es satisfacer requerimientos de información (resolver dudas o consultas), y/o realizar una derivación interna a los servicios que ofrece SERCOTEC o derivación externa a la Red de Fomento.

⁵Véase <http://www.sercotec.cl/web/sercotec/contacto/puntos-mipe>.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

En los puntos Mype se puede encontrar la siguiente información:

1. Información general de nuestra institución y su oferta de programa y servicios.
2. Actividades de difusión y acceso a servicios a nivel masivo y territorial, a través de charlas, postulaciones asistidas y visitas a las distintas comunas del país.
3. Derivación interna, en aquellos casos donde se requiera información específica de postulación o implementación de alguno de nuestros servicios o programas.
4. Información de la oferta de programas y servicios de otras instituciones de la Red de Fomento, en aquellos casos que sea más pertinente.

2.7. Programas

SERCOTEC, del Gobierno de Chile promueve iniciativas de mejoramiento de la competitividad y productividad de las micro y pequeñas empresas y apoyo a los/as emprendedores/as del país.

Para cumplir con esta labor, SERCOTEC cuenta con servicios de acceso al financiamiento, servicios de desarrollo empresarial y programas de mejoramiento de las condiciones del entorno.

La Guía de Servicios y Programas SERCOTEC 2012 Versión 1.6 señala la oferta de los programas y servicios que ofreció SERCOTEC para 2012, los cuales se mencionan a continuación:

I. La empresa: A través de la transferencia directa de recursos

1. Iniciativas de Desarrollo de Mercado.
2. Capital Semilla, Línea Financiamiento, Empresas.
3. Capital Semilla, Línea Financiamiento, Emprendedores.

II. El Empresario: A través de la transferencia y habilidades empresariales

4. Asesorías y Servicios Empresariales.
5. Formación Empresarial.
6. Redes de Oportunidades de Negocio.
7. Promoción y Canales de Comercialización.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- III. *El entorno: Mejorando las condiciones en que las empresas se desarrollan.*
- 8. Programa de Creación y Fortalecimiento de Asociaciones de Micro y pequeños Empresarios.
- 9. Programa Modernización de Ferias Libres.
- 10. Acciones de Articulación Público-Privada (PAPP).

2.8 Descripción Centro De Negocios

Ilustración 4: Inauguración Centro de Negocios.



Fuente: www.sercotec.cl

“El Centro de Negocios es una iniciativa de carácter regional y está orientado a instalar capacidades profesionales especializadas en la búsqueda y concreción de oportunidades de negocios, emprendimiento y encadenamientos productivos en cada uno de los territorios identificados en la Estrategia de Desarrollo Regional (2010-2022)”⁶.

Este Centro de Negocios de La Araucanía es una unidad multi-sectorial y multidisciplinaria, con foco territorial y vinculado con instrumentos de Fomento Productivo, entrega información, gestión y

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

servicios a disposición de los emprendedores, empresarios y agrupaciones productivas de La Araucanía que deseen crear, fortalecer, innovar y/o hacer crecer sus iniciativas y corresponde a una unidad dependiente de SERCOTEC de la Región⁷.

El Centro de Negocios nace a raíz de una necesidad visualizada bajo el contexto del Plan Araucanía 7 en el eje productivo, donde se identifica un retraso respecto de otras regiones, déficit de recurso humano calificado, baja productividad media de trabajo, baja competitividad de la MIPE, desconocimiento de instrumentos de fomento, Región de alta ruralidad.

La iniciativa incide directamente en los objetivos dentro de los ejes de crecimiento económico de la estrategia regional de desarrollo, entre los que se encuentra el fortalecimiento del desarrollo de encadenamientos productivos, la articulación y difusión de los instrumentos de fomento productivo, asegurando la pertenencia territorial y el potenciamiento de la capacidad técnica, junto al fortalecimiento del capital humano regional, en una modalidad continua que derive en la adquisición y certificación de competencias para las Mype y emprendedores⁸.

2.8.1. Misión del Centro de Negocios

“Incrementar las características de competitividad y productividad de los emprendimientos de la Región de la Araucanía generando asesorías y capacidades para fortalecer y potenciar a los emprendedores y empresarios mediante un canal único para la derivación a instituciones públicas y privadas de capacitación y financiamiento”.

2.8.2. Visión del Centro de Negocios

*“La visión es transformar a la Región en un ente productivo basado en emprendimientos autosustentables y de alta competitividad”.*⁹

Ilustración 5: Imagen Logo Centro de Negocios.

⁶ Información extraída desde <http://centronegocios.raucania7.cl/asesoria-tecnica/>

⁷ El Centro de Negocios es financiado por intermedio de un convenio con el Gobierno Regional, (GORE).

⁸ Entrevista Coordinador Centro de Negocios.

⁹ Prototipos de Misión y Visión entregadas por el Coordinador del Centro de Negocios.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”



Fuente: centronegocios.araucania7.cl

Posee seis líneas de trabajo: Diagnóstico, Gestión, Capacitación, Asesoría, Transferencia Tecnológica y Red y Articulación Pública-Privada¹⁰.

Una de las vías de asesoría del Centro es a través del programa de Asesorías y Servicios Empresariales (Asesoría Técnica) a través del cual se podrá obtener un producto concreto y tangible que agrega valor al desarrollo de la empresa y sus requerimientos.

La oferta¹¹ de Asesorías Empresariales es la siguiente:

1. Información Nutricional.
2. Código de Barras.
3. Vitrinaje.
4. Diseño de Productos, Envases y/o Embalajes.
5. Asesoría Jurídica (EIRL o Sociedades de Responsabilidad Limitada).
6. Proceso de Exportación.
7. Gestión Comercial.
8. Diagnóstico Certificación en Calidad Turística.
9. Marca Empresarial o Rediseño de Marca.
10. Identificación de Canales de Promoción y Difusión.
11. Desarrollo de Página Web.
12. Diagnóstico de Eficiencia Energética.
13. Auditoría Contable.
14. Intermediación Financiera.
15. Diagnóstico y Evaluación del Recurso Productivo.

¹⁰ Información extraída de Protocolo de Operación Centro de Negocios para el desarrollo Territorial SERCOTEC, 2012.

¹¹ Información extraída desde <http://centronegocios.araucania7.cl/asesoria-tecnica/>

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Su organización actual es la siguiente:

2.8.1. Organización

Tal como se puede apreciar en el siguiente organigrama, el Centro de Negocios cuenta con un equipo multidisciplinario que en este 2012 funcionó 20 profesionales agrupados en Coordinador (1), Territoriales (9), Sectorialistas (3), Asistente Administrativo (1), Especialistas (6), donde las áreas que imparten los especialistas son: Tributaria, Marketing, Formalización, Resolución Sanitaria, Comercial, y Legal. Este equipo fue sometido a evaluación para ver la continuidad de los profesionales para el años 2013.

Estas áreas son primordiales en nuestra Región, por ejemplo, el área de marketing es especialmente importante en toda la Zona Lacustre, además el área de Resolución Sanitaria es muy necesaria tomando en cuenta la gran cantidad de Industrias y locales alimenticios que existen en nuestra Región y que pueden necesitar contar con este importante respaldo salubre.

Ilustración 6: Organigrama equipo multidisciplinario Centro de Negocios



Fuente: Elaboración propia en base a datos entregados por coordinador Centro de Negocios.

Por otro lado, los Territorialistas tienen un desafío de transferencia en terreno, de conocimientos y competencias técnicas para los ocho Territorios¹² de La Región.

- Las principales funciones¹³ del equipo Territorialista son las siguientes: Propiciar y mantener una articulación permanente con las Unidades de Desarrollo Local de los Municipios y demás organismos públicos de fomento, así como también asociaciones gremiales y empresariales.
- Visualizar oportunidades de negocio, y apoyar la gestión de proyectos de especial y estratégico impacto en el desarrollo de cada uno de los ocho Territorios de La Región.

¹² .-Los 8 territorios son: Territorio Intercultural de Ríos y Mar, Territorio Araucanía Andina, Territorio Cautín Sur, Vergel Sur (Antiguo Malleco Norte), Territorio Araucanía Lacustre, Valle Araucanía, Valle Central, Nahuelbuta.

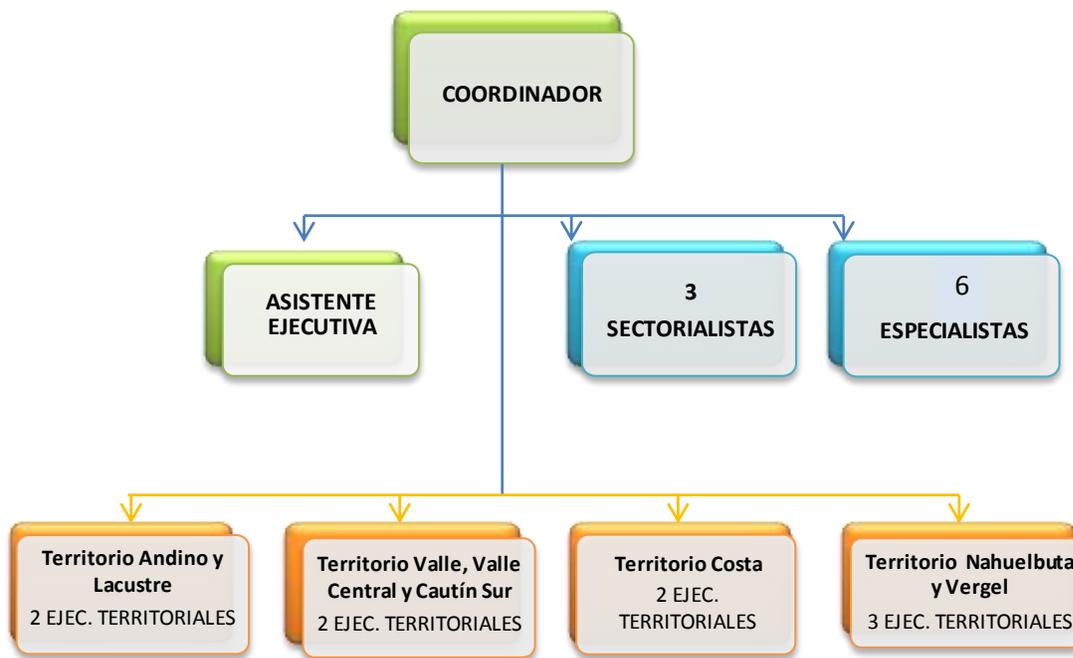
¹³ Información extraída de centronegocios.raucania7.cl

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- Coordinar con Sectorialistas y Especialistas del Centro de Negocios de La Araucanía, acciones clave en el diagnóstico y superación de brechas en grupos de emprendedores(as) y empresarios(as).
- Apoyar la difusión de programas y servicios tanto de SERCOTEC como de toda la Red de Fomento del Ministerio de Economía, llevando la información en terreno y directamente a emprendedores y agrupaciones de emprendedores y asociaciones de empresarios.
- Por último, se cuentan en esta novedosa organización, los Sectorialistas, que abarcan 3 sectores: Sector Agrícola – Agroindustria, Sector Comercio y Sector Turismo.

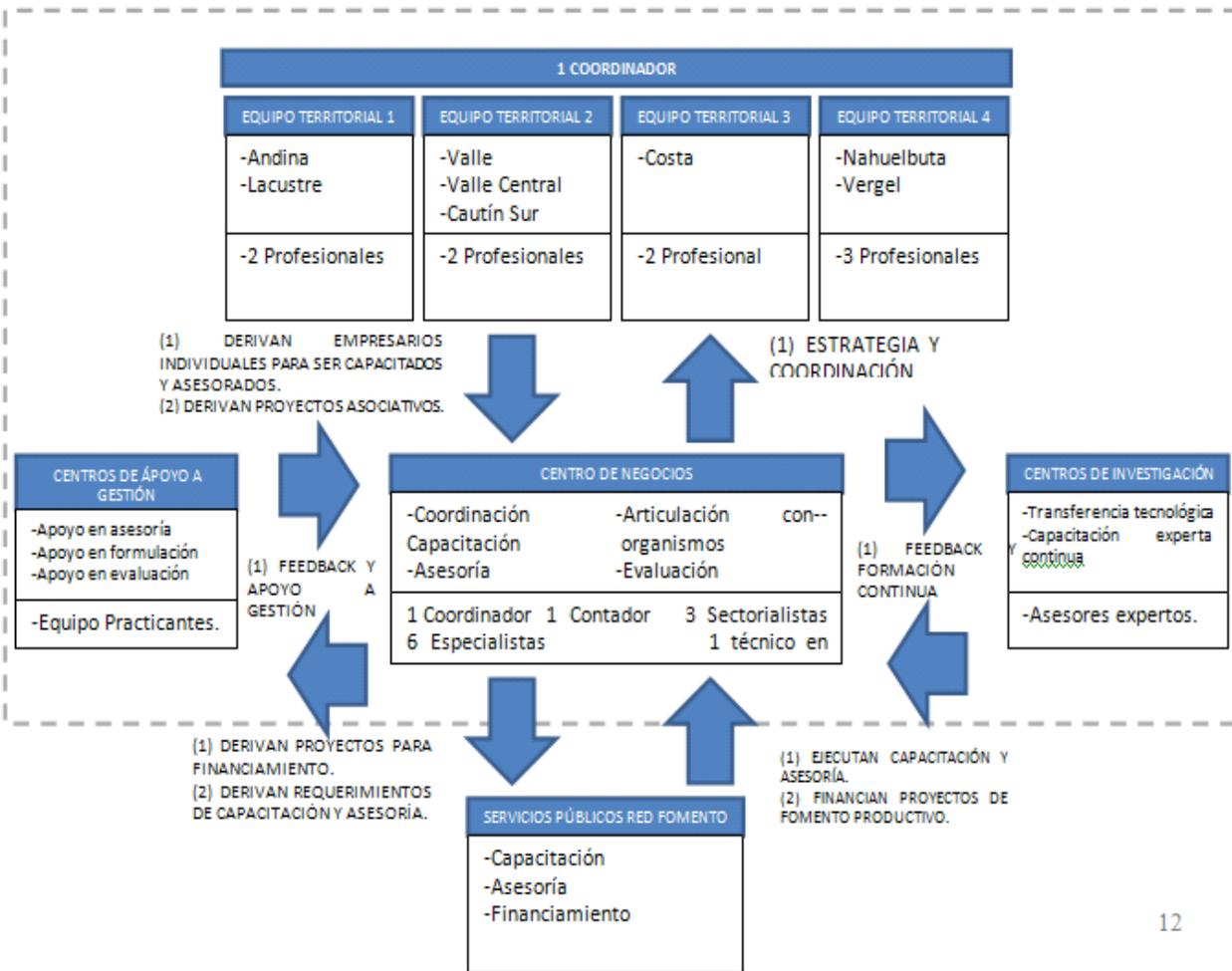
2.8.1.2. Organigrama

Ilustración 7: Organigrama Centro de Negocios



Fuente: Elaboración propia en base a datos entregados por coordinador Centro de Negocios.

Ilustración 8: Modelo Centro de Negocios



12

Fuente: Protocolo de Operación Centro de Negocios para el desarrollo Territorial SERCOTEC, 2012.

2.8.2. Funciones

Las funciones¹⁴ del Centro de Negocios son las siguientes:

- Entregar información a las personas, emprendedores y empresarios para que eficiente y coordinadamente puedan iniciar sus iniciativas de carácter productivo (trámites y gestiones).
- Diagnosticar beneficiarios (identificar y caracterizar).

¹⁴ Información extraída de Protocolo de Operación Centro de Negocios para el desarrollo Territorial SERCOTEC, 2012.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- Identificar brechas económico-productivas y de innovación de las MIPYMES asociadas al Centro de Negocios.
- Definir planes de acción que contengan líneas en asesoría, capacitación y desarrollo de negocios productivos y/o comerciales.
- Acompañar y asesorar a los emprendedores y empresas en su plan de negocio.
- Coordinar acciones que permitan la formulación y presentación de proyectos innovadores a líneas de financiamiento público.
- Generar las condiciones para el fortalecimiento de organizaciones productivas.

2.8.3. Flujo de Atención

El presente es el esquema propuesto por el Centro de Negocios para el flujo de atención de usuarios tanto por el personal del Centro de Negocios, como los territoriales (en terreno):

Ilustración 9: Flujo de Atención



Fuente: Presentación Directora Regional, SERCOTEC, “Modelo Centro de Negocios”.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

2.9. Metas 2012 del Centro de Negocios

Cobertura:

- 900 micro y pequeños empresarios y emprendedores son atendidos por el Centro de Negocios.
- 300 asesorías a partir de la oferta de los 15 Servicios del Programa de Servicios y Asesorías Empresariales.
- 400 empresarios y emprendedores son asesorados en la formulación de proyectos para el acceso a financiamiento.
- 80 organizaciones vinculadas a fuentes de financiamiento.
- 400 personas asisten a charlas de capacitación con una asistencia mínima del 80%.

Impacto:

- 150 emprendedores inician Actividades
- 50 empresas turísticas reciben asesoría para adjudicarse fondos o subsidios que les permitan mejorar su negocio.
- 150 empresas mejoran su gestión empresarial en aspectos de vinculación a acceso a mercado, profesionalización, diseño de nuevos productos o canales de comercialización.
- 150 empresas reciben asesoría para obtener los permisos sectoriales correspondientes a rubro.
- 50 organizaciones aumenta número de socios y/o número de servicios brindados a sus asociados.

2.10. Acercándose a las Mipymes

Las MIPES se caracterizan por su gran heterogeneidad, ya que, incorporan realidades empresariales muy distintas, que van desde el trabajador informal por cuenta propia hasta empresas de 10 o más trabajadores. Una de las principales características de dichas empresas ha sido su alta diversidad, la cual se evidencia, entre otros, por la participación en distintos sectores de actividad económica, distinto tamaño y diversas funciones de producción.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Están presentes en todas las actividades económicas, concentrándose especialmente en el sector terciario del comercio, restaurantes y hotelería, los servicios empresariales, personales y sociales y el transporte. En la agricultura, la industria manufacturera y la construcción están presentes en menor medida.

Según el Ministerio de Economía, existen diferentes criterios para clasificar las empresas, entre los que se encuentran el tamaño (a partir del número de trabajadores o ventas totales), según actividad económica, mediante la combinación entre ambas variables, entre otras clasificaciones. Cuando se clasifican por tamaño se utilizan cuatro segmentos, correspondientes a Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes empresas. Las tres primeras son conocidas también como Empresas de Menor Tamaño (EMT). En cuanto a esta clasificación se pueden agrupar en siglas como MIPYME y PYME que significa “Micro, pequeña y mediana empresa” y “Pequeña y mediana empresa”, respectivamente.

En Chile, hasta el año 2009, el criterio de segmentación por tamaño más usado era el criterio de ventas anuales. A partir de 2010, con la promulgación de la Ley 20.416, conocida como Estatuto PYME, se formaliza dicho criterio de segmentación, considerando los ingresos por ventas anuales netas de IVA y otros impuestos específicos. Para efectos de análisis, también se utilizan otros criterios de segmentación por tamaño, entre ellos, el número de trabajadores. En cuanto a la clasificación por actividad económica, el criterio más utilizado corresponde al Clasificador Industrial Internacional Uniforme Revisión 3 (CIIU Rev. 3).

Una manera de observar la clasificación de empresas según tamaño por ventas anuales es la que muestra el Ministerio de economía, el cual presenta esta clasificación en Unidad de Fomento (UF). Tal como se muestra en la siguiente tabla. Esto implica que en términos de ventas anuales se define como MIPES a las empresas que se encuentran en el rango de ventas de hasta 25.000 UF.

Tabla 1: Clasificación de empresas según ventas anuales en UF.

Ventas anuales en UF	
Empresa grande	Más de 100.001 UF
Mediana	25.001 a 100.000 UF
Pequeña	2.401 a 25.000 UF
Micro	Menos de 2.400 UF

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Ministerio de economía.

Otra manera de observar la clasificación de empresas según tamaño por ventas anuales, es como lo indica el Servicio de Impuestos Internos (SII), el cual muestra la clasificación en Unidad Tributaria Mensual (UTM), en este caso, para el año 2011, una empresa clasifica como PYME cuando alcanza las 25.000 UF en ventas totales y/o posee ventas o ingresos anuales hasta las 15.000 UTM, tal como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 2: Clasificación de empresas según ventas anuales en UTM.

Clasificación Por Ventas anuales en UTM	
Grandes empresas	Ventas o ingresos superiores 60.000 UTM
Medianas empresas	Entre 15.000 UTM y 60.000 UTM
Pequeñas empresas	Entre 1.400 UTM y 15.000 UTM
Micro empresas	Ventas o ingresos inferiores a 1.400 UTM

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Servicios de Impuestos Internos (SII)

A partir de la información pública del Servicio de Impuestos Internos (SII) del año 2011, se entrega un panorama general sobre las empresas en la Región de la Araucanía el cual se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 3: Estadísticas de empresas en la Región de la Araucanía.

Estadísticas de empresas en la Región de la Araucanía año 2010-2011						
Segmento	Cantidad 2009	Cantidad 2010	Cantidad 2011	Variación 2010/2011	País Cantidad 2011	% Regional
Grandes	197	207	205	-2	14.875	0,27%
Medianas	574	642	656	14	24.663	0,86%
Pequeñas	5.701	6.046	6.438	392	159.253	8,43%
Micro	61.574	66.781	69.083	2.295	1.456.553	90,44%
TOTAL EMPRESAS	68.046	73.683	76.382	2.699	1.655.344	100%

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Servicios de Impuestos Internos (SII)

Tabla 4: Distribución del número de empresas formales según su tamaño, para la Región de la Araucanía, año 2008.

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS FORMALES SEGÚN SU TAMAÑO, PARA LA REGIÓN DE LA ARACANÍA, AÑO 2008								
Micro	Pequeña	MYPE	%	Mediana	Grande	Mediana y Grande	%	Total
31.276	5.170	36.446	5,06	553	182	735	2,4	37.181

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Servicios de Impuestos Internos (SII)

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Dichas estadísticas revelan que para el año 2011, existían en Chile 1.655.344 empresas formales. Para la Región de la Araucanía, 75.521 corresponden a MIPYE para ese mismo año, las que representan en su conjunto un 98,87% del sector formal, para la región.

Se debe tener presente que la cifra mencionada anteriormente corresponde al número total de empresas que mantienen registros vigentes en el SII. Por tanto, esta cifra no incluye a las más de 805 mil microempresas informales que existen en Chile, es decir, aquellas empresas generalmente muy pequeñas, que no han realizado inicio formal de actividades (OIT y SERCOTEC, 2010).

Y tal como se puede apreciar, en estos últimos años la cantidad de empresas formales ha aumentado significativamente. Con mayor énfasis lo hicieron las Pymes entre los años 2008-2011, que aumentaron en un 45,27%. Estos datos dan cuenta de la importancia de este segmento de empresas. En cuanto a las exportaciones de las Pymes y según la Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE) del Ministerio de Economía del año 2009, un estudio con una muestra efectiva de 10.261 unidades productivas que se realizó en los años 2007 y 2008, el 4% de las micro y el 15% de las pequeñas empresas exportaron directa o indirectamente.

Si se clasifican las empresas según la actividad económica que realizan, se observa que el rubro con más empresas es “Comercio al por Mayor y Menor”, el cual concentra el 34% del total de las empresas del país, seguido de bastante de lejos con un 12% por la actividad “Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler”, “Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones” con un 10% y “Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura” con un 9%.

En algunos sectores la gran mayoría de las empresas son grandes, mientras que en otros predominan las pymes. Por ejemplo, el 84% de las plantas que fabrican aceite y grasas vegetales son grandes, y la proporción es similar en las bebidas malteadas (89%), la refinación de azúcar (83%), la fabricación de resinas sintéticas (71%), la industria básica del cobre (78%) o la fabricación de cemento y yeso (75%)

son medianas o grandes empresas. En otros, sectores por el contrario, la mayoría de las empresas son Pymes¹⁵.

Según el Informe “La situación de la Micro y Pequeña empresa en Chile” (OIT y SERCOTEC, 2010), en Chile existen más de 1,5 millones de micro y pequeñas empresas incluidos los trabajadores por cuenta propia, las que proveen el 58% de la ocupación privada¹⁶ y son responsables de un 7,8% de las ventas totales del país. Por su equilibrada distribución a lo largo del país, las MIPES juegan un rol importante en el desarrollo económico regional por ello, el gran desafío en el desarrollo del potencial económico de este sector consiste en mejorar entre otros aspectos, su productividad, competitividad y calidad de trabajo.

La mayor facilidad para emprender se ve reflejada en que las empresas creadas durante 2011, aumentaron 31,7% con respecto a 2010 y 50,3% con respecto a 2009.

Como se mencionó anteriormente, otra forma de clasificar las empresas es por el tamaño de estas según su número de trabajadores. Tal como se muestra en el siguiente cuadro a continuación:

Tabla 5: Clasificación según número de Ocupados.

Clasificación según número de Ocupados	
Grande	Más de 200 trabajadores
Mediana	Entre 50-199 trabajadores
Pequeña	Entre 10 y 49 trabajadores
Micro	Entre 1 y 9 Trabajadores

Fuente: Elaboración propia sobre la base Encuesta CASEN 2006

¹⁵ Datos de: <http://www.economia.gob.cl/estudios-y-encuestas/encuestas/panorama-empresas/> (ratificar con datos plan Araucanía 7 o SII para la región)

¹⁶ Para llegar a esta cifra queda excluido de la ocupación privada, el servicio doméstico.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.9.1. Las MIPES y su necesidad de apoyo

Parte de la importancia de las pequeñas y medianas empresas radica en su contribución a mejorar resultados económicos insatisfactorios en cuanto a creación de empleo y distribución del ingreso. Esto debido a la experiencia en otros países, la que muestra el rol especial que cumple este sector en generar un gran número de empleos con renta adecuada. Para poder aprovechar este potencial la lógica económica reafirma que será necesario un fuerte y coherente apoyo.

En cuanto a su contribución al empleo, esto radica en que las curvas de demanda de mano de obra de las empresas más grandes y modernas son menos elásticas debido a que en las empresas que utilizan tecnologías modernas la productividad del trabajo es muy alta para los pocos trabajadores que complementan una cantidad de capital provista. Como necesitan unos pocos trabajadores, la curva cae drásticamente. Aunque estas empresas pueden pagar muy bien (con un salario de equilibrio bastante alto) a unos pocos trabajadores, no les interesa contratar muchos más. En resumen, la mayoría de las empresas de tecnología mediana se ubican también en el rango de empresas de mediano tamaño (Berry, 1998).

La mayoría de las empresas grandes se iniciaron como empresas relativamente pequeñas, por lo tanto, la gestión de las empresas medianas y pequeñas en los primeros años de vida será relevante en la formación de las grandes empresas (Berry, 1998).

Otra característica relevante de las Pymes es el dinamismo o la alta tasa de creación de empresas. Entre los años 1999-2006 la tasa de creación en microempresas para Chile, fue de 15% en promedio; en la pequeña, de 4,5%; y en la grande, de 1,3%. Por su parte, la tasa de salida fue de 12%, 2% y 1%, respectivamente, lo que claramente deja un saldo bastante positivo para la MIPE (OIT- SERCOTEC, 2010).

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Mientras que para los años 2009 y 2011 aumentaron en un 12,3% el número de empresas, correspondiente a la creación de 8.336 nuevas empresas para la Araucanía. Lo que corresponde a un aumento del 12,2% para las Microempresas, un 12,9% para las Pequeñas, un 14,3% para las medianas y un 4,1% para las Grandes empresas. Si para el año 2009 había 61.574 Microempresas, para el año 2011 el número llegó a 69.083, es decir, 7.509 empresas más. (SII Araucanía, reporte comparativo Julio 2009-Julio 2011).

Otra característica relevante de las pymes en Chile¹⁷ es la concentración sectorial y regional (Bravo *et al.*, 2003). En efecto, en términos de número de empresas y de ventas las pymes concentran su actividad en comercio, industria y servicios. Asimismo, se indica que la importancia de las pymes en el total de ventas por regiones es menor en la Región Metropolitana que en las otras regiones del país.

Presentan dos tipos de conductas innovativas distintas: primero, las grandes firmas que explotan recursos naturales operan en la frontera tecnológica de la economía mundial, la que mantienen en base a la adquisición de tecnología extranjera, incorporada en bienes de capital; y, segundo, las pymes enfocadas a lograr mejoras técnicas menores, que por lo general operan en los mercados locales, sin gran exigencia de encarar esfuerzos de I&D.

La característica central del conjunto de las pymes, frecuentemente resaltado en el debate nacional sobre políticas públicas, es que genera la mayoría de los puestos de trabajo en Chile (cerca del 50% del empleo nacional según Bravo *et al.*, (2003)). Para muchos autores esto último es lo que las hace merecedoras de un tratamiento especial en el marco de la política económica.

Esto recalca que existen políticas públicas formales de fomento para la innovación desde inicios de la década de 1990. Si bien, como se verá más adelante, se han producido avances importantes en materia de institucionalidad pública, el desempeño innovador nacional sigue alejado del nivel alcanzado por los países más destacados en materia de innovación. Ello constituye una paradoja profunda, que ha dado pie a un extenso debate en el curso de los últimos años (Katz y Zamorano, 2011).

¹⁷ *Lo que no ocurre en la Región de la Araucanía, donde la actividad económica es muy diversificada.*

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

En general, con políticas de apoyo adecuadas, las micro, pequeñas y medianas empresas pueden contribuir a elevar la productividad, complementar las economías de escala de las grandes empresas, aportar en la creación de clusters en determinados sectores y reducir la desigualdad social y la pobreza.

Si bien en los últimos diez años ha aumentado la preocupación por las pymes, dada la importancia clave de estas en el mundo empresarial, se requiere multiplicar estos esfuerzos para romper el círculo vicioso de baja productividad y escasa competitividad en el que se encuentran.

Es necesario que las políticas públicas nazcan y se apliquen en un marco de consideración con la realidad en que se vive y que estas maduren, con el fin de ser más sostenidas en el tiempo, y a la vez que sean más flexibles¹⁸ para adaptarse a los cambiantes entornos externos que afectan a estas empresas (OCDE – CEPAL, 2012).

Las Pymes destacan como uno de los sectores de la economía que tradicionalmente han sido sujeto de programas especiales de apoyo por parte del Gobierno (Álvarez y Crespi, 2011). En este contexto, los países deben construir las capacidades institucionales que hacen falta para la ejecución de los programas e iniciativas. Por ejemplo, entre los años 2007-2010 el Gobierno asignó al “Plan Chile Emprende Contigo” recursos presupuestarios nuevos por US\$ 620 millones de apoyo a las EMT, en diversas líneas de aporte, como Financiamiento, Emprendimiento, innovación, capacitación, Acceso y Perfeccionamiento de Mercado (OIT - SERCOTEC, 2010).

Además, en el período 2005-2009 entre 49% y 59% de los recursos para el fomento productivo fue destinado a la micro y pequeña empresa y el año 2009 el sector público puso a disposición de las empresas 407.844 millones de pesos representando el 2% del total del Gasto Público (Ley presupuesto del sector público, 2009).

¹⁸ *Dada la extrema heterogeneidad de estas empresas, ya que abarcan un gran abanico que va desde microempresas de supervivencia hasta empresas modernas y abastecedoras de grandes empresas dedicadas al mercado internacional.*

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

¿Pero cuál es la justificación a esta creciente ayuda a las pymes?, según el informe *Perspectivas económicas de América Latina 2013*, la justificación radica en que así como existen gran variedad de pymes, a esto va acompañado a una gran diversidad de problemas que enfrentarían las Pymes y que el Estado en su rol de regulador debe brindar apoyo.

Debe existir coordinación entre instituciones y programas, pues la multiplicidad de instituciones públicas involucradas en el diseño y aplicación de las políticas genera problemas de coordinación en las intervenciones. Estos son más complejos cuando la principal agencia responsable carece de capacidades, rango y recursos para ejercer un papel de liderazgo. Desafortunadamente, tal pareciera ser la situación prevaleciente en América Latina.

El escenario es todavía más complejo cuando la aplicación de los programas se efectúa a través de sistemas de segundo o tercer piso¹⁹. En estos casos, es necesario involucrar a un conjunto de agentes intermediarios (a veces generados por los mismos programas) que requieren elevada capacidad de control y certificación por parte de las agencias públicas. En especial, necesitan de coordinación para garantizar la coherencia entre los objetivos generales de las políticas, los resultados obtenidos y los beneficiarios efectivamente alcanzados. Los problemas son resultado de la falta (o escasa definición) de una visión integral de las políticas, en el que los programas e instrumentos estén efectivamente coordinados y articulados, con cierta complementariedad entre ellos.

Las pymes presentan problemas relacionados con la innovación, los recursos humanos, el capital y la asistencia técnica especializada, pero hay pocos esfuerzos para coordinar los instrumentos disponibles y maximizar el impacto sobre las empresas beneficiarias. La falta de visión integral y articulación institucional se refleja también en la duplicidad de instrumentos. En más de un país de la región, por ejemplo, existen varios programas para promover experiencias asociativas entre pymes dependientes de distintos ministerios (economía, relaciones exteriores, interior y otros), que se desarrollan con objetivos y metodologías diferentes y desconectadas entre sí.

¹⁹ *Este fenómeno se ve aplicado en Chile por la gran cantidad de consultoras que trabajan para/con el servicio público.*
“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Si bien la heterogeneidad empresarial, sectorial y geográfica del universo de las pymes justifica, en parte, el gran número de programas existentes, se requiere de mucha coordinación entre estos esfuerzos. Esto ha llevado a la repetición, y hasta reiteración, de experiencias sin la correspondiente evaluación y, sobre todo, sin generar un aprendizaje que permita el rediseño y la adaptación. Todo esto conlleva fuertes costos de transacción para el acceso a información por parte de las empresas a esos programas (OCDE – CEPAL, 2012).

Problemas de las Pymes

Uno de los problemas que se destaca es la incapacidad de aprovechar las economías de escala, lo que explica los bajos niveles de productividad.

La situación financiera de la pymes

Es decir, la carencia de acceso a financiamiento para la inversión en capital, la falta de recursos para contar con capital humano calificado y la informalidad en los contratos con clientes y proveedores. (Álvarez y Crespi, 2011).

Por otro lado, el mejoramiento tecnológico es clave para el éxito permanente de las Pymes, en especial los fabricantes de productos transables.

En cuanto a las políticas desfavorables de acceso a financiamiento para las pymes, se cuentan la aplicación de diferenciales de interés de los préstamos según el tamaño de la empresa, la escasa participación de las pymes en el crédito al sector privado y la amplia utilización de proveedores y autofinanciamiento para obtener capital o llevar a cabo inversiones, estas dificultades de acceso al crédito para este tipo de agentes, que en caso extremo puede implicar el cierre de estas empresas.

La idea es buscar una mayor igualdad en el acceso a financiamiento. Pieza clave es en Chile la Red de Fomento Productivo, para el logro de este objetivo, ya que un acceso heterogéneo al financiamiento refuerza las desigualdades, creando un círculo vicioso que condena a estos pequeños segmentos productivos a una permanente vulnerabilidad y a un crecimiento ubicado por debajo de sus potencialidades (CEPAL, 2010).

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

La importancia de los problemas de las pymes para obtener financiamiento se refleja en la variedad de programas que se implementan para tratar de solucionarlos. Esto ocurre en muchos países, por no decir todos, y desde hace muchas décadas, ya que, este escaso desarrollo de los mecanismos de financiamiento reduce la tasa de nacimiento de empresas.

Los argumentos que suelen plantearse al problema de acceso al crédito para las pymes, se basan en la existencia de fallas en el funcionamiento de los mercados de créditos, principalmente por la insuficiente información con que cuentan los bancos para realizar evaluaciones de riesgo²⁰, en este contexto el sector público realiza un gran aporte en la búsqueda de la igualdad de acceso al crédito.

En este ámbito de acceso al crédito, existen controversias si la escasez de éste representa uno de los principales impedimentos para las medianas y pequeñas empresas o si la liberación financiera debilita a estas empresas. En lo que hay pocas dudas es que las PYMEs podrían crecer más eficientemente si tuvieran mejor acceso al crédito, pero no es tan claro para un sistema financiero que asigne dicho crédito a los usuarios “correctos”. Por otro lado, la experiencia indica que las empresas pequeñas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento cuando: predominan los bancos públicos, la banca privada es de capital nacional, existen instituciones más chicas y con mayor flexibilidad y se dispone de un banco nacional de desarrollo. (Ferraro y Goldstein, 2011).

La falta de información sobre los proyectos de las empresas, sus ventas, potencialidad de crecimiento y la inexistencia o escasa transparencia de los balances contables, hacen difícil la medición del riesgo de incobrabilidad por parte de las entidades financieras. Adicionalmente, los bancos alegan que incurren en deseconomías de escala en las evaluaciones de créditos a pymes, ya que se trata de numerosas operaciones de bajo monto.

²⁰ *La escasa disponibilidad de información y su distribución asimétrica confluyen en dos problemas: la “selección adversa” y el “riesgo moral”. El primero se relaciona con la dificultad de los oferentes de crédito para distinguir entre proyectos “buenos” (con una relación rentabilidad/riesgo aceptable) y “malos” (excesivamente riesgosos), con la posibilidad de que el financiamiento se concentre en estos últimos, por su alta rentabilidad. El problema del “riesgo moral” se vincula a las dificultades para proveer incentivos en forma adecuada y una distribución eficiente del riesgo (Bleger y Rozenwurcel, 2000).*

Como resultado de la insuficiencia de información y de los riesgos atribuidos a estos créditos, las instituciones financieras imponen la presentación de garantías para cubrirse del riesgo y elevan las tasas de interés (Ferraro y Goldstein, 2011).

Por otro lado, el apoyo para educación y capacitación adecuadas es otro elemento importante en un sistema de apoyo eficiente para las Pymes, ya que, muchas veces estas no cuentan con los recursos necesarios para optar a estas agrupaciones de educación y capacitación, es por ello que en la actualidad muchos organismos públicos brindan apoyo en este ámbito con asesorías empresariales (Berry, 1998).

En este contexto debemos tener claro a que se les llama recursos públicos, según “La Situación de la micro y pequeña empresa en Chile (OIT y SERCOTEC, 2010)”. Los recursos públicos de fomento productivo son aquellos que el Estado destina para facilitar el proceso de creación de nuevas empresas y para que las empresas crezcan y generen productos y servicios de valor económico”

En Chile existe una Red de Fomento Productivo que está formada por las diferentes instituciones públicas que disponen de servicios e instrumentos para fomentar y apoyar la creación y el desarrollo de las empresas del país, especialmente aquellas de menor tamaño. La Red de Fomento Productivo es coordinada por el Ministerio de Economía y está integrada por 22 instituciones públicas que ofrecen servicios e instrumentos de apoyo para todas las áreas productivas a lo largo del país, entre las que se cuenta, FOSIS, SERCOTEC, CORFO, INDAP, SENCE, Pro Chile, CONADI, SERNAM, SAG, entre otras.

Mejorar la calidad del trabajo en la micro y pequeña empresas sigue siendo un gran desafío. La baja calificación del capital humano, la informalidad, la baja cobertura de la seguridad social y los bajos ingresos en este segmento del sector productivo son inconvenientes constantes, sobre todo éste último, ya que, el mejoramiento de la competitividad y la inserción en los mercados, a su vez contribuirían al mejoramiento de la calidad del empleo.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

2.9.2. Intervención del Estado como mecanismo para corregir fallas de mercado

Lo importante para el gobierno es no hacer las cosas que individuos están haciendo ya y hacerlas un poco mejor o un poco peor, sino hacer las cosas que no se hacen en absoluto. (JM Keynes, "The End of Laissez-Faire").

Uno de los papeles del Estado en la economía es procurar la eficiencia económica, ya que el mercado en ocasiones no asigna los recursos eficientemente y en esos casos el Estado puede mejorar los resultados económicos (Larroulet y Mochón, 1995).

Por ejemplo, el mercado falla en asignar los recursos cuando existen bienes públicos (los cuales se caracterizan por dos propiedades: la no rivalidad y no exclusión, que hace que el sector privado no esté interesado en proveer esos bienes que son muy necesarios), cuando existen formas imperfectas de organización del mercado (monopolio, oligopolio, etc.), externalidades, información imperfecta y otras fallas.

Las fallas de mercado llevan a que los equilibrios no sean óptimos o eficientes en el sentido de Pareto. Esto lleva a que se abran posibilidades para que opere un agente regulador, en este caso el Estado, ya que, si se deja actuar libremente al mercado, no se alcanzarán resultados eficientes (Rossi y Rossi, 2010).

Para el logro del bienestar de la sociedad se hace indispensable la intervención pública, que en definitiva es por la corrección de múltiples fallas del mercado. Aquí, en el apoyo a las pymes, las fallas que se aplican notoriamente son: bienes públicos, ya que, el Estado debe encargarse de la provisión directa de estos bienes públicos puros donde se beneficia a todos y no es posible excluir a nadie de esos beneficios, (como por ejemplo, la defensa nacional, el alumbrado público, etc.), ya que, el sector privado no tiene incentivos para hacerlo y si lo hace, en algunos casos son insuficientes y por lo tanto deben ser suministrados por el Estado, es también lo que ocurre aquí con los subsidios y programas que ofrecen gratuitamente las instituciones de fomento, también se encuentra la información imperfecta con la que cuentan las personas y por sobre todo equidad, ya que, esta es parte de la confianza a los organismos públicos (Stiglitz, 2000).

"Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios"

En este proceso de intervención son necesarios muchos actores, los que utilizan recursos para mejorar la situación de los mercados. Es por ello que el Estado debe realizar una evaluación social, a través de un análisis positivo tomando en cuenta aspectos empíricos cuantificables, por medio de análisis estadísticos, tratando de que el bienestar de la sociedad sea mayor después de dicha intervención. De esa forma se justifica que la intervención del Estado es mejor que el resultado del libre mercado. Pero la intervención pública también tiene fallas, como los problemas en la elección pública o del Estado como consumidor, los problemas del Estado como productor, corrupción, presión de grupos de poder y la excesiva burocracia que muchas veces limita el éxito de esos procesos. Es por ello que se requiere un constante seguimiento a la gestión estatal para constatar que los recursos públicos están siendo bien empleados (Stiglitz, 2000).

Mientras en el mercado las decisiones de los agentes son voluntarias, las intervenciones del Estado en general son de carácter obligatorio para los agentes involucrados (Hirshleifer, 2000). En este sentido, las organizaciones estatales, al realizar intervenciones obligatorias con presupuestos públicos asignados legalmente, tienen pocos incentivos para maximizar la productividad de las actividades que realizan. En ese contexto, las conductas burocráticas se condicionan a dicho efecto, en la medida que al no poder cobrar por un aumento de eficacia, maximizan con otros elementos dentro de la actividad estatal, tales como prestigio, tamaño de los presupuestos, etc. (Stiglitz, 2000).

De cierto modo, saber si los usuarios del sector público están conformes o no con el servicio prestado aporta a ratificar o rechazar la idea de que el sector privado está cada vez provisionando más de bienes y servicios de los cuales hace unas décadas fueron considerados adecuadamente en el ámbito del sector público. Esto tiene varias razones, entre ellas, es que el sector público tiende a utilizar los fondos de forma menos eficiente que el sector privado cuando participan en actividades orientadas al mercado, además, los cambios tecnológicos están haciendo posible que haya competencia en los mercados que tradicionalmente han sido considerados monopolios naturales. Ante esto ¿Aún existe una justificación para el abastecimiento público de bienes y servicios, o el sector privado es el único proveedor?

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Al parecer, habría una razón para la participación del sector público siempre que el mercado no puede producir la cantidad socialmente deseable del bien o servicio. Sin embargo, el sector público debe ser el proveedor residual de los bienes, interviniendo sólo cuando el mercado no produce la cantidad socialmente óptima del bien o servicio.

Cuando un bien no cuenta con un precio asociado, los mercados no pueden asegurar que el bien sea producido y consumido en las cantidades apropiadas. En tales casos, la política del gobierno puede remediar la falla del mercado e incrementar el bienestar, tal como ocurre con la provisión directa de bienes públicos (como la defensa nacional, el alumbrado público, etc.).

Como se puede apreciar, la sociedad necesita un equilibrio y cooperación entre el sector público y el sector privado, ya que, dicha vinculación podría generar sinergia en el aumento del bienestar de la sociedad.

Ahora, el Estado en su rol proveedor de bienes o servicios necesita analizar qué falla(s) del mercado es (son) la(s) que trata de solucionar, que tipo de intervención es adecuada para garantizar que la cantidad óptima se produce. Hay que evaluar los costos y beneficios de la participación del gobierno y demostrar que los beneficios son probablemente mayores que los costos. No podemos asumir que las posibles burocracias del gobierno tendrán éxito donde los mercados fallan. Las intervenciones del gobierno, a menudo mal diseñadas e implementadas, pueden crear más problemas de los que resuelven, como las ya mencionadas fallas de la intervención pública.

Una manera de evaluar los beneficios que la intervención del gobierno produce en la sociedad es midiendo la satisfacción de sus usuarios respecto del servicio prestado, ya que, aunque estos no tienen un precio o tarifa explícita que deban pagar dichos usuarios, a través del pago de impuestos u otras contribuciones, los ciudadanos aportan y se sienten parte del sistema, muchas veces haciendo notar que están o que los beneficios que el Estado entrega son probablemente mayores que los costos, y que por lo tanto, la intervención pública es necesaria.

Inducir a las empresas públicas a maximizar el bienestar social es muy difícil, porque el bienestar social es difícil de medir y por lo tanto, también lo es el desempeño de los administradores de las

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

empresas públicas. A través del presente proyecto se buscará saber si este tipo de intervención pública, está obteniendo o no el impacto deseado en la región.

En general, como sostiene (Belli, 1997), para la intervención del gobierno, este debe primero identificar las deficiencias del mercado particular que impide que el sector privado de la cantidad socialmente óptima del bien o servicio. En segundo lugar, se debe seleccionar la intervención que mejore el bienestar de la sociedad y en tercer lugar, debe demostrar que la sociedad estará mejor como resultado de la participación del gobierno y mostrar que los beneficios serán mayores que el costo de estos. Es muy difícil determinar a simple vista qué tipo de intervención del gobierno es apropiada para una circunstancia particular o incluso a una clase de situaciones.

2.9.3. El estado en búsqueda de la modernización

La Modernización de la Gestión Pública se entiende como la incorporación de nuevos enfoques de índole empresarial, tales como Reingeniería, Benchmarking, Outsourcing, cuya finalidad ha sido la de superar la administración burocrática que caracterizaba a los países menos desarrollados (Orellana, 2002).

Pero, ¿Por qué modernizar el Estado? Entre las razones se destaca lo de potenciar el crecimiento económico y crear nuevas formas de participación ciudadana.

Otra razón por la cual se requiere modernizar el Estado es para fortalecer la capacidad del sector público como articulador de los esfuerzos por alcanzar igualdad de oportunidades y proveer satisfacción a múltiples demandas sociales, lograr eficacia y eficiencia en el logro del mayor bienestar social posible y la necesidad de adecuar las estructuras a las exigencias de un contexto cambiante y dinámico (Pérez, 2008).

El Estado, a través del gobierno de turno manifiesta periódicamente su afán por crear un Estado más moderno, y de fácil acceso, tal como se señala a continuación:

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

“Como Presidente trabajo con muchos servidores públicos honestos, capaces y con gran vocación. Pero ni el mejor de ellos puede entregar todo su aporte si trabaja en un Estado que fue diseñado en el siglo XIX, parchado en el siglo XX y que no responde a las necesidades y desafíos del siglo XXI. Y el problema no es el tamaño sino la calidad del Estado.... Estamos trabajando para modernizar nuestro Estado y ponerlo cien por ciento al servicio de nuestros ciudadanos.”(Presidente Sebastián Piñera, 21 de mayo de 2011)

Según el Informe de avance de la agenda de modernización del Estado, de la Unidad Presidencial de Gestión del Cumplimiento, División de Coordinación Interministerial, Ministerio Secretaría General de la Presidencia, de Septiembre 2012, los objetivos estratégicos de modernización del Estado son los siguientes:

- ❖ Mejorar la calidad de atención a los usuarios de servicios del Estado.
- ❖ Mejorar la eficiencia y efectividad el Estado.
- ❖ Generar mecanismos que permitan la progresiva descentralización administrativa, política y fiscal del país.
- ❖ Aumentar la transparencia, probidad y participación ciudadana en la gestión del Estado.
- ❖ Facilitar la innovación y el emprendimiento.

Para responder a los objetivos planteados, se incluye un conjunto de iniciativas que se agrupan en los siguientes ámbitos de acción:

- ❖ Servicio a las personas.
- ❖ Servicio a los emprendedores.
- ❖ Centro de gobierno, gestión estratégica y administrativa del Estado.
- ❖ Personas en el Estado.
- ❖ Gobierno electrónico.
- ❖ Institucionalidad del Estado.
- ❖ Descentralización del país.
- ❖ Transparencia, probidad y participación ciudadana.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

En Chile, existe una Unidad de Modernización del Estado y Gobierno Electrónico que trabaja en este ámbito. Como se puede apreciar, para conocer los resultados de estos objetivos estratégicos se requiere de la opinión y participación de los ciudadanos. Una manera de evaluar los beneficios que la intervención del gobierno produce en la sociedad es midiendo la satisfacción de sus usuarios respecto del servicio prestado. Para este y otros ámbitos en que el Estado desea mejorar, donde trata que la intervención sea lo mejor posible. Esto lo realiza principalmente por medio de encuestas²¹.

Pero las opciones de un ciudadano frente a un trámite o servicio público deficiente, o frente a un mal servidor público, tiene un costo asociado, pues la huida supone invertir recursos para irse con un proveedor privado; realizar un reclamo implica invertir tiempo, esfuerzo y tolerar molestias, o hasta riesgos; y la lealtad forzada equivale a soportar las deficiencias y a los malos servidores públicos que muchas veces existen en el país. Por ello, el Gobierno recoge y profundiza las necesidades en cuanto a acceso a la información, simplificación de trámites y calidad del servicio de atención a la ciudadanía. (Gobierno de Chile, 2009)

La modernización del Estado en cuanto a evaluación de la satisfacción del cliente en Chile, se ve reflejado principalmente en los servicios públicos de la Salud, donde se consulta con mayor frecuencia el grado de satisfacción con respecto al Servicio, Según la “Propuesta Metodológica para medir satisfacción en usuarios de consultorios públicos Agosto 2011” se ha intentado identificar cuales son las causales de la insatisfacción de los usuarios de ese sector, para así lograr un más alto índice de satisfacción, lo mismo debería ocurrir con las instituciones de Fomento Productivo y otras.

Como se mencionó anteriormente, en el contexto de modernización del Estado, una dimensión importante facilitar la innovación y el emprendimiento, para esto se utiliza el Índice de facilidad para hacer negocios, en el que Chile fue perdiendo competitividad hasta caer al puesto 49, pero a partir del 2010 el país volvió a mejorar para ubicarse en el puesto 39 el año 2012. Además, se muestra que se retomó el liderazgo en América Latina y el Caribe, que había sido perdido por la supremacía de Perú y México.

²¹ *Página ideas de modernización, del Gobierno de Chile, <http://ideas.modernizacion.gob.cl/>*

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

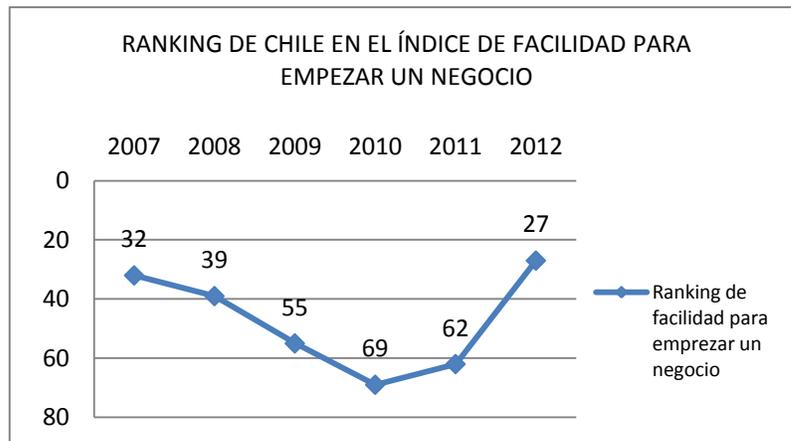
Ilustración 10: Ranking de Chile según el índice de facilidad para hacer negocios.



Fuente: Elaboración propia en base a Datos del Banco Mundial.

Un aspecto importante del ranking es la facilidad de empezar un negocio, esta se mide según el número de trámites necesarios, la duración de éstos y el costo asociado. El 2010 Chile estaba en el puesto 69 entre 183 países, en este aspecto y en solo dos años se logró avanzar 42 lugares para ubicarse dentro de los primeros 27 países donde es más fácil empezar un negocio.

Ilustración 11: Ranking de Chile según el índice de facilidad para Empezar un negocio.



Fuente: Elaboración propia en base a Datos del Banco Mundial.

Este avance en el ranking se explica principalmente por la disminución de días necesarios para crear una empresa, que luego de mantenerse estable en 27 días por varios años, bajó a tan sólo 7 días el año 2012 (ver en siguiente gráfico), este avance contribuye a crear un Estado más flexible, moderno y basado en una gestión eficiente, participativa y transparente.

Ilustración 12: Número de días necesarios para empezar un negocio.



Fuente: Elaboración propia en base a Datos del Banco Mundial.

Esto fue logrado con la Ley N° 20.494 que agiliza trámites para el inicio de actividades de nuevas empresas. La ley se publicó el 27 de enero de 2011 en el Diario Oficial, en el discurso del 21 de mayo de 2010 se manifestó reducir a sólo 16 días los trámites necesarios para crear una nueva empresa, lo que fue superado ampliamente.

La modernización del Estado es una prioridad para Chile. No sólo tiene una importancia estratégica para el desarrollo del país y su inserción en el mundo globalizado, sino también es un factor esencial para la profundización de la democracia y la equidad (Gobierno de Chile, 2012).

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Dentro de los principales logros que el gobierno plantea se encuentran resumidos en los siguientes ámbitos:

Servicio a las personas:

Lanzamiento de ChileAtiende, que hasta Agosto del 2009 contaba con 149 sucursales que atendían más de 400 mil atenciones mensuales y que permite obtener múltiples servicios del Estado en un solo lugar. Además cuenta con un Call center integrado en el número único 101 y un portal web con cerca de 2.000 servicios y beneficios publicados.

Servicio a los emprendedores:

Según el Banco Mundial, los días necesarios para tramitar la creación de una empresa se redujeron en 74% (de 27 a 7 días), sumado a un proyecto de ley que pretende reducir esta cantidad a un día. La mayor facilidad para emprender se ve reflejada en que las empresas creadas durante 2011, aumentaron 31,7% con respecto a 2010 y 50,3% con respecto a 2009.

Además desde el lanzamiento del programa ChilePaga del Ministerio de Hacienda (en agosto de 2011), el tiempo promedio de pago de las facturas del Gobierno Central se ha reducido en 43%. Un 95% de estas se pagan dentro del plazo de 30 días.

Gobierno electrónico

Se ha fortalecido la interoperabilidad del Estado, aumentando de 5 a más de 40 instituciones y 100 servicios de información que permiten que los servicios públicos aprovechen la información que ya existe en el Estado y no les sea solicitada innecesariamente a los ciudadanos, este aspecto, es muy importante a incluir en las operaciones del Centro de Negocios. También se cuenta entre los avances de modernización que se está implementando el plan de digitalización de trámites “Chile sin papeleo”, con un instructivo, consulta ciudadana, herramientas de apoyo tecnológico a instituciones públicas y un plan de trabajo para digitalizar el 60% de los trámites al finalizar el 2013.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Transparencia, probidad y participación ciudadana en la función pública:

Aquí se cuenta la publicación voluntaria online de las declaraciones de patrimonio e intereses de 205 altos funcionarios públicos. Además del ingreso de Chile a la Alianza para Gobierno Abierto o Open Government Partnership (OGP), el cual es un acuerdo asociativo destinado a promover la adopción de políticas de participación ciudadana, lucha contra la corrupción, empoderamiento ciudadano y gobierno electrónico en cada uno de los Estados miembros y por último la publicación, en el sitio web www.gob.cl/cumplimiento, del avance en el cumplimiento de la agenda estratégica del gobierno.

2.9.4. Métodos de medición de satisfacción al cliente/usuario.

Por satisfacción del cliente se entiende las sensaciones de placer o decepción que tiene una persona al comparar el desempeño (o resultado) percibido de un producto con sus expectativas, el conocimiento que la empresa tiene de los clientes, sus sistemas de servicios y su capacidad de respuesta (Kotler, 2002).

Una de las mayores preocupaciones de las empresas actuales es conocer, de la manera más precisa posible, cuáles son las necesidades reales de los clientes y qué tan satisfechos están éstos con sus productos o servicios (Hayes, 2000).

La satisfacción del usuario es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento. La satisfacción del cliente/usuario puede influir en (Ministerio de Salud, Perú, 2002).

- El lugar al cual acuda para recibir atención.
- El hecho de que esté dispuesto a pagar o no por los servicios.
- El hecho de que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios.
- El hecho de que el usuario regrese o no regrese al prestador de servicios y
- El hecho de que el usuario recomiende o no recomiende los servicios a los demás.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Un aspecto importante para la satisfacción del cliente es facilitar el acceso de los clientes a la empresa, bien sea telefónicamente, por correo, etc., la valoración que hacen las personas, de poder conversar personalmente con alguien y lo imprescindible de dar un nivel rápido de respuesta, se dice que el correo se tiene que responder en un plazo máximo de dos días y las llamadas telefónicas antes de cuatro timbrados, ya que, el costo de este nivel de servicio es pequeño comparado con el costo de perder a sus clientes (Kotler, 2006).

La orientación a la satisfacción del cliente genera beneficios tangibles y cuantificables en una empresa e incluso de ella puede depender su sobrevivencia, ¿Pero cómo saber cuál es el grado de satisfacción del cliente? (ISMI – International Service Marketing Institute, 2002).

En países desarrollados y algunos en vías de desarrollo, el concepto de calidad percibida y satisfacción en la atención ha evolucionado en forma importante en el sentido de que actualmente no basta considerar tan solo el costo efectividad, costo utilidad y la calidad mirada desde la perspectiva del prestador del servicio, sino que se desarrolla un nuevo paradigma de calidad total que incorpora la opinión del usuario respecto de su satisfacción y calidad percibida en la atención, donde las empresas utilizan páginas web efectivas, y la mayoría ofrece servicios de venta cruzada²² capacitando a sus vendedores para ello, poseen sólidas bases de datos de clientes, contratan estratégicamente empleados de la competencia y las campañas publicitarias que realizan siempre dejan algo en la mente del cliente (Kotler, 2006).

Existen diversos métodos para conocer la opción de los clientes/usuarios, estos pueden ser por medio de información cuantitativa o cualitativa.

Entre la información *cuantitativa* se encuentran las quejas, entregas a tiempo, costos de fallas externas, cantidad de cambios de productos, demanda, información de servicios, información de competencia. Por otro lado, entre la información *cualitativa* se pueden mencionar, las encuestas, los estudios de sector e industria, organizaciones de consumidores, retroalimentación sobre el producto, entre otros. A continuación se detallan algunos métodos más utilizados:

²² *Un ejemplo de esto, es cuando un cliente compra un traje, y es inmediatamente dirigido por un vendedor a la sección de camisas, corbatas y zapatos, que podrían complementar la compra del primero.*

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

2.9.4.1. El sistema de quejas y reclamos

El tratamiento de los reclamos, generalmente se hace mediante la recolección de datos y el manual de procedimientos. La gestión de quejas, incluye la comunicación a unidades que pueden dar soluciones, carta de respuesta al reclamante, solución y registro de reclamos (Da Via, 2005). Según (Kotler, 2006) las quejas de los clientes pueden responder a una gran variedad de circunstancias: al cliente le resulta muy difícil obtener la información, los documentos (facturas, proyectos, etc.) no son correctos, el empleado es incompetente, entre otras. Esto resulta ser un riesgo de perder no sólo un cliente, ya que, cuando alguien se queja puede decírselo a diez personas que a su vez pueden difundir comentarios negativos sobre la empresa o institución. Es más, algunos estudios dicen que cuando alguien se queja y reciben una solución rápida, suelen terminar siendo más leales a la empresa que los que nunca se han quejado.

2.9.4.2. Las Encuestas

Esta es una fuente primaria de información que posibilita conocer características de una población o universo obteniendo información de una pequeña muestra, para obtener una imagen adecuada de las características de la población, empleando un procedimiento estandarizado que consiste en realizar una serie de preguntas iguales y por el mismo orden a cada uno de los individuos seleccionados de la muestra (Hernández *et al.*, 2010).

Un aspecto muy importante en el proceso de realización de una encuesta es el diseño del cuestionario²³. Este puede contener preguntas abiertas, cerradas, mixtas y dirigidas a objetos concretos en el desarrollo de la encuesta.

²³ El cuestionario es documento para obtener y registrar información a través de un listado de preguntas.

Existen varias herramientas analíticas de especial importancia para su aplicación en las encuestas de satisfacción en el sector público. Entre ellas se cuenta el análisis de los impulsores clave (Key driver analysis), el cual permite conocer qué servicios o cuáles de las dimensiones de un servicio que tienen más importancia para el ciudadano. Otra herramienta es la evaluación comparativa o benchmarking, que compara la satisfacción que existe entre indicadores de una misma organización, por ejemplo, una comuna, también se encuentra el análisis de importancia - valoración (importance- performance analysis), el cual permite obtener indicadores sobre atributos o servicios concretos a los cuales dirigir las mejoras, cambios en políticas, o asignación de recursos.

Algunas desventajas pueden ser su elevado costo en caso que se realice por correo postal, u otro medio que signifique un costo, sin embargo la encuesta telefónica resulta más conveniente y más rápida que por ejemplo ir a entrevistar a una persona (Canela, 2002).

Este será el método que se utilizará en la presente investigación, pues el modo telefónico presenta ventajas, además del bajo costo, como son la flexibilidad, agilidad, mucha información complementaria, mayor tasa de respuesta y mayor rapidez, como se explicará más adelante. En este ámbito también hay consideraciones a tomar en cuenta, como la fecha o época en que se deba aplicar, ya sea en la semana, mes, u hora del día, en este caso la preferencia es el horario de la mañana.

La encuesta telefónica se eligió, además, por la realidad a la cual se enfrenta la investigación, ya que, en este caso es la más eficiente²⁴ debido a la gran cantidad de personas potencialmente encuestadas, la restricción de tiempo en la cual se encuentra y los bajos niveles de educación que en general existen en la región de La Araucanía.

Este tipo de encuesta consiste en una entrevista vía telefónica con cada encuestado. Con este método se puede abarcar un gran número de personas en menos tiempo que la entrevista personal, sus costos suelen ser bajos y es de fácil administración.

²⁴ Debido a las restricciones mencionadas se dificulta realizar una entrevista por correo electrónico (Bajos niveles de alfabetización), una entrevista personal (restricción de tiempo), Grupos de Discusión y Observación Directa (gran cantidad de personas potencialmente encuestadas).

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Sin embargo, su principal desventaja es que el encuestador tiene un mínimo control sobre la entrevista, la que debe ser corta para no incomodar al encuestado, además de la ausencia del lenguaje corporal (Núñez, 2004).

Tal como se explicará en la encuesta por correo, para realizar una encuesta telefónica se parte de una lista, en este caso de teléfonos, y se selecciona una muestra. Una vez definida la muestra, se toma contacto con cada una de las personas, se realiza la entrevista y se registran las respuestas. Si no hay respuesta, se vuelve a llamar.

Cabe referirse a que se tomaron en consideración las recomendaciones que mencionan Hernández. *et al.* (2010) al momento de realizar la encuesta, como por ejemplo:

- Identificarse y recordarle al entrevistado el propósito del estudio.
- Asegurarse que es un buen momento para la comunicación.
- Asegurarse que se está hablando con la persona correcta (a la que iba dirigido el llamado telefónico).
- Indicar el tiempo que tomará la encuesta.
- Utilizar un cuestionario con preguntas mayoritariamente estructuradas (cerradas) y sencillas.
- Anotar casos de rechazos y las razones.
- Vocalizar correctamente y a la misma velocidad que el interlocutor.
- Simular las condiciones de aplicación.
- Establecer metas de comunicación por hora.
- Si se pretende grabar la entrevista, se debe preguntar al participante si esta de acuerdo (en este caso no se procedió a grabar).

La encuesta telefónica es más rápida y la tasa de respuesta es mayor. El cuestionario para una encuesta telefónica debe depurarse a fondo: pocas preguntas y sencillas, con la misma escala de respuesta para todas. Se debe prever que el encuestado será evasivo a una encuesta que sea muy larga. Hay que tener en cuenta la poca tolerancia de la gente a las encuestas telefónicas.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

En general, el número de preguntas a partir del cual una encuesta es “larga” es menor en las encuestas telefónicas que en las que se usa el correo.

Un problema clásico a tener en cuenta en las encuestas telefónicas es el llamado sesgo secuencial, que ocurre cuando se pide al encuestado que valore de 1 a 7 una serie de aspectos de un producto, y se le aclara que 1 significa “muy insatisfecho” y 7, “muy satisfecho”. Si la lista de aspectos que ha de valorar es larga, el encuestado olvidará el significado de los extremos 1 y 7 y valorará cada aspecto por referencia al anterior (un poco más o un poco menos).

Encuesta por correo electrónico

Otro tipo de encuesta es la que se realiza por correo electrónico. Para el desarrollo de una encuesta por correo se elabora una lista de direcciones, de la cual se extrae la muestra, luego se envía una carta de aviso a cada uno de los componentes de la muestra, pasado algunos días se envía el cuestionario, con una carta de presentación, la que es importante, porque puede estimular la respuesta. Una semana después aproximadamente se envía un recordatorio. Si no hay respuesta, puede haber un contacto posterior. Aquí se recomienda empezar por preguntas sencillas, mantener una mayoría de preguntas cerradas, y dejar espacio suficiente para la respuesta en las preguntas abiertas.

La principal ventaja de las encuestas por correo es su bajo costo, la ejecución es sencilla, y se puede trabajar con muestras grandes necesitando de pocas personas. Además, como no debe enfrentarse a un entrevistador, el encuestado se siente menos presionado. El principal inconveniente es la poca respuesta que tienen, porque no se puede presuponer que las personas que no responden tengan la misma opinión que las que sí lo hacen. Hay que dar, por lo tanto, todas las facilidades, e incentivar la respuesta. Otro inconveniente de la encuesta por correo es que es más lenta que otros métodos (por ejemplo, la encuesta telefónica). Cuando el encuestado representa a una organización, lo que sucede con frecuencia en las encuestas de satisfacción del cliente, especialmente en la industria, se procura controlar quién responde, que no siempre es la persona más adecuada.

Como incentivos para la respuesta a un cuestionario por escrito se puede sugerir:

- Convencer al encuestado del interés de la encuesta.
- Prometer el desarrollo de productos mejores.
- Ofrecer un obsequio.
- Comprometerse a enviar un resumen de los resultados a quienes contesten.

La encuesta por correo es recomendable cuando los resultados no se necesitan con urgencia y el presupuesto es bajo. No obstante, si la tasa de respuesta (porcentaje de cuestionarios respondidos) es baja, la información obtenida no es de mucha seguridad (Canela, 2002).

Es común encontrarse con que las encuestas por vía electrónica se han ido popularizando progresivamente. Donde en una encuesta típica por Internet, el cuestionario llega al cliente, por correo electrónico, o al visitar una página web. El cliente responde a las preguntas y envía las respuestas a una dirección de Internet, cabe mencionar que un aspecto a favor en una encuesta por correo es el atractivo del cuestionario.

2.9.4.3. Entrevista Personal

Esta técnica de investigación es donde las encuestas se realizan mediante entrevistas personales. Aquí hay dos variantes importantes, en cuanto a la selección de la muestra. Si existe una lista, se selecciona la muestra a partir de ella como en los casos anteriores, se establece contacto y se realiza la entrevista.

Por otro lado, la entrevista personal es la única solución en ciertas situaciones, por ejemplo, cuando el cuestionario es complejo, o cuando no hay base de datos de clientes. Tiene ciertas ventajas:

- Se puede saber quién responde a las cuestiones (en las encuestas por correo no siempre).
- Se obtiene una tasa de respuesta mayor que en las encuestas por correo, salvo en ciertas encuestas “por la calle”, en las que la mayoría de las personas van apresuradas y rechazan contestar.
- Se puede explicar las cuestiones al encuestado.
- Se puede insistir en la confidencialidad.

Sin embargo, las entrevistas personales tienen muchos inconvenientes, especialmente cuando se hacen según áreas. En primer lugar, hay dificultades para evaluar la no respuesta, y el control de los entrevistadores, sin el cual la selección de los encuestados puede ser muy subjetiva, es caro y requiere de un dificultoso trabajo luego de la entrevista para obtener resultados concretos, como, transcribir todo lo que se ha comentado. En general, este método es eficaz, pero como siempre todo depende del objetivo y las características de la empresa o institución que desea aplicar un método de consulta.

Este método se utiliza para recoger mayoritariamente información cualitativa, suele ser útil para recoger información acerca del funcionamiento de los servicios al realizarse en modo de conversación²⁵, donde el entrevistado se siente cómodo, lo que facilita la obtención de información, ya que, esta técnica permite profundizar la respuesta de la persona entrevistada, solicitando detalles de sus apreciaciones, teniendo en cuenta que el tiempo de la entrevista no debe ser extenso, para evitar incomodar al entrevistado.

Antes de la entrevista debe estudiarse la información que se posea de la persona entrevistada, definir el objetivo de la entrevista y confeccionar un esquema de esta para organizar la información, este debe seguir un proceso estructurado en forma lógica, como por ejemplo: Apertura, Cuerpo y Cierre.

²⁵ *La conversación puede ser gravada, siempre y cuando el entrevistado no se oponga.*

Al finalizar la entrevista es necesario, transcribir los apuntes (o el relato completo en caso que el entrevistado haya autorizado grabar la conversación), descartar la información innecesaria, ordenar y clasificar los datos en relación con el esquema planteado, separar hechos de opiniones y resaltar los más importantes (Cuellar *et al.*, 2009).

2.9.4.4. El cliente incógnito u observación directa

Este método consiste en que un evaluador se hace pasar por cliente o usuario de la empresa y simula una transacción para valorar los aspectos relacionados con la misma, generalmente a nivel de valoración del servicio. Esta técnica permite evaluar la atención al cliente, el trato con el personal y otros aspectos relacionados con el servicio, pero requiere un gran esfuerzo en definir las bases del estudio con el objeto de que las conclusiones no sean mal interpretadas entre el personal afectado (Campamá, 2005).

2.9.4.5. Focus Group.

Las reuniones de los grupos de trabajo, que, en el contexto de la investigación de mercado, se denominan “focus groups”, son similares a las entrevistas personales, pero en grupo. El grupo tiene siempre un moderador experto, y lo componen entre 8 a 12 personas y se pretende obtener información a través del debate espontáneo acerca de la percepción del servicio objeto de análisis. Es un método orientado a la generación de ideas partiendo de las apreciaciones de los participantes y en su aplicación se produce una retroalimentación a través de la conversación sobre diferentes percepciones del servicio. La duración de las sesiones no excede de una hora y media, y normalmente se solicita la autorización a los participantes, que serán personas anónimas.

El grupo ofrece la ventaja de la interacción entre los participantes, que permite obtener una información más rica y contrastada. No obstante, esta interacción debe ser controlada por el moderador, frenando las digresiones, las conversaciones paralelas y los cuchicheos, ya que, al estar formado por personas que no se conocen entre sí, se pueden crear situaciones de rechazo entre los participantes.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

También pueden surgir líderes dentro del grupo que intentan imponer sus planteamientos a los demás participantes, por lo que los conocimientos y habilidades del moderador del grupo son muy importantes. Finalmente, se puede decir que esta técnica puede ser eficaz, porque permite obtener información de buena calidad y detallada sobre el servicio. Los principales inconvenientes son la dificultad para tratar temas delicados y los problemas que surgen para reclutar al grupo, su costo y la complejidad de análisis (problemas logísticos y de agenda, sobre todo en el segmento alto de clientes) (Canela, 2002; Cuellar *et al.*, 2009).

En nuestro país también está cobrando relevancia medir la satisfacción de los usuarios respecto de la atención que reciben en los distintos servicios. En este contexto, se ha desarrollado una encuesta de opinión cuyo propósito es medir el grado de satisfacción de los usuarios que concurren al Centro de Negocios de SERCOTEC.

CAPÍTULO 3
METODOLOGÍA DE TRABAJO

CAPÍTULO 3 - METODOLOGÍA DE TRABAJO

Esta parte está enfocada, inicialmente, en la creación del método de medición de satisfacción elegido (encuesta telefónica). Luego se realiza un análisis de los resultados obtenidos para la medición de la calidad del servicio prestado, y por último se proponen posibles medidas para lograr solucionar potenciales falencias y resaltar los mejores resultados con el objetivo de seguir dichos ejemplos.

Para la evaluación de la Gestión del Centro de Negocios de la Araucanía, se realizaron visitas al lugar desde la oficina Regional de SERCOTEC, para conocer las instalaciones, materiales, personas y otros recursos con que cuentan, con la finalidad de tener una visión más amplia sobre el universo objetivo, además de solicitar bases de datos sobre el número de clientes atendidos y sus características. Se mantuvo permanente contacto con el antiguo y el nuevo Coordinador del Centro de Negocios, ya que, durante estos meses se originó un cambio de Jefatura. Todo esto, con el objetivo de realizar una completa apreciación de su funcionamiento, para posteriormente realizar una especie de auditoria externa.

Para el logro de la medición de satisfacción de los usuarios del Centro de Negocios se creó una encuesta desde cero²⁶, considerando los requerimientos que SERCOTEC solicita, los datos personales que se pretendía recabar, a lo que se le sumó una evaluación de la infraestructura, de los profesionales, del sitio web²⁷, de la calidad de los talleres o capacitaciones impartidas y satisfacción general del usuario con respecto al Servicio. Ello se resumió en 4 ítems:

1. Confirmación de Información Personal.
2. Perfil del Encuestado.
3. Perfil del Emprendimiento.
4. Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios.

²⁶ Tomando en cuenta como referencia distintos tipo de encuestas, tales como, Encuesta de satisfacción de tutoriales de SERCOTEC, Encuesta de satisfacción sobre emprendimiento digital, SERCOTEC, Encuesta de satisfacción Servicio atención, punto Mype, SERCOTEC, Encuesta de satisfacción de usuarios externos de Servicios de Salud, Instrumento de diagnostico para la selección sistema integrado de generación de ingresos, FOSIS, Gobierno de Chile.

²⁷ El Centro de Negocios se encuentra trabajando en un proyecto para la creación de una página web.

Lo anterior dio como resultado una encuesta de satisfacción de usuario²⁸ de 41 preguntas, la cual se aplicó de manera telefónica a 53 personas.

Dicha encuesta fue creada en una página web gratuita²⁹, y se llevó a cabo a través de llamadas telefónicas realizadas desde el Centro de Negocios a la muestra correspondiente.

Los cuestionarios propuestos fueron previamente validados con éxito para la medición de la satisfacción de los usuarios, donde además de revisar los rangos de respuesta, se realizó una encuesta piloto con una funcionaria del Punto Mype, SERCOTEC, instancia donde se corrigieron detalles para la aplicación de la encuesta definitiva.

Además, estos cuestionarios fueron revisados³⁰ en conjunto con la Coordinadora del Centro de Negocios, desde SERCOTEC, con la Ejecutiva de Fomento y con el Coordinador del Centro de Negocios.

3.1. Tipos de preguntas utilizadas

Al principio de la encuesta se añadió el tipo³¹ “Presentación; Texto descriptivo”, que se utilizó con el fin de incluir instrucciones de cumplimiento, el objetivo de la encuesta, los mensajes de agradecimiento final y otras aclaraciones en la encuesta.

Cabe mencionar que se realizó un análisis de cuales serían las preguntas pertinentes y útiles a considerar y que se consideraron la mayoría de las preguntas de tipo demografías para la caracterización de los encuestados.

²⁸ Véase encuesta completa que se encuentra en el Anexo nº 1 de este trabajo.

²⁹ La encuesta se creó en www.e-encuesta.com.

³⁰ Ximena Morales, Coordinadora Administrativa del Centro de Negocios desde SERCOTEC y Ejecutivo de Fomento. Angélica Parra, Ejecutiva de Fomento. Coordinador del Centro de Negocios, Luis Medina Booher.

³¹ Se utilizaron ambos tipos de preguntas; (8) preguntas abiertas y (33) preguntas cerradas y mixtas. Véase codificación de las preguntas que se encuentra en el anexo nº 2 de este trabajo.

3.1.2. Cuestionario de preguntas abiertas

Este tipo de pregunta se aplicó en menor proporción, debido a la dificultad de codificar, clasificar, y preparar el análisis, utilizándose sólo para conocer los sentimientos, opiniones y experiencias generales, ya que este formato abierto proporciona una amplia oportunidad de expresar las razones de sus ideas para quienes responden.

Entre los tipos de respuestas abiertas se utilizaron las siguientes:

- **“Texto explicativo”**: Donde el encuestado se expresa libremente en sus propias palabras, para preguntas como por ejemplo, ¿Tiene algún comentario o sugerencia?
- **“Respuesta abierta - Una línea”**: Este tipo de pregunta se utilizó para extraer información específica sobre datos personales, como correo electrónico, edad, etc., ya que, esta permite dar su propia respuesta al encuestado, tomando en cuenta que aquí no se puede predefinir las posibles opciones de respuesta y además es útil para obtener una respuesta espontánea del encuestado.

3.1.3. Cuestionario de preguntas cerradas y mixtas

Este formato de cuestionario cerrado se utilizó para obtener información sobre los hechos definidos y limitar las respuestas posibles del encuestado, forzándolo a que su opinión sobre temas importantes tome una posición y forma, pero con la dificultad de tener confeccionar la pregunta estudiosamente y que esta limita las respuestas. Entre las preguntas cerradas se utilizaron los siguientes tipos, dejando en algunas preguntas la opción complementaria de respuesta abierta (mixta):

- **“Una respuesta desplegable”**: Donde las opciones de respuesta se muestran en una lista desplegable y el encuestado puede seleccionar una sola opción entre las respuestas que se proponen. Se utilizó cuando las opciones de respuesta fueron excluyentes entre sí y existía un gran número de respuestas posibles, como lo que ocurre con la pregunta sobre la escolaridad alcanzada.
- Similar es lo que sucede con el formato **“Una respuesta vertical”** donde se selecciona una respuesta, las opciones de respuesta se muestran en formato vertical, para preguntas excluyentes entre sí, pero este tipo de pregunta permite añadir una opción abierta "otros" formando una

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

pregunta mixta, como por ejemplo cuando se pregunta si pertenece a una agrupación económica o social, donde las posibles respuestas son; *Si, No, y no sabe o no aplica*. Para este caso se utilizaron escalamientos de tipo Likert³², donde para cada afirmación se le pide al entrevistado que elija entre uno de las opciones y a estos se le asigna un valor numérico.

- **“Varias respuestas en formato vertical”**: Se utilizó para que el encuestado pudiera seleccionar varias respuestas entre las opciones que se proponen, considerando que las opciones de respuesta no sean excluyentes entre sí. Este tipo de pregunta permite añadir una opción abierta "otros", formándose así una pregunta mixta, este tipo de pregunta se aplicó, por ejemplo, para saber que tipo de asesoría solicitó al centro de negocios donde podría señalar más de una respuesta.
- **“Matriz - Una respuesta por fila”**: Se utilizó para la evaluación de la satisfacción en cuanto a la respuesta telefónica y sobre la percepción de la infraestructura tanto interna como externa, con el objetivo de evaluar distintos aspectos de un mismo asunto, facilitando la comparación entre los distintos aspectos a evaluar. Cada matriz estuvo compuesta por una serie de filas y de columnas, donde las filas representaba los aspectos a evaluar y las columnas constituían las opciones de respuesta.

Las opciones de respuesta fueron excluyentes entre sí, por lo que se marcó una sola opción para cada aspecto a evaluar (fila), en este caso el rango en cuanto a la infraestructura fue de “Bueno a Malo” y en el caso de la respuesta telefónica este fluctuó entre “Muy satisfecho a Muy insatisfecho”.

- **“Una respuesta horizontal”**

La idea era que el usuario pudiera seleccionar una sola opción en formato horizontal, entre las respuestas que se le proponen cuando las opciones de respuesta fueran excluyentes entre sí, considerando pocas opciones de respuesta, incluyendo opcionalmente la inclusión de la opción abierta "otros", se utilizó especialmente para las preguntas sobre nivel de satisfacción.

- **“Matriz escala numérica”**

Este tipo de pregunta se utilizó especialmente para la evaluación de los talleres o capacitaciones

³² *El escalamiento de Likert es un conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres o cinco o siete categorías. (Hernández. et al., 2010).*

realizadas, donde las filas representan los aspectos a evaluar y las columnas muestran la escala numérica, dando la opción de obtener la media aritmética de cada aspecto a evaluar facilitado su comparación. La escalas definida a conveniencia fue la comúnmente utilizada en Chile, oscilando entre 1 a 7 ayudando así a la comprensión de los encuestados.

3.2. Selección de la muestra

“La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta” (Hernández *et al.*, 2010).

Para seleccionar una muestra apropiada para la investigación, se realizaron los siguientes pasos. Primero se definió la unidad de análisis del caso, en este caso son personas sobre las cuales se recolectaran los datos, luego se delimitó la población, para saber efectivamente a cuanto asciende el universo de los casos.

Para esto fue necesario ordenar, filtrar y complementar la base de datos del Centro de Negocios obtenida a través del Coordinador del Centro.

Según lo mencionado por Hernández *et al.* (2010), la Muestra Probabilística representa un subgrupo de la población en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos, es decir, se realiza una selección aleatoria de las unidades de análisis, tal como se realizó en este caso.

Para calcular el tamaño de la muestra se cumplieron dos procedimientos. Por una parte, calcular un tamaño de la muestra³³ (n) que sea representativo de la población (N), y por otra parte seleccionar los casos para que al inicio todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos.

Para el cálculo de la muestra efectiva a encuestar se procedió a mejorar la base de datos recibida y a descontar de ella a quienes figuraban registradas con RUT y/o Nombre de persona jurídica, esto porque no se permite individualizar a la persona que hizo la consulta, o solicitó asesoría, o asistió a talleres, etc., por lo tanto no se puede encuestar individualmente, ya que, es imposible saber cual fue la impresión del servicio recibido de este “registro”. Puede haberse registrado como empresa, gremio,

³³ Como se indica en (Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P, 2010) se representará al tamaño de la Población con la letra mayúscula N y al tamaño de la Muestra con la letra minúscula n .

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

cooperativa, sindicato, etc., pero como no es útil para este estudio, ya que se busca la percepción personal sobre la calidad del servicio, entonces se descontaron de la base total (o universo posible a encuestar). Con esto a la base de datos se le descontaron 30 registros, quedando en 484 registros. Además por el tipo de encuesta (telefónica) se restaron a quienes al momento de la inscripción no registraron algún número telefónico. Por ese motivo se descontaron otras 78 personas, por lo que quedó la base de datos a 406 registros.

Algunos datos sobre la encuesta aplicada se detallan a continuación:

3.2.1. Ficha Técnica

Universo del estudio:

El universo general es de 513 personas, pero para efectos del cálculo de la muestra sólo se consideran³⁴ 406 personas.

Grupo Objetivo:

A nivel de personas usuarias del Centro de Negocios, desde su inicio a la fecha de solicitud de base de datos, de características bastante homogéneas, contempla hombres y mujeres de diversas edades, de variados niveles socioeconómicos, residentes en Chile en zonas rurales y urbanas.

Instrumento de medición:

Se utilizó una encuesta telefónica en base a un cuestionario estándar pre-estructurado, compuesto por preguntas cerradas, abiertas, mixtas y escalas de opinión.

Fecha de Campo:

Del 03 de Diciembre al 07 de Diciembre de 2012.

Selección muestral:

Cuantitativo probabilístico. La selección muestral se realizó con un procedimiento aleatorio utilizando la fórmula de Excel para selección de números aleatorios: “aleatorio. entre” desde una base de datos entregada por el Centro de Negocios de SERCOTEC.

Tamaño de la Muestra:

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

53 Casos (encuestas efectivas) para un 95% de nivel de confianza ($Z= 1,96$), considerando lo que comúnmente se utiliza para investigaciones sociales.

Margen de error estimado para muestra finita³⁵: 12,6 %.

Marco Muestral:

Está constituido por los antecedentes recopilados por personal del Centro de Negocios que se encuentran integrados en una base de datos en formato Excel.

La fórmula que se aplicó para el cálculo del tamaño de la muestra es la siguiente:

Ecuación 1: Fórmula calculo de la Muestra.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q} \quad (3.1)$$

Datos para el Cálculo de la muestra:

n= ¿? N=406 Z=1,96 p=0,5 q=0,5 e= 0,126

Donde n resultó corresponder a 53 personas.

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Población o universo³⁶.

Z= Nivel de confianza. (Asociada a “k”)

p³⁷= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra.

e= error muestral.

³⁴ El motivo de esta segmentación se explica en el párrafo de “Selección de la Muestra”

³⁵ Menos de 100.000 habitantes.

³⁶ Según (Hernández et al., 2010) la población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

³⁷ Donde las probabilidades a favor son p=50% y q=50%.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

CAPÍTULO 4

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

CAPÍTULO 4 - RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Cabe mencionar que la información recopilada en las encuestas de satisfacción ha sido consolidada mediante gráficos porcentuales y entregada al Coordinador del Centro de Negocios con el fin de proporcionar datos para el desarrollo de futuros indicadores de gestión que servirá de comparación con una próxima encuesta³⁸.

Después de aplicada la encuesta para la medición del nivel de satisfacción con respecto de la gestión realizada a la fecha por el Centro de Negocios, se debieron codificar los resultados, extrayendo de la página web donde se creó la encuesta todas las respuestas y generando una matriz de resultados que refleja las personas encuestadas (Filas) y por otro lado (columnas) el número de las preguntas.

Con esto se procedió a analizar las respuestas, dando como resultado la siguiente concentración de respuestas, donde mencionan los porcentajes más significativos:

³⁸ Esta encuesta por ser la primera que se aplica en el Centro de Negocios de SERCOTEC, carece de comparación con otra de las mismas características.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Tabla 6: Resumen de la Caracterización de los Usuarios

CARACTERÍSTICAS	SITUACIÓN	
EDAD PROMEDIO	La edad promedio es de 44 años ³⁹ .	
ZONA GEOGRÁFICA	Zona Rural (47%)	Zona Urbana (53%)
PERTENENCIA PUEBLO ORIGINARIO	Pertenece a algún pueblo originario. (21%)	NO pertenece a algún pueblo originario. (79%)
GÉNERO	(58%) hombres	(42%) mujeres
PERTENENCIA AGRUPACIÓN ECONÓMICA	Pertenece a alguna agrupación Económica o Social. (53%)	NO pertenece a alguna agrupación Económica o Social. (47%)
ESTADO CIVIL	Casado(a) (60,38%)	Soltero(a) (26,42%)
ESCOLARIDAD	Técnico o Universitario completo (43,40%)	Enseñanza Media completa (32,08%)
TIPO DE OCUPACIÓN	Trabajador por cuenta ⁴⁰ propia (45%)	Patrón o Empleador ⁴¹ (45%) (33,96%)
PROGRAMA JEFAS DE HOGAR SERNAM	SI Participa (18,19%)	NO Participa (81,81%)
COMUNAS	Temuco (28%)	Padre Las Casas, Villarrica, Pucón y Gorbea (8%)
ESTADO DE FORMALIZACIÓN	No tiene formalización (30%)	Sólo iniciación de actividades (45%)

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados de la encuesta aplicada.

³⁹ Un dato similar es el planteado por el centro de Microdatos de la Universidad de Chile, dice que un 29% de los emprendedores tienen entre 44 y 55 años para la Zona Sur.

⁴⁰ Cuenta propia: Es la persona que explota su propia empresa económica o que ejerce independientemente una profesión u oficio, pero no tiene ningún empleado a sueldo o salario.

⁴¹ Empleador: Es toda la persona que dirige su propia empresa económica o que ejerce independientemente una profesión u oficio y que tiene a uno o más empleados o trabajadores a los que remunera mediante un sueldo o salario.

A partir de la encuesta realizada y con relación al perfil del usuario atendido por el Centro de Negocios se puede mencionar que la mayoría de los empresarios o emprendedores que se atienden, son mayoritariamente hombres⁴² (58%), adultos, casados⁴³ y pertenecientes a zonas urbanas⁴³. Este dato muestra un perfil conservador de personas que buscan estabilidad como primera opción y crean un emprendimiento como su segunda vía de ingresos. La ubicación territorial se concentra fundamentalmente en la capital Regional y en las comunas de Padre Las Casas, Villarrica, Pucón, y Gorbea.

Esto da cuenta de una posible centralización de la información, la falta de difusión de la existencia del Centro y de que las personas que fueron “minorías” necesitan de más conocimientos de lo que realiza este centro y la necesidad de acercar la información a las zonas rurales considerando que esta es una región de alta ruralidad, también a las comunidades mapuches, a los jóvenes, las mujeres⁴⁴ y/o dueñas de casa, que muchas veces cuentan con buenas y ideas o tienen en funcionamiento un emprendimiento informal y carecen de los beneficios que podría brindarles la formalización de su emprendimiento, ya que, como se verá más adelante, según la presente encuesta, un alto porcentaje de emprendimientos no están formalizados. Situación similar muestra una encuesta realizada por el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile, en la Zona Sur un 74% de los emprendedores trabajan en situación de informalidad. Por otro lado, con el mecanismo creado por el Estado que exime a las Pymes del impuesto por sus utilidades reinvertidas y la nueva Ley de Quiebras, se ha dado impulso a la formalización, ya que, en dos años se han formalizado más de 100 mil nuevas empresas, duplicando la tasa histórica⁴⁵.

Como se puede observar de las 53 personas encuestadas, el 30% aún no posee formalización de su negocio, pero hay que considerar que de este porcentaje el 38% se dirigió a solicitar asesoría para formalizarse. También hay que tomar en consideración que un 45% de las personas consultadas poseen sólo iniciación de actividades, y de estos tomando en cuenta los emprendimientos que necesitan Resolución Sanitaria una pequeña minoría dice haber solicitado asesoría en esta área. No

⁴² Lo que coincide con la encuesta realizada por el centro de Microdatos de la Universidad de Chile, la cual indica que un 79% de los emprendedores en la Zona Sur son hombres.

⁴³ Aunque la brecha entre la zona urbana y rural no es muy amplia (7%).

⁴⁴ De las mujeres encuestadas sólo un 18% dice participar en programa jefas de Hogar del SERNAM.

⁴⁵ Sebastián Piñera, Mensaje Presidencial 21 de Mayo del 2012.

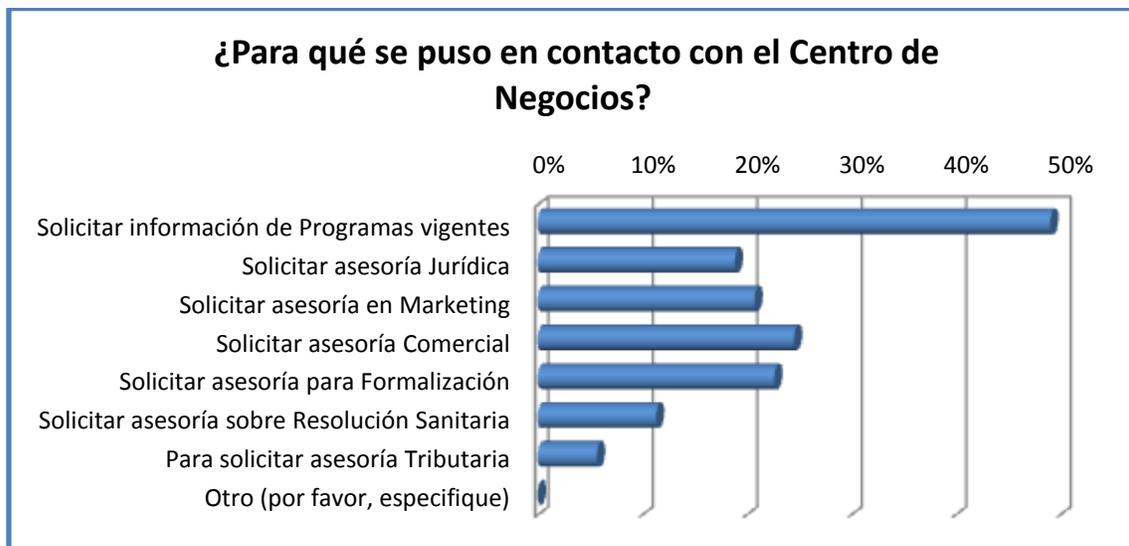
“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

es menor el antecedente que para postular a programas de SERCOTEC, es requisito poseer iniciación de actividades en primera o segunda categoría según corresponda. De esto se puede inferir que potencialmente las personas que aún no tienen formalización y solicitan asesoría para postulación a programas vigentes, un 13% de ellos podrían formalizarse en caso que concreten su postulación y adjudicación.

Cabe señalar que de las personas formalizadas, un 60% posee formalización en primera categoría, un 2% en segunda categoría y un 6% en ambas categorías.

El siguiente grafico muestra cual ha sido la información que más se ha solicitado al Centro de Negocios:

Ilustración 13: Tipo de Información Solicitada al Centro de Negocios



Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados de la encuesta aplicada.

En general, como se puede apreciar una gran mayoría de los encuestados consultó para solicitar información sobre programas vigentes (49%), seguido por un (25%) que solicitó asesoría comercial, luego un (23%) que solicitó asesoría para Formalización, un (21%) solicitó asesoría en Marketing y un

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

(19%) solicitó asesoría Jurídica. Llama la atención el bajo porcentaje que solicita asesoría tributaria (6%), ya que este es un tema complejo que muchas personas prefieren consultar con privados, o simplemente no saben que se ofrece este servicio en el ámbito público.

Por otra parte, esta encuesta deja en evidencia que el porcentaje de personas que se acerca a este servicio y pertenece a algún pueblo originario es relativamente bajo, pero se acerca a la realidad que se vive en nuestra región, tal como refleja el Plan Araucanía 7 donde se muestra que el segmento de población indígena, al estar ubicada mayoritariamente en las zonas rurales y carecer de tenencia legal en comunidades mapuche no les permitan acceder a los instrumentos del Estado. Esta puede ser una causa que les impide acceder a fondos y ayudas que faciliten la habilitación y puesta de algún tipo de emprendimiento, lo que refuerza la idea de generar más espacios para los emprendimientos que tienen como finalidad aportar a la conservación de la cultura originaria. Es más, según el Plan Araucanía 7, la meta es generar 600 emprendimientos indígenas apoyados. Para esto es necesaria una complementariedad entre lo urbano y lo rural y una red de vías que mejore la accesibilidad urbana y rural.

En cuanto a la edad, se puede apreciar que son muy pocos jóvenes, de ahí la inquietud de acercarse a las universidades, institutos o centros de formación técnica para dar a conocer sus servicios, como manera de difusión para familiares y conocidos de los mismos estudiantes y por supuesto como una forma de apoyo para nuevos emprendimientos de estos y así disminuir la desconfianza que se tiene sobre emprender un negocio. Sin embargo, como era de esperar, según el perfil que en la práctica dice atender SERCOTEC, la mayoría de las personas alcanza estudios técnicos/universitarios completos (43%) o estudios de enseñanza media completa (32%). Este último porcentaje de nivel educacional se acerca al 30% planteado para la Zona Sur por el Centro de Microdatos de la Universidad de Chile.

Llama la atención el alto porcentaje de usuarios que manifiesta pertenecer a alguna agrupación económica o social, lo que refleja la importancia que tiene la asociatividad como forma protección, estima, búsqueda de financiamiento y ayudas estatales. A modo de ejemplo del crecimiento de las asociaciones se muestra que según la Síntesis Económica Regional de Diciembre 2011, entre los años 2009 y 2011 han aumentado en un 6% la cantidad de Asociaciones gremiales en la Araucanía.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Prácticamente el 100% de las personas encuestadas tiene un emprendimiento⁴⁶/ negocio propio o espera tenerlo en un futuro próximo.

Con respecto al tipo de ocupación se cuenta el mismo porcentaje para trabajadores de cuenta propia (45%) y empleadores (45%), de estos últimos la mayoría dice tener entre 1 y 5 trabajadores, lo que da cuenta que el perfil de empresa al cual se llega es en su mayoría microempresas. Además, el 57% de las personas encuestadas dice no tener trabajadores a su cargo.

Relacionado con lo anterior es lo que respecta a la clasificación por ventas anuales, donde se refleja lo mismo que lo anteriormente señalado, pues más de un 65% corresponde a microempresas.

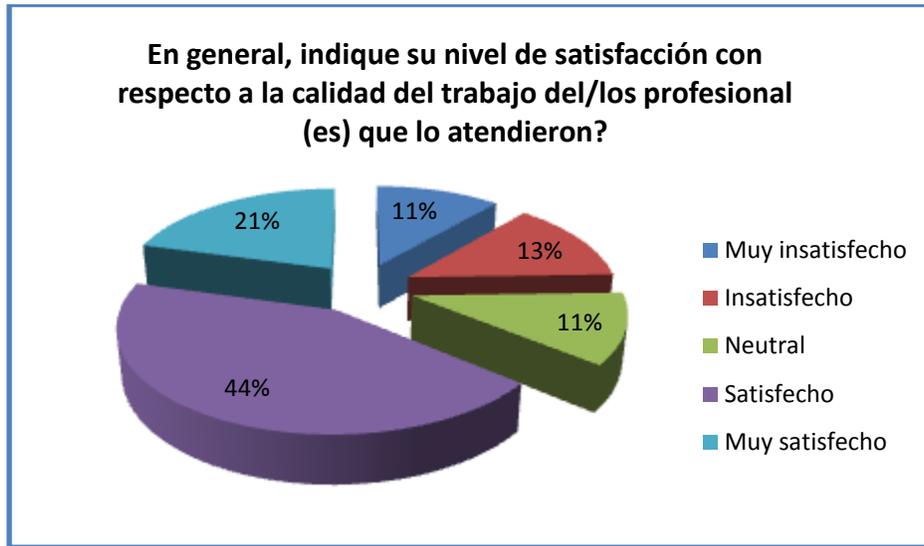
Muchas veces y tal como se vio en los fundamentos teóricos, la satisfacción con respecto a un servicio no se puede medir sólo por una categoría, ya que, son varios los aspectos que influyen en la percepción de un servicio, como si se debe pagar por ello, si el entorno es agradable y accesible, etc., pero lo central es que las personas que allí colaboran brinden un buen servicio, que el usuario se retira conforme con ello y que se logren los objetivos planteados, etc. Para ello debemos saber ¿Qué piensan los usuarios respecto de la información solicitada?, el presente gráfico muestra el grado de satisfacción con respecto al trabajo de los profesionales para responder a la información solicitada, el que indica que un 24% se encuentra insatisfecho⁴⁷ y un 65% dice sentirse satisfecho⁴⁸. Está claro que se debe trabajar en entregar un producto concreto al ciudadano, ya que, esto es lo que ellos más valoran.

⁴⁶ Véase anexo nº 3 sobre la respuesta de los tipos de emprendimientos o negocios.

⁴⁷ Insatisfecho; Tomando en cuenta los criterios “Insatisfecho” y “muy Insatisfecho”.

⁴⁸ Satisfecho; Tomando en cuenta los criterios “Satisfecho” y “muy Satisfecho”.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Ilustración 14: Grado de satisfacción con información de parte de los profesionales

Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados de la encuesta aplicada.

Respecto de la pregunta sobre la ubicación del centro de Negocios, y si creen que se encuentra accesible, las respuestas fueron 54% piensa que se encuentra accesible y un 46% piensa que no se encuentra accesible, donde la mayoría de las personas justifica esta respuesta diciendo que se encuentra muy lejos y que existe poca locomoción para llegar, en cambio las personas que dicen que es accesible dicen que al encontrarse relativamente apartado del centro, ayuda a la concentración y mejora el ambiente para hacer negocios, ya que existe menor ruido, y con respecto a los talleres se dice que hubo falta profundidad en los contenidos de las charlas.

Con respecto a la actividad económica predominante es “Industria de alimentos y bebidas” con un 40%. Y según una encuesta realizada por el Centro de Microdatos, Universidad de Chile, el 45% de los emprendimientos de la Zona Sur son del sector agrícola.

Asimismo, hay que destacar que el 70% nunca ha visitado el sitio web del centro de Negocios, y del porcentaje que sí lo ha hecho, la mayoría declara que es “regular” o “mala” la página web. La explicación, según las personas encuestadas, es que la información que contiene no está actualizada en cuanto a fechas de concursos, datos personales, de los Sectorialistas, territoriales, etc., para tomar

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

contacto con ellos, y que el sitio es poco amigable para buscar una información, realizar consultas, etc. Esto da cuenta del poco beneficio que se ha obtenido de este sitio web y que este no se ha utilizado como un medio de difusión (en este momento tan necesario) para un Servicio que está recién comenzando. En tanto, respecto del 30% que dice haber visitado el Centro de Negocios, un 31% lo evalúa como un buen sitio web⁴⁹. Por otro lado, un 38% lo evalúa como malo⁵⁰, mientras que un 31% toma una posición neutra.

De las sugerencias u opiniones recogidas dicen que el centro de negocios debe identificarse más como un servicio público dependiente de SERCOTEC⁵¹, ya que ante la falta de conocimiento sobre este nuevo tipo de servicio integral, se genera confusión en que si este es de naturaleza pública o privada, y al pensar que es de este último se crea la opinión que hay un costo monetario de por medio.

Con respecto a los talleres se dice que falta profundidad en los contenidos de las charlas. El promedio obtenido para los relatores es de 5,6 y para el taller en si, es un 5,5.

En cuanto al medio por el cual se entero, el usuario de la existencia del Centro se puede mencionar que un 4% se entero por medio de diario o revista, un 9% por búsqueda en internet/sitio web, nadie se entero por intermedio de radio o televisión ni redes sociales, un 23% se entero por medio de un familiar, amigo o contacto, un 21% lo hizo por intermedio de las Municipalidades, mientras que un 43% fue derivado de otras Instituciones de Fomento, concentrándose en los programas de SERCOTEC.

Cabe mencionar que un altísimo porcentaje (87%) se contactó con el centro de manera personal, seguido por un 8% que lo hizo por intermedio de los profesionales del Centro que realizaron charlas o talleres en su comuna.

Respecto de si recomendaría el Centro de Negocios a otras personas o empresas el 55% dice esta seguro que si lo haría, un 21% dice que probablemente lo recomendaría, un 11% dice que quizá lo haría, un 9% dice que quizás lo recomendaría y sólo un 4% esta seguro que no lo recomendaría.

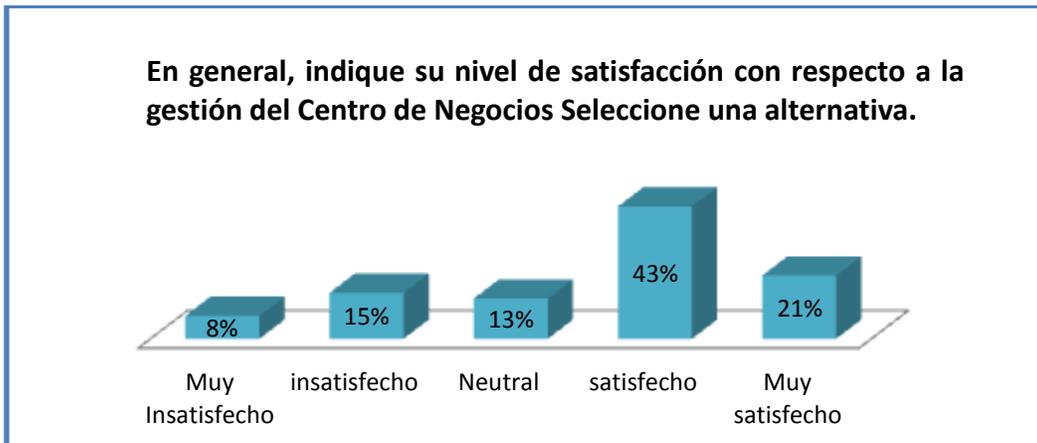
⁴⁹ Se dice "Buen" sitio web, considerando los criterios "Excelente" y "Muy buena"

⁵⁰ Sitio web "Malo" considerando los criterios "Regular" y "Malo"

⁵¹ Para de alguna manera beneficiarse con la confianza y el prestigio que este ha logrado obtener para/con sus usuarios.

Ahora bien, considerando la pregunta fundamental de esta encuesta, un 64% declara sentirse satisfecho⁵² en general, con la gestión realizada por el Centro de Negocios, mientras que el 23% de los encuestados declara estar insatisfecho⁵³. Luego, al contemplar a quienes dicen sentirse “neutral” (tomando en cuenta que las personas que responden esta opción, no logran sentirse satisfechos), esto suma 36%. Los resultados básicos se presentan en el siguiente gráfico:

Ilustración 15: Grado de Satisfacción con el Centro de Negocios



Fuente: Elaboración propia en base a datos recopilados de la encuesta aplicada.

¿Qué aspectos los hace sentir insatisfechos? ¿Cuáles son sus características? ¿Serán estas características manejables o innatas?

⁵² Satisfecho; Tomando en cuenta los criterios “Satisfecho” y “muy Satisfecho”.

⁵³ Insatisfecho; Tomando en cuenta los criterios “Insatisfecho” y “muy Insatisfecho”.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

De quienes señalaron sentirse insatisfechos se cumple el siguiente patrón:

- El 33% de ellos vive en la comuna de Temuco, mientras que el 25% vive en Villarrica y el 25% reside en Loncoche y el 17% vive en otras comunas de la Región mostrando la gran concentración de las personas en la capital regional.
- El 33% pertenece a un pueblo originario y 67% no pertenece a ningún pueblo originario, esto da luces de la oportunidad de enfocar algunos servicios específicos para los pueblos originarios de manera de brindarle un aspecto de interculturalidad.
- El 67% pertenece a una agrupación y el 33% no pertenece a una agrupación.
- El 67% vive en una zona urbana y el 33% vive en una zona rural, también se cumple con los resultados generales donde la mayoría de las personas viven en zona urbana.
- El promedio de edad de estas personas es de 47 años.
- La mayoría de las personas son casadas (58%)
- El 50% trabaja en forma independiente y el otro 50% lo hace como “patrón o empleador”
- De las personas que se declaran insatisfechas con el servicio del Centro de Negocios el 50% dice que el Centro de Negocios no se encuentra accesible. De aquí la mayoría dice que se encuentra “muy lejos”, otros que existe poca locomoción y no posee un acceso universal para discapacitados.
- Son hombres en su mayoría las personas insatisfechas (El 67% son hombres y el 33% son mujeres)
- Ellos clasifican sus ventas mensuales en un rango medio. Las personas que se sienten insatisfechas lo hacen con la información solicitada y también en forma global. Sin embargo, ellos separan el nivel de satisfacción de su experiencia con las que podrían tener otros, diciendo que a pesar de su insatisfacción, recomendarían el centro a otras personas o empresas.

Las personas que dicen sentirse muy satisfechas son hombres casi en un 100% , que clasifican sus ventas mensuales en el último rango propuesto, para dicha pregunta y han sido derivados de otras Instituciones de Fomento o directamente invitados por los profesionales Territoriales para solicitar información sobre programas vigentes, asesoría jurídica y comercial, para ellos la ubicación del Centro es totalmente accesible, ellos se sienten satisfechos tanto por la información solicitada como en forma global y están seguros que recomendarían acercarse al Centro a otras personas o empresas.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Recomendaciones en Base a Encuesta Aplicada

- ✓ Se recomienda que para cada taller, curso o capacitación que se realice, sea este directamente en el Centro de Negocios, en alguna comuna de la Región, o en otras dependencias, se aplique inmediatamente una encuesta de satisfacción sobre el taller realizado, con el objetivo de evaluar paulatinamente la gestión que se realiza y así descartar esta pregunta de la encuesta trimestral de satisfacción, de modo de hacerla más reducida, y a su vez alcanzar un mayor porcentaje de encuestados, es decir, aumentar el tamaño de la muestra. Además, esto permitirá que al final de la evaluación realizada estas puedan complementarse para la obtención del resultado final.
- ✓ Con respecto a la infraestructura exterior del Centro de Negocios, y tomando en cuenta la evaluación y sugerencias que hace el usuario, en escala bueno, regular o malo, se generaliza en que se encuentra en buen estado, pero que es imprescindible crear un acceso universal que permite la integración de personas discapacitadas y gente de mayor edad, ya que, en este momento no se cuenta con una infraestructura adecuada para ello, sobre todo tomando en cuenta que el Centro de Negocios esta ubicado en carretera. Asimismo, se sugiere hacer uso del espacio de áreas verdes con que se cuenta, hermoheando y dándole mayor identidad de interculturalidad.
- ✓ Dado el gran énfasis que coloca el gobierno en la modernización del Estado, resulta llamativo que el Centro de Negocios no le de mayor utilidad al sitio web con información actualizada, ya que la gran mayoría dice incluso no conocerlo o que este es poco amigable para realizar consultas. Por ello debería ser más interactivo con las personas. Lo ideal es que esta vía permita reservar una “hora de atención” o reunión con alguno de los profesionales, con mayor razón aún a los Territoriales o Sectorialistas, que comúnmente se encuentran en terreno.
- ✓ Según las opiniones emitidas por los propios usuarios hay quienes dicen sentirse insatisfechos con la Gestión del Centro de Negocios, por lo tanto se sugiere más responsabilidad con los compromisos contraídos, seguimiento, acompañamiento a las consultas realizadas y fluidez en la solicitud de información por parte de los profesionales.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

4.1. Otras Recomendaciones

✓ La presente herramienta se implementará⁵⁴ de forma definitiva por el Centro de Negocios, aplicándose trimestralmente, como una de las formas de medir la percepción de los usuarios respecto de la Gestión realizada, y además como recurso para confirmar datos personales, calcular estadísticas y crear perfil del tipo de usuario que se dirige al centro de Negocios, ya sea de forma presencial, telefónica, o por medio de otras Instituciones que conforman la Red de Fomento Productivo. Esto permitirá contar con parámetros de comparación de resultados, ya que debido a que el Centro se encuentra todavía en etapa Piloto no existe un parámetro de comparación con el cual cotejar los resultados. Se espera que en base a los resultados de ésta, la primera encuesta, se impongan metas a cumplir y se contraste con los resultados obtenidos en la próxima encuesta.

✓ Por otra parte, sería ventajoso que se invierta en un programa computacional o software que permita llevar los datos del público que contemple entre otras cosas: Número de usuario, Nombre completo persona natural y/o persona jurídica, Run y/o Rut según corresponda, edad, dirección, zona geográfica, nacionalidad, teléfonos de contacto, correo electrónico, género, tipo de agrupación (económica, social, cultural, etc.), estado civil, ocupación, nivel educacional, nombre del emprendimiento o empresa, sector productivo al cual pertenece, nivel de formalización, categoría de formalización y que cuente también con una “ficha” de seguimiento de la consulta⁵⁵, que abarque el relato de la consulta formalizada, a quien se le dio derivación, a quien dio solución y su respectivo tiempo de respuesta, asistencia a la consulta realizada, reclamos, sugerencias y felicitaciones efectuadas, en general que se tenga un historial completo para cada persona, de modo que si algún profesional atiende a una persona que ya se había dirigido antes al Centro, sepa en que situación se encuentra el empresario o emprendedor, quien lo atendió, a que programas ha postulado y de ellos cuales han sido adjudicados.

⁵⁴ Ver *Constancia de implementación futura de la Encuesta que se encuentra en el anexo nº 4 de este trabajo.*

- ✓ Dadas las opiniones de los encuestados sobre la molestia por las respuestas de algunos profesionales, se propone realizar capacitaciones a los profesionales sobre atención de público y comunicación efectiva, considerando la amplia heterogeneidad de personas que se dirigen a consultar por las diversas vías de acceso a información.

- ✓ Se cuenta con biblioteca equipada, de la que se debería obtener mayor utilidad, invitando a los emprendedores y empresarios a utilizar este espacio, para concretar reuniones y negocios por sobre todo a los que pertenecen a comunas más alejadas de la capital Regional y que no cuentan con un lugar donde reunirse para tales fines. Cabe mencionar que para este servicio, se propone la forma de reservación antes mencionada.

- ✓ No está de más decir que para postular a los programas de SERCOTEC, el primer filtro, que es el cuestionario on-line ya excluye a las personas que no poseen un dominio mínimo de un computador o correo electrónico. En este ámbito, el Centro de Negocios, dada la oportunidad que posee de contactar a los ciudadanos que posee en sus bases de datos, puede ofrecer cursos de capacitación en este ámbito para quienes requieren un dominio de alfabetización digital lo que resulta cada vez más imprescindible, considerando el énfasis que hace SERCOTEC en cuanto a facturación electrónica y otros avances tecnológicos en el ámbito de los negocios.

⁵⁵ El punto Mype utiliza el sistema OIRS como registro de consultas, un sistema sencillo, pero que permite llevar de forma ordenada las consultas de sus usuarios y respuestas brindadas.

CAPÍTULO 5
CONCLUSIONES

CAPÍTULO 5 - CONCLUSIONES

- ✓ Es imprescindible que el Centro de Negocios de SERCOTEC Araucanía y también otras Instituciones públicas consulten periódicamente a sus usuarios sobre la opinión que ellos tienen respecto del servicio que se les ha entregado, con el fin de obtener retroalimentación sobre el trabajo realizado e implementar un enfoque de mejora continua, y de esta forma tomar decisiones estratégicas. Por ejemplo, se pueden corregir posibles errores, mejorar la cobertura alcanzada, tomar decisiones sobre la continuidad de los profesionales que allí colaboran y conocer el perfil de quienes acceden a este Servicio para adaptarse mejor a sus necesidades. La idea es que de acuerdo a esta tipología, se puedan brindar Servicios y Programas de mejor calidad, considerando lo que realmente necesitan las empresas y emprendedores y no lo que se cree que puedan necesitar. Con esto, se contribuye a mejorar la credibilidad, percepción y confianza sobre el servicio público.

- ✓ El Centro de Negocios de SERCOTEC es, según sus propios usuarios, una excelente iniciativa para “despertar el emprendedor que todos llevamos dentro”, promoviendo y potenciando el emprendimiento con iniciativas que incluyen la detección de necesidades y requerimientos, la creación de Redes de Asociatividad, elección de la fuente ideal de financiamiento para cada tipo de negocios, capacitación en relación con la actividad económica que realizan, entre otras. Pero este proyecto aún piloto necesita más divulgación y publicidad de la oferta de estos y otros servicios, para que se conozca en todas las comunas de la región, sobre todo en las más apartadas, y de esta forma se les proporcionaría la oportunidad a todos los emprendedores, empresarios y público en general de realizar sus consultas y dar solución a muchas inquietudes, requisitos, etc., que se interponen en el éxito de los negocios.

- ✓ Dado que esta iniciativa se ha implementado con buenos resultados en La Araucanía, considerando que los resultados de la encuesta aplicada arroja un 64% de aprobación por parte de los usuarios atendidos, sería conveniente evaluar la posibilidad de generar centros similares en otras

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

regiones del país, sobre todo en las regiones más vulnerables, con un enfoque y programas apropiados, según las necesidades y características de cada región.

✓ Con respecto al punto anterior y considerando la información recopilada de lo que ocurre en la Región, es preciso que si a futuro se crea un centro como este en otra regiones, se fije como meta lograr la concurrencia al centro de personas de toda la región y no agrupar sólo a personas de las capitales regionales.

✓ A través de los resultados se puede inferir que las personas que dicen sentirse muy satisfechas son hombres casi en un 100% , que clasifican sus ventas mensuales en el último rango propuesto, para dicha pregunta y han sido derivados de otras Instituciones de Fomento o directamente invitados por los profesionales Territoriales para solicitar información sobre programas vigentes, asesoría jurídica y comercial, para ellos la ubicación del Centro es totalmente accesible, ellos se sienten satisfechos tanto por la información solicitada como en forma global y están seguros que recomendarían acercarse al Centro a otras personas o empresas.

✓ Caso contrario ocurre con las personas que dicen sentirse totalmente insatisfechas, si bien también son hombres en su mayoría, clasifican sus ventas mensuales en un rango medio, y dicen creer que para ellos el Centro no se encuentra accesible, es más, dicen que se encuentra “muy lejos”, las personas que se sienten insatisfechas lo hacen con las información solicitada y también en forma global. Sin embargo, ellos separan el nivel de satisfacción de su experiencia con las que podrían tener otros, diciendo que a pesar de su insatisfacción, recomendarían el centro a otras personas o empresas. Esto permite inferir que el nivel de satisfacción de los usuarios no sólo depende de las características de la infraestructura, de los profesionales u otros aspectos del Centro, si no también del tipo de trámite a realizar y las expectativas que ellos tengan de este.

✓ Las pymes son el motor de la actividad de muchos países, tal como ocurre en nuestro país, donde son fuertes generadoras de empleo y contribuyen a la mejora en la distribución del ingreso en la sociedad. Estas se despliegan en muchos sectores o actividades de la economía, por lo tanto,

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

necesitan de preocupación en todas las áreas, considerando que poseen múltiples problemas que el Estado en su rol de regulador debe tratar de solucionar, creando políticas flexibles que permitan a las pymes crecer, tener protección y apoyo hasta que se fortalezcan y lleguen a ser empresas sólidas.

✓ Es de gran utilidad que el Gobierno de turno siga creando nuevas de formas de modernización del Estado, en todos lo ámbitos, tanto en servicio a las personas, como a las empresas, en la manera de hacer negocios, en la descentralización del país, así como en materia de transparencia. En materia de negocios, se destaca la nueva iniciativa de Facturación Electrónica, o la reducción de días para crear una empresa, que son ejemplos de un Estado más moderno y sencillo, que permite disminuir la burocracia y motivar a los emprendedores a concretar las ideas que tienen en mente.

✓ Relacionado con el aspecto anterior, las instituciones de Fomento Productivo del Estado, especialmente el Centro de Negocios de SERCOTEC Araucanía, por su particular organización, tienen un rol protagónico en la educación y capacitación de las personas para que las ideas de modernización se concreten por medio de los ciudadanos, ya que, son ellos los principales receptores de esta modernización.

✓ Un aspecto importante a considerar relacionado con la modernización del Estado, es lo que dejar ver el alto porcentaje de empresarios y emprendedores que no utilizan o nunca ha visitado el sitio web del Centro sumado al bajo porcentaje (9%) que se enteró de la existencia del Centro de Negocios por medio de internet o sitio web, su causa, podría ser el poco conocimiento de la existencia del sitio, la poca utilidad que les puede dar los empresarios, o simplemente la baja alfabetización digital aspecto preocupante en los negocios considerando las oportunidades que pueden obtener con estos conocimientos.

✓ SERCOTEC y otras Instituciones de la Red de Fomento Productivo aportan a motivar a los emprendedores a formalizar sus emprendimientos y que de esta forma trabajen legalmente para así lograr un mayor número de empresas que aportan al Estado y que este pueda brindarles mejores ayudas para lograr un mutuo beneficio entre las partes, ya que, la encuesta aplicada revela que un gran número de empresarios aún trabajan en situación de informalidad.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

NOMENCLATURA

SÍMBOLO	:	DEFINICIÓN
CASEN	:	Encuesta de Caracterización Socio Económica.
CONADI	:	Corporación Nacional de Desarrollo Indígena.
CORFO	:	Corporación de Fomento de la Producción.
CIU	:	Clasificador Industrial Internacional Uniforme.
EMT	:	Empresas de Menor Tamaño.
ELE	:	Encuesta Longitudinal de Empresas.
GORE	:	Gobierno Regional.
INDAP	:	Instituto de Desarrollo Agropecuario.
ISO	:	Organización Internacional de Normalización o International Standardization Organization.
IVA	:	Impuesto al Valor Agregado.
FOSIS	:	Fondo de Solidaridad e Inversión Social
MIPE	:	Micro y Pequeña Empresa.
PYMES	:	Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
MIPYMES	:	Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
SERNAM	:	Servicio Nacional de la Mujer.
SENCE	:	Servicio Nacional de Capacitación y Empleo.
SAG	:	Servicio Agrícola y Ganadero.
SERCOTEC	:	Servicio de Cooperación Técnica.
SEREMI	:	Secretaría Regional Ministerial.
SII	:	Servicio de Impuestos Internos.
UDEL	:	Unidades de Desarrollo Local.
UF	:	Unidad de Fomento.
UTM	:	Unidad Tributaria Mensual.
N	:	Tamaño de la población.
N	:	Tamaño de la muestra.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, R. y Crespi, G., (2011), “La importancia relativa de las pequeñas y medianas empresas: un análisis de sus determinantes en la industria manufacturera”, *Cuadernos de Economía*, v.38 n115. Santiago, Chile.
- Belli, P. (1997), “The Comparative Advantage of Government: A Review”, *World Bank Policy Research Working Paper* N° 1834.
- Berry, A. (1998). “Las tareas de la pequeña y mediana empresa en América Latina”, *Revista de la CEPAL*, número extraordinario, Toronto, Canadá.
- Cabrera, A., S. de la Cuadra, A. Galetovic y R. Sanhueza (2002) “Las pyme: quiénes son, cómo son y qué hacer con ellas” Sofofa, Santiago, Chile.
- Campamá, G. (2005). “10 métodos para medir la satisfacción del cliente”. Socio Consultor y auditor de EuQuality Networks, S.L.
- Canela, M., (2002). “Medida de la satisfacción del cliente”. Departamento de Matemática aplicada y análisis, UB.
- Centro de Negocios de la Araucanía, SERCOTEC, (2012). “Protocolo de Operación Centro de Negocios para el desarrollo Territorial”, Temuco, Chile.
- CEPAL (2000), *Equidad, desarrollo y ciudadanía*, Publicación de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- CEPAL (2004), *Desarrollo productivo en economías abiertas*, Publicación de las Naciones Unidas, Santiago de Chile.
- Cuellar, E., Del Pino, E. y Ruiz, J. (2009), Guía de evaluación de la calidad de los servicios públicos. Ministerio de la Presidencia, Agencia Estatal de evaluación de las políticas públicas y la calidad de los servicios. Madrid.
- Crespi, (2003), *Pyme en Chile: Nace, Crece y... muere, Análisis de su desarrollo en los últimos siete años*, FUNDES INTERNACIONAL, Santiago de Chile, Chile.
- Dini, M. y Stumpo, G. (2002), “Análisis de la política de fomento a las pequeñas y medianas empresas en Chile”, *Serie Desarrollo Productivo* No. 136, CEPAL, Santiago de Chile, Chile.

- Dini, M. y Stumpo, G. (compiladores) (2011), *Políticas para la innovación en las pequeñas y medianas empresas en América Latina*, Documento de Proyecto de CEPAL y Cooperazione Italiana Santiago de Chile, Chile.
- Dini, M., Ferraro, C., y Gasaly, C. (2007), “Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina”, *Serie Desarrollo Productivo*, No. 180. CEPAL, Santiago de Chile, Chile.
- División de estudios, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Gobierno de Chile, (2002), “El mapa del Emprendimiento en Chile, análisis a partir de los resultados de la encuesta de Emprendimiento (EME) 2011”, Chile.
- Doña, K. (2006), “Síntesis del proceso de modernización del Estado en Chile (1994 – 2003)”. Publicación del Departamento de Gobierno y Gestión Pública del Instituto de Asuntos Públicos de la Universidad de Chile. Santiago de Chile, Chile.
- Ferraro, C. y Goldstein, E. (2011), *“Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina”*. Publicación de las Naciones Unidas, Santiago de Chile, Chile.
- Gobierno de Chile, (2012), “Informe de avance de la agenda de modernización del Estado, Publicación de la Unidad Presidencial de Gestión del Cumplimiento, División de Coordinación Interministerial, Ministerio Secretaría General de la Presidencia, de Septiembre 2012”. Santiago de Chile, Chile.
- Gobierno de Chile, (2009), “Modernización del Estado: Un Estado Participativo al Servicio de la Ciudadanía Compendio Programa 2009”, Chile.
- Gobierno de Chile, Subsecretaria de Telecomunicaciones, (2008), “Infraestructura digital para la competitividad e innovación”. Región de la Araucanía. Chile.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010), *Metodología de la Investigación*, 5ta Edición, Editorial McGraw Hill, México D.F., México.
- Hayes, B. (2000). *Como medir la satisfacción del cliente: diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico*. 2ª Edición, Editorial Universidad Iberoamericana, México.
- ISO 10002, (2004), “Satisfacción del cliente, Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones”. Suiza.
- ISMI – International Service Marketing Institute, (2002), “La medición de la satisfacción del cliente. Once métodos distintos”. E.E.U.U.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- Kotler, P. (2002), *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*, Pearson Educación, S.A., México.
- Kotler, P. (2004), *Marketing*, décima edición, Pearson Educación, S.A., Madrid.
- Kotler, P. (2006), *Los 10 pecados capitales del marketing, Indicios y soluciones*, Editorial Deusto, Barcelona.
- Larrouolet, C. y Mochón, F. (1995), *Economía*, 1da edición, Mc Graw Hill, 1995.
- Leal, A. (1998). “La Teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, España, Vol. 4, No. 1, pp. 53 – 80.
- Ministerio de Salud, (2002), “Encuesta de satisfacción de usuarios externos de servicios de salud”. Perú.
- Núñez, A. (2004), “Incidencias de la entrevista personal en la investigación mediante encuesta”. Centro de Investigaciones Sociológicas, España.
- OCDE – CEPAL, (2012), “Perspectivas económicas de América Latina 2013: Políticas de pymes para el cambio estructural”, CEPAL.
- OIT – SERCOTEC, (2010), “La situación de la micro y pequeña empresa en Chile”, OIT, Santiago de Chile, Chile.
- OIT – SERCOTEC, (2011), “El trabajo decente en las micro y pequeñas empresas chilenas - Teoría y práctica”, OIT, Santiago de Chile, Chile.
- Orellana, P. (2002), “Modernización de la gestión pública”, Santiago de Chile, Chile.
- Rossi, I. y Rossi, M. (2010), “Fallas de mercado-notas docentes”, Universidad de la República, Uruguay.
- SERCOTEC, (2012), “Guía de Servicios y Programas SERCOTEC 2012, Versión 1.6”, Santiago de Chile, Chile.
- Servicio de Impuestos Internos (SII), (2011), “Reporte estadístico Región de la Araucanía 28-07-2011”. Temuco, Chile.
- Silva, I. y Sandoval, C. (2005). “Desarrollo económico local/regional y fomento productivo: la experiencia chilena”. *Serie Gestión Pública* No. 49, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), CEPAL, Santiago de Chile, Chile.

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- Stiglitz, J. (2000), *La Economía del Sector Público*, Tercera Edición. Antoni Bosch, editor. S.A. Barcelona, España.
- Van, G. (2009), “Cómo escuchar, cómo aprender, y cómo responder: las encuestas ciudadanas como una herramienta de reinversión del Gobierno”, Ministerio de la Presidencia, Gobierno de España, Madrid.
- Zevallos, E. (2003), “Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina”, *Revista de la CEPAL*, 79, pp. 53 - 70.

Sitios Web Utilizados

- Da Via, A. (2005). Marketing en el sector público. www.emagister.com/curso-marketing-sector-publico/medicion-satisfaccion-usuarios-1/. Barcelona, España. [Visitada el 30-09-2012].
- Gobierno de Chile. Asesoría Técnica Centro de Negocios. <http://centronegocios.raucania7.cl/asesoria-tecnica/>. Santiago, Chile. [Visitada el 11-09-2012].
- Gobierno de Chile. Beneficios Centro de Negocios. <http://centronegocios.raucania7.cl/>. Santiago, Chile. [Visitada el 11-09-2012].
- Gobierno de Chile. Estadísticas económicas. http://raucania7.cl/wpcontent/uploads/2011_12_ESTADISTICAS_ECONOMICAS.pdf. Santiago de Chile, Chile. [Visitada el 23-09-2012].
- Intendencia Región de la Araucanía. Plan Araucanía 7. <http://www.intendenciaaraucania.gov.cl/pa7.html>. Temuco, Chile. [Visitada el 23-09-2012].
- Moreno, E. IFRS para pymes: datos y algunas interrogantes. <http://www.propymechile.com/columnas/3824-pymes-columnas-opinion-pyme-elmo-moreno-gonzalez.html>. Chile. [Visitada el 07-01-2013].
- Pérez, R. (2008). “La modernización el Estado de Chile: Servicio Civil y Sistema de Alta Dirección Pública”. <http://www.slideshare.net/alpuritano/la-modernizacion-del-estado-de-chile-presentation>. Santiago, Chile. [Visitada el 24-10-2012].
- Piñera, S. Mensaje Presidencial 21 de Mayo 2012: Chile cumple y avanza hacia el desarrollo. <http://www.gob.cl/destacados/2012/05/21/mensaje-presidencial-21-de-mayo-2012-chile-cumple-y-avanza-hacia-el-desarrollo.htm>. Santiago, Chile. [Visitada el 23-09-2012].
- SERCOTEC. Autoridades. <http://www.sercotec.cl/web/sercotec/acerca-de-sercotec/autoridades>. Santiago, Chile. [Visitada el 20-09-2012].

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

- SERCOTEC. Quiénes Somos. <http://www.sercotec.cl/web/sercotec/acerca-de-sercotec/quienes-somos>. Santiago, Chile. [Visitada el 20-09-2012].
- SERRCOTE. Puntos MIPE. <http://www.sercotec.cl/web/sercotec/contacto/puntos-mipe>. Santiago, Chile. [Visitada el 28-12-2012].

ANEXOS

ANEXO A - CODIFICACIÓN DE LAS PREGUNTAS

Tabla A.1: Codificación de las Preguntas

Nº PREGUNTA	CÓDIGO
Pregunta 1	Pregunta abierta
Pregunta 2	Pregunta abierta
Pregunta 3	Pregunta abierta
Pregunta 4	Pregunta abierta
Pregunta 5	Pregunta abierta
Pregunta 6	Pregunta abierta
Pregunta 7	1="SI"; 2="No"; 0="N/S N/A"
Pregunta 8	1="Hombre"; 2="Mujer"
Pregunta 9	1="SI, ¿Cuál? (Por favor especifique)"; 2="No"
Pregunta 10	1="Urbana"; 2="Rural"
Pregunta 11	Pregunta abierta
Pregunta 12	1="Soltero (a)"; 2="Casado (a)"; 3="Conviviente o pareja"; 4="Separado(a) de hecho"; 5="Divorciado (a)"; 6="Anulado (a)"; 7="Viudo (a)"
Pregunta 13	1="Estudiante"; 2="Desocupado"; 3="Trabajador por cuenta propia"; 4="Patrón o Empleador"; 5="Empleado u obrero del sector Público"; 6="Empleado u obrero de empresas Públicas"; 7="Empleado u obrero del sector privado"; 8="Servicio doméstico puertas adentro" 9="Servicio doméstico puertas afuera" 10="FF.AA y de orden" 11="Jubilado (a)" 12="Dueño (a) de casa".
Pregunta 14	1="Sin educación formal"; 2="Básica incompleta"; 3="Básica completa"; 4="Enseñanza Media incompleta"; 5="Enseñanza Media completa"; 6="Enseñanza Media completa"; 7="Téc. o Univ. Incompleto"; 8="Téc. o Univ. Completo"; 9="Post grado"
Pregunta 15	1="SI"; 2="No"; 0="N/S N/A"
Pregunta 16	1="SI"; 2="No"; 0="N/S N/A"
Pregunta 17	Pregunta abierta
Pregunta 18	1="Industria de alimentos y bebidas"; 2="Industria de madera"; 3="Industria de muebles"; 4="Industria de Artesanía"; 5="Industria textil"; 6="Otras Industrias Manufactureras"; 7="Apicultura"; 8="Agricultura y Ganadería"; 9="Pesca" 10="Minería"; 11="Electricidad, Gas y Agua"; 12="Construcción"; 13="Comercio"; 14="Restaurantes"; 15="Hoteles"; 16="Otras actividades turísticas"; 17="Belleza y Salud"; 18="Transporte y Comunicaciones"; 19="Servicios Financieros y Empresariales" 20="Servicios Sociales, Personales y Comunales"; 21=" Otro (por favor, especifique)"

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Pregunta 19	1="No tiene formalización"; 2="Sólo patente municipal"; 3="Sólo iniciación de actividades SII"; 4="Ambas (no requiere autorización sanitaria)"; 5="Ambas (con autorización sanitaria)"; 6="Ambas (sin autorización sanitaria)"
Pregunta 20	1="No tiene formalización"; 2="1ª Categoría"; 3="2ª Categoría"; 4="ambas categorías"; 0="No aplica"
Pregunta 21	1="No tiene trabajadores a su cargo"; 2="Entre 1 y 5 trabajadores"; 3="Entre 6 y 10 trabajadores"; 4="Entre 6 y 10 trabajadores"
Pregunta 22	1="Sin Rentas por emprendimiento"; 2="Menos de 193.000"; 3="193.001 - 300.000"; 4="300.001 - 500.000"; 5="500.001 - 700.000"; 6="700.001 - 900.000"; 7="900.001 - 1.200.000"; 8="Más de 1.200.000"; 0="No responde"
Pregunta 23	1="Hace 5 meses y más"; 2="Hace 4 meses"; 3="Hace 3 meses"; 4="Hace 2 meses"; 5="Hace 1 mes"; 6="menos de un mes"
Pregunta 24	1="Diario o Revistas"; 2="Búsqueda en Internet/ Pág. Web"; 3="Radio o televisión"; 4="Redes Sociales (Facebook, twitter, etc.)"; 5="Familiar/amigo/Contactos"; 6="Derivado de Municipalidad"; 7="Derivado otra Red de Fomento (SERCOTEC, INDAP, SERNATUR, ETC) ¿Cuál?"
Pregunta 25	1="Por correo electrónico"; 2="Personalmente"; 3="Por teléfono"; 4="Otro (por favor, especifique)"
Pregunta 26	1="SI"; 2="No (Por favor, especifique por qué)"; 0="N/S N/A"
Pregunta 27	1="Bueno (a)"; 2="Regular"; 3="Malo (a)"
Pregunta 27 A	<i>Estacionamiento</i>
Pregunta 27 B	<i>Señalética</i>
Pregunta 27 C	<i>Iluminación</i>
Pregunta 27 D	<i>Áreas verdes</i>
Pregunta 28	1="Bueno (a)"; 2="Regular"; 3="Malo (a)"
Pregunta 28 A	<i>Calidad de las Salas</i>
Pregunta 28 B	<i>Señalética interna</i>
Pregunta 28 C	<i>Baños</i>
Pregunta 29 D	<i>Capacidad de las Salas</i>
Pregunta 29	1="Solicitar información de Programas vigentes"; 2="Solicitar asesoría Jurídica"; 3="Solicitar asesoría en Marketing"; 4="Solicitar asesoría Comercial"; 5="Solicitar asesoría para Formalización"; 6="Solicitar asesoría sobre Resolución Sanitaria"; 7="Para solicitar asesoría Tributaria"; 8="Otro (por favor, especifique)"
Pregunta 30	1="Muy insatisfecho"; 2="Insatisfecho"; 3="Neutral"; 4="Satisfecho"; 5="Muy Satisfecho"
Pregunta 31	1="SI"; 2="No"
Pregunta 32	1="Excelente"; 2="Muy buena"; 3="Buena"; 4="Regular"; 5="Mala"; 0="N/A"

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

Pregunta 33	1="SI"; 2="No"
Pregunta 34	1="Muy insatisfecho"; 2="Insatisfecho"; 3="Neutral"; 4="Satisfecho"; 5="Muy Satisfecho"
Pregunta 34 A	<i>Resolución del problema</i>
Pregunta 34 B	<i>Tiempo de espera</i>
Pregunta 34 C	<i>Profesionalidad</i>
Pregunta 34 D	<i>Amabilidad</i>
Pregunta 34 E	<i>Paciencia</i>
Pregunta 34 F	<i>Clara expresión oral</i>
Pregunta 35	1="SI"; 2="No (Por favor, especifique por qué)"
Pregunta 36	1="1"; 2="2"; 3="3"; 4="4"; 5="5"; 6="6"; 7="7"; N/A="8"
Pregunta 36 A	<i>Conocimientos y habilidades del relator</i>
Pregunta 36 B	<i>Lenguaje fácil de comprender (sin tecnicismo)</i>
Pregunta 36 C	<i>Capacidad de resolver dudas y consultas</i>
Pregunta 37	1="1"; 2="2"; 3="3"; 4="4"; 5="5"; 6="6"; 7="7"; N/A="8"
Pregunta 37 A	<i>Contenidos del taller</i>
Pregunta 37 B	<i>Duración del taller</i>
Pregunta 37 C	<i>Horarios de realización de los talleres</i>
Pregunta 37 D	<i>Entrega material de apoyo para el taller</i>
Pregunta 37 E	<i>Lugar de realización de los cursos</i>
Pregunta 38	1="Muy insatisfecho"; 2="Insatisfecho"; 3="Neutral"; 4="Satisfecho"; 5="Muy Satisfecho"
Pregunta 39	1="Muy insatisfecho"; 2="Insatisfecho"; 3="Neutral"; 4="Satisfecho"; 5="Muy Satisfecho"
Pregunta 40	1="Seguro que sí"; 2="Probablemente sí"; 3="Quizás"; 4="Probablemente no"; 5="Seguro que no"
Pregunta 41	Pregunta abierta

ANEXO B - TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS

Tabla B.1: Tipos de Emprendimientos

La siguiente tabla muestra la respuesta sobre los tipos de emprendimientos que se llevan a cabo o piensan llevarse en un futuro próximo.

Nº DE ENCUESTA	TIPO DE EMPRENDIMIENTO
1.	Turismo
2.	Quesos
3.	Clínica y farmacia Veterinaria
4.	Empresa Comercial Productos Forestales
5.	Provisiones
6.	Cinematográfico
7.	Madera
8.	Sociedad elaboración productos agro elaborados forestales y hostería
9.	Sociedad elaboración productos agro elaborados forestales y hostería
10.	Comerciante ambulante anticuchos y choripanes
11.	Venta comida ambulante
12.	- (Sin Emprendimiento)
13.	Parque aventura y alojamiento
14.	Multi berries
15.	Sabores, mermeladas y conservas
16.	Firlot, Engorda de animales
17.	Restaurante y Minimarket
18.	Taller corte y confección
19.	Venta suplementos alimenticios y cosméticos
20.	Tejidos a crochet
21.	Hortalizas
22.	Café
23.	Minimarket
24.	Hortalizas
25.	Televisión alta definición
26.	Taller artesanía en madera y presta servicios en construcción
27.	Desarrollo de software

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

28.	Elaboración y venta de cosméticos artesanales
29.	Agricultura
30.	Creación página web
31.	Apicultor y pequeño agricultor
32.	Turismo
33.	Elaboración de verlines
34.	Cerveza artesanal
35.	Empresa productora de eventos
36.	Imprenta
37.	Pastelería
38.	Agricultura
39.	Dulcería y pastelería
40.	Turismo
41.	Arquitecto
42.	Chocolates
43.	Apicultura
44.	Agricultura
45.	Agricultura
46.	Comercio y turismo
47.	Mecánica
48.	Centro turístico, camping y Piscina
49.	Terpre
50.	Minimarket y construcción
51.	Cecinería
52.	Artesanía
53.	Venta de Frutas

ANEXO C – CONSTANCIA COORDINADOR CENTRO DE NEGOCIOS

Anexo C. 1: Constancia Coordinador Centro de Negocios



Temuco, Diciembre 12 de 2012

Srs.

Universidad de la Frontera

Temuco

Presente.

De mi consideración:

Luis Antonio Medina Boettcher, Rut 12.748.544-5, Coordinador del Centro de Negocios de SERCOTEC, certifica que la “Encuesta de Satisfacción sobre la Gestión Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía” fue Creada, Aplicada y Analizada por Cristina Valeria Reyes Valdés, Estudiante en Práctica, Ingeniería Comercial de la Universidad de la Frontera, la cual se aplicó sobre base de datos mejorada también por ella. Dicha herramienta, se seguirá aplicando trimestralmente con el objetivo de conocer la opción de los usuarios del Centro de Negocios.

Sin otro particular,

Saluda atte.

Luis Antonio Medina Boettcher

Coordinador Centro de Negocios, SERCOTEC.

ANEXO D - ENCUESTA DE SATISFACCIÓN GESTIÓN CENTRO DE NEGOCIOS.

Anexo D. 1: Encuesta de Satisfacción gestión Centro de Negocios.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN GESTIÓN CENTRO DE NEGOCIOS, SERCOTEC REGIÓN DE LA ARAUCANÍA.

1. ÍTEM CONFIRMACIÓN DE INFORMACIÓN PERSONAL

Estimada Participante,
 Durante este año ud. se contactó con el centro de negocios de Sercotec. Le pedimos 10 minutos de su tiempo para realizar esta evaluación respecto de la gestión del Centro de Negocios. Esta encuesta, busca conocer su opinión en relación al desarrollo de la gestión del Centro de Negocios, con el objetivo de mejorar continuamente los servicios que entrega nuestra Institución y ofrecer programas de mejor calidad.
 Desde ya, muchas gracias por su tiempo.

1. ENCUESTA N° (*)

2. NOMBRE COMPLETO (*)

3. RUT (*)

4. Su correo electrónico es:

5. Su dirección es:

6. Vive en la comuna de: (*)

7. ¿Pertenece a algún Pueblo Originario? (*)
 Si
 No
 N/S N/A

“Evaluación de la Gestión del Centro de Negocios, SERCOTEC, Región de la Araucanía en base a la medición de satisfacción de usuarios”

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN GESTIÓN CENTRO DE NEGOCIOS, SERCOTEC REGIÓN DE LA ARAUCANÍA.

1. ÍTEM CONFIRMACIÓN DE INFORMACIÓN PERSONAL

Estimada Participante,

Durante este año ud. se contactó con el centro de negocios de Sercotec. Le pedimos 10 minutos de su tiempo para realizar esta evaluación respecto de la gestión del Centro de Negocios. Esta encuesta, busca conocer su opinión en relación al desarrollo de la gestión del Centro de Negocios, con el objetivo de mejorar continuamente los servicios que entrega nuestra Institución y ofrecer programas de mejor calidad.

Desde ya, muchas gracias por su tiempo.

1. ENCUESTA N° (*)

2. NOMBRE COMPLETO (*)

3. RUT (*)

4. Su correo electrónico es:

5. Su dirección es:

6. Vive en la comuna de: (*)

7. ¿Pertenece a algún Pueblo Originario?

(*)

- Sí
 No
 N/S N/A

8. Indique su Sexo

- Hombre
 Mujer

9. ¿Pertenece a alguna agrupación Económica o Social? (*)

- No
 Si, ¿Cuál? (por favor, especifique)

10. Indique a que zona geográfica pertenece:

- Urbana
 Rural

2. ÍTEM PERFIL DEL ENCUESTADO

11. Indique su edad: (*)

12. ¿Cuál es su estado civil actual? (*)

- Soltero (a)
 Casado (a)
 Conviviente o Pareja
 Separado (a) de hecho
 Divorciado (a)
 Anulado (a)
 Viudo (a)

13. Mencione cuál es su ocupación: (*)

- Estudiante
- Desocupado
- Trabajador por cuenta propia
- Patrón o Empleador
- Empleado u obrero del sector Público
- Empleado u obrero de empresas Públicas
- Empleado u obrero del sector privado
- Servicio doméstico puertas adentro
- Servicio doméstico puertas afuera
- FF.AA y de orden
- Jubilado (a)
- Dueño (a) de casa.

14. ¿Cuál es el nivel máximo de escolaridad alcanzado? (*)

- Sin educación formal
- Básica incompleta
- Básica completa
- Enseñanza Media incompleta
- Enseñanza Media completa
- Téc. o Univ. incompleto
- Téc. o Univ. completo
- Post grado

15. (En caso de ser mujer) ¿Ha participado en programas mujeres jefa de hogar de SERNAM?

- Si
- No
- N/S N/A

3. ÍTEM PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO

16. ¿Tiene un emprendimiento/negocio propio, o espera tenerlo en un futuro próximo? (*)

- Si
- No
- N/S

17. ¿De qué se trata su emprendimiento?

18. Indique el o los sector (es) productivo (s) a los cuales pertenece su actividad natural o jurídica.

- Industria de alimentos y bebidas
- Industria de madera
- Industria de muebles
- Industria de Artesanía
- Industria textil
- Otras Industrias Manufactureras
- Apicultura
- Agricultura y Ganadería
- Pesca
- Minería
- Electricidad, Gas y Agua
- Construcción
- Comercio
- Restaurantes
- Hoteles
- Otras actividades turísticas
- Belleza y Salud
- Transporte y Comunicaciones
- Servicios Financieros y Empresariales
- Servicios Sociales, Personales y Comunes
- Otro (por favor, especifique)

19. ¿Su negocio está formalizado?

- No tiene formalización
- Sólo patente municipal
- Sólo iniciación de actividades SII
- Ambas (no requiere autorización sanitaria)
- Ambas (con autorización sanitaria)
- Ambas (sin autorización sanitaria)

20. ¿En qué categoría?

- No tiene formalización
- 1ª Categoría
- 2ª Categoría

21. ¿Tiene trabajadores a su cargo?

- No tiene trabajadores a su cargo
- Entre 1 y 5 trabajadores
- Entre 6 y 10 trabajadores
- Más de 10 trabajadores

22. ¿En qué rango clasifica sus ventas mensuales estimadas promedio? (*)

- Sin Rentas por emprendimiento
- Menos de 193.000
- 193.001 - 300.000
- 300.001 - 500.000
- 500.001 - 700.000
- 700.001 - 900.000
- 900.001 - 1.200.000
- Más de 1.200.000
- No Responde

4.ITEM EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CENTRO DE NEGOCIOS

23. Indique ¿Cuándo acudió al centro de Negocios por primera vez? (*)

- Hace 5 meses y más
- Hace 4 meses
- Hace 3 meses
- Hace 2 meses
- Hace 1 mes
- menos de un mes

24. Indique medio (s) por el cual se enteró del Centro de Negocios (*)

- Diario o Revistas
- Búsqueda en Internet/ Pág Web
- Radio o televisión
- Redes Sociales (facebook, twitter, etc)
- Familiar/amigo/Contactos
- Derivado de Municipalidad
- Derivado alguna red de fomento (SERCOTEC, INDAP, SERNATUR, ETC) ¿Cuál?

25. Indique por qué medio se contactó con el Centro de Negocios (*)

- Por correo electrónico
- Personalmente
- Por teléfono
- Otro (por favor, especifique)

26. Respecto de la ubicación del centro de Negocios, ud cree que es accesible:

- Si
- N/S N/A
- No (Por favor, especifique por qué)

27. Respeto del exterior del Centro de Negocios, evalúe si los siguientes ítem le parecen:

	Bueno (a)	Regular	Malo (a)
Estacionamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iluminación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Áreas verdes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Respeto del interior del Centro de Negocios, evalúe si los siguientes ítem le parecen:

	Bueno (a)	Regular	Malo (a)
Calidad de las Salas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacidad de las Salas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Baños	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aseo General	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. ¿Para qué se puso en contacto con el Centro de Negocios? (*)

- Solicitar información de Programas vigentes
- Solicitar asesoría Jurídica
- Solicitar asesoría en Marketing
- Solicitar asesoría Comercial
- Solicitar asesoría para Formalización
- Solicitar asesoría sobre Resolución Sanitaria
- Para solicitar asesoría Tributaria
- Otro (por favor, especifique)

30. En general, indique su nivel de satisfacción con respecto a la calidad del trabajo del/los profesional (es) que lo atendieron? Seleccione una alternativa. (*)

- Muy insatisfecho Insatisfecho Neutral Satisfecho Muy satisfecho
-

31. Ha visitado el sitio web del centro de Negocios (<http://centronegocios.araucania7.cl>) (Si responde no pasar a pregunta 33) (*)

- Si No
-

32. ¿Qué le parece el contenido del sitio web del Centro de Negocios?

- Excelente
- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- N/A

33. Ha solicitado información telefónica: (Si responde no pasar a pregunta 35) (*)

Si No

34. Respecto de la respuesta telefónica ¿Cuál es su nivel de satisfacción de acuerdo a los siguientes ítem?.

	Muy Insatisfecho	Inatisfecho	Neutral	Satisfecho	Muy satisfecho
Resolución del problema	<input type="checkbox"/>				
Tiempo de espera	<input type="checkbox"/>				
Profesionalidad	<input type="checkbox"/>				
Amabilidad	<input type="checkbox"/>				
Paciencia	<input type="checkbox"/>				
Clara expresión oral	<input type="checkbox"/>				

35. Indique si ha asistido a algún taller o capacitación del Centro de Negocios, ya sea, en su comuna o en el Centro de Negocios. (Si responde no pasar a pregunta 39) (*)

Si
 No (por favor, especifique por qué)

36. En base a una escala de 1 a 7, ¿Cómo evalúa a o los relatores que dictaron el taller?. Seleccione la nota.

	1	2	3	4	5	6	7	N/A
Conocimientos y habilidades del relator	<input type="checkbox"/>							
Lenguaje fácil de comprender (sin tecnicismo)	<input type="checkbox"/>							
Capacidad de resolver dudas y consultas	<input type="checkbox"/>							

37. En base a una escala de 1 a 7, ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos de los talleres realizados? Seleccione una nota.

	1	2	3	4	5	6	7	N/A
Contenidos del taller	<input type="checkbox"/>							
Duración del taller	<input type="checkbox"/>							
Horarios de realización de los talleres	<input type="checkbox"/>							
Entrega material de apoyo para el taller	<input type="checkbox"/>							
Lugar de realización de los cursos	<input type="checkbox"/>							

38. En general, indique su nivel de satisfacción sobre la calidad DE LOS TALLERES efectuados por los profesionales? Seleccione una alternativa.

Muy insatisfecho Insatisfecho Neutral Satisfecho Muy Satisfecho

39. En general, indique su nivel de satisfacción con respecto a la gestión del Centro de Negocios? Seleccione una alternativa.

Muy insatisfecho Insatisfecho Neutral Satisfecho Muy Satisfecho

40. Respecto del nivel de satisfacción de su experiencia, recomendaría acercarse al Centro de Negocios a otras personas/empresas (*)

- Seguro que sí
- Probablemente sí
- Quizás
- Probablemente no
- Seguro que no

41. ¿Tiene alguna sugerencia u opinión que quiera expresar sobre el servicio que le entrega el Centro de Negocios de Sercotec?