UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

SEMINARIO PARA OBTENER EL TITULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL

"FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS NUEVAS"

PROFESOR GUÍA:

Sr. RODRIGO HEREDIA JEREZ

ALUMNOS:

MIGUEL ÁNGEL GHIONE BUSCA
JULIÁN FERRANDO DAVIDOVICH

Santiago de Chile
Abril 2004

MATERIA **PÁGINA**

AGRADECIMIENTOS 9

RESUMEN EJECUTIVO 10

INTRODUCCIÓN 12

CAPÍTULO I : PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18

1- Nombre de la investigación 19
2- Objetivo de la investigación 19
3- Pregunta de investigación 20
4- Razones de la investigación 21

CAPÍTULO II : MARCO TEORICO BUSCANDO FINANCIAMIENTO 23

Comentario Inicial 24

Capital Sudor 25
Capital Semilla 25
Capital de Riesgo 26
Financiamiento de Guerrillas 26
Tipo de Financiamiento y Desarrollo de una Empresa 26

1- Las 3 F´s : Family, Friends, Fools 28

2- Los Bancos 29

3- El Estado y algunos Instrumentos 31

3.1- CORFO: FDI (Capital Semilla) y FONTEC 34

¿Qué es CORFO? 34

3.1.1. Financiamiento de Capital Semilla 36

3.1.2. FONTEC 39

Línea 1 – FONTEC 39
Financiamiento para Proyectos de Innovación Tecnológica

Línea 2 - FONTEC 41
Financiamiento para Proyectos de Infraestructura Tecnológica

Línea 3 - FONTEC 43
PROYECTOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

MATERIA **PÁGINA**

Línea 4 - FONTEC 45
PROGRAMA DE APOYO A LA CONSTITUCION DE CENTROS DE TRANSFERENCIA TECNOLOGICA

Línea 5 - FONTEC 50
ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA ESCALAMIENTO PRODUCTIVO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN

3.2- FONDEF 51

¿QUÉ FINANCIA? 52
¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO? 52
¿COMÓ SE ACCEDE? 53
CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD 53

3.3- FIA: Fondo de Innovación Agropecuaria 54

¿QUÉ TIPO DE PROYECTOS FINANCIA FIA? 54
CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO 55
PROCEDIMIENTO DE POSTULACIÓN 56

3.4- INNOVA BÍO BÍO 58

¿Quiénes pueden postular a INNOVA BÍO BÍO? 59
¿Cómo postular a los fondos que entrega INNOVA BÍO BÍO? 59

LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE INNOVA BÍO BÍO 60

Líneas de financiamiento tipo A 60
REGISTRO DE ENTIDADES PATROCINADORAS 61

Líneas de financiamiento tipo B 62

Línea de financiamiento tipo C 63

SÍNTESIS DE LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE INNOVA BÍO BÍO 64

LIMITES Y RESTRICCIONES AL FINANCIAMIENTO OTORGADO 66

SINTESIS ITEM FINANCIABLES 68

3.5- OTROS INSTRUMENTOS 71

3.5.1. Apoyo a la Promoción, Atracción y Materialización de Inversiones a Regiones (Excluida la Región Metropolitana) 71

MATERIA **PÁGINA**

a. Estudio de Preinversión 71
b. Incentivo al promotor de la Inversión-TODOCHILE 72

3.5.2. Apoyo a la Promoción y Atracción de Inversiones para la creación de empresas de Alta Tecnología no tradicionales 74

a. Incentivo a los Estudios de Preinversión - Alta Tecnología (HT - 1) 74
b. Incentivo al promotor de la Inversión - Alta Tecnología (HT - 2) 74
c. Subvención a la formación de recursos humanos - Alta Tecnología (HT - 3) 75
d. Incentivo a la inversión en activos fijos inmovilizados – Alta Tecnología (HT - 4) 76

3.5.3. FOGAPE 77

¿ Cuál es la ventaja de operar con el FOGAPE? 77
¿Quiénes se benefician con la Garantía FOGAPE? 77
¿Cuál es el nivel de ventas establecido para poder operar con el FOGAPE? 78
¿Cuáles son los requisitos que se solicitan para postular a la Garantía del FOGAPE? 78
¿ Que se puede financiar con la Garantía FOGAPE? 79
¿Cuáles son las condiciones de los créditos afectos a la Garantía? 79
¿Qué tipo de créditos están afectos a la Garantía del Fondo? 80
¿ Cuál es el costo de utilizar FOGAPE? 80
Dónde puedo acceder a un crédito FOGAPE? 81

4- Incubadoras 82

¿Cuál seria entonces la función básica de una incubadora? 83
Recursos y Servicios de las Incubadoras 84

1. Servicios de Infraestructura 84
2. Servicios de Atmósfera 85
3. Servicios de Gestión y Networking 85

5- Capitalistas Ángeles 87

6- Capital de Riesgo (Venture Capital) 88

FIDE: El Caso Chileno de los Fondos de Capital de Riesgo 89

7- Proveedores 90

MATERIA **PÁGINA**

8- Alianzas Estratégicas 91

CAPÍTULO III : PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS 92

CAPÍTULO IV : DETERMINACION DE LOS METODOS DE ANÁLISIS 94

CAPÍTULO V : PRESENTACION Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS 96

Comentario Inicial 97

ANÁLISIS PARTICULARIZADO de LAS ALTERNATIVAS de FINANCIAMIENTO 103

1- Las 3 F´s : Family, Friends, Fools (familia, amigos y confiados) 103

2- Los Bancos 105

3- El Estado y algunos Instrumentos 108

4- Incubadoras 109

5- Capitalistas Ángeles 112

6- Capital de Riesgo (Venture Capital) 120

Principales Problemas en Chile 123

7- Proveedores 128

8- Alianzas Estratégicas 129

SÍNTESIS del ANÁLISIS de LAS ALTERNATIVAS de FINANCIAMIENTO 130

MATERIA **PÁGINA**

ANÁLISIS 1 131

1er Momento: 131
Estudio de la Idea Empresariable

1. Factibilidad del Negocio 131
2. Inversiones Necesarias 131
3. Potencial del Negocio 131

2do Momento: 133
Puesta en Marcha de la Empresa

CUADRO ANÁLISIS 1 134

ANÁLISIS 2 140
¿Y qué piensa un emprendedor cuando busca financiamiento?

1. Requisitos: 140
   ¿Con qué deberé cumplir y qué presentar?
2. Oportunidad: 140
   ¿En qué Momento podré contar con esos Fondos?
3. Monto: 141
   ¿Cuánto es lo que me entregarán?
4. Costo: 141
   ¿A cambio de qué me entregarán ese dinero?

CUADRO ANÁLISIS 2 142

CAPÍTULO VI : CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 150

"Un buen negocio" 153

FUENTES DE CONSULTA 156

MATERIA **PÁGINA**

ANEXOS 171

I. HISTORIAS DE EMPRENDIMIENTO 172

El carrito que lava 200 mil autos al año 173

El censor de la fruta que llega a Miami 176

El chileno que compite en el mundo de los juegos infantiles 179

El descubridor mundial del aceite de rosa mosqueta 182

El milagro de los caracoles 185

La empresa que se dedica a explotar el negocio de la sangre 188

El motor que terminó con las heladas 191

La exótica mezcla del atelier del chocolate 194

Buscador Google cumple cinco años de éxito con innovadora fórmula de trabajo 197

Tecnología "Made in Chile" que marca pauta 199

Egresados de USM desarrollaron videojuegos disponibles en teléfonos móviles 200

II. LAS OTRAS OPCIONES 202

1- Endeavor 203
2- Carteras de Clientes 204
3- Red de Contactos 205
4- know how (o saber hacer) 205
5- Concursos 206

- Concurso de Proyectos Empresariales "Innovación y Diversidad Regional" 207
- Concurso Savia Nueva 207
- Octantis 208
- Universidad Técnica Federico Santa María 209
- 3M 210
- Empresa Etcom 210
- Concurso Temático para Proyectos de Biotecnología en la Región del Bío-Bío 211
- Concurso de Innovación Emprendedora en la Octava Región 212

MATERIA **PÁGINA**

6- Imaginación 213

III. EVALUAR LO QUE SE NECESITA PARA CREAR UNA EMPRESA 214

1. Definición del Negocio: Creación de la Oportunidad 217

2. Investigación del Negocio 219

- Vialidad Comercial 220
- Técnica 220
- Legal 220
- Gestión 220
- Impacto Ambiental 220
- Financiera o Económica 220

2.1- A qué se enfrenta una empresa 221

2.1.1- La Industria 221
2.1.2- La Competencia 221
2.1.3- El Mercado Objetivo: Los Clientes. 221
2.1.4- El Entorno 222

2.2- Cómo actuará la Empresa 222

2.2.1- Nuestro Producto o Servicio 222
2.2.2- A cuánto venderemos 223
2.2.3- Dónde trabajaremos 224
2.2.4- Cómo nos daremos a conocer 224

2.3- La Recompensa: Utilidades 225

2.4- Los Cálculos del Negocio 226

2.4.1.- Previo al Inicio de Actividades 227
2.4.2.- Preparando el Lugar de Trabajo 227
2.4.3.- Preparando el Inicio de las Actividades Comerciales 227
2.4.4.- Comenzando las Actividades Comerciales 228
2.4.5.- Mejoras para la empresa 229
2.4.6.- Creciendo 229

MATERIA **PÁGINA**

IV. Chile en Cifras 232

Proyecto para el Ministerio de Economía del Gobierno de Chile. 233
"Obstáculos y Oportunidades de Inversión para el Desarrollo de las Pequeñas y Medianas empresas en Chile" Informe Final
Programa Público Privado al Emprendimiento Ministerio de Economía, Chile

Estadísticas de quiebras y empresas en Chile 234

INFORMACION DE LA PYME CHILENA 235

NUMERO DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO 235
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO 236
NUMERO DE EMPRESAS POR TAMAÑO Y REGION 236

Global Entrepreneurship Monitor 237

Los Emprendedores son gente más bien joven 238
Número de días para Inicio de Actividades 238
Número de procedimientos para Inicio de Actividades 239
Inversiones Totales en Capital de Riesgo 239
Chile sería uno de los países más emprendedores del Mundo 240
Los Hombres Chilenos serían los más emprendedores del Mundo 240

Chile: un Mercado de Capitales Confiable y Eficiente. Avances y Perspectivas 241

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS EN CHILE 242

RESUMEN DE INSTRUMENTOS DE FOMENTO 243

INCUBADORAS 244
Algunas cifras de incubación a nivel mundial

V. PRESENTACIÓN del TEMA **247**
Diapositivas de Presentación "Financiamiento para Empresas Nuevas

AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo a quienes creyeron en mi y que permitieron me adentrara en este mundo fascinante del emprendimiento.

Con amor para mi Marisita, que tuvo la paciencia de acompañarme en las largas noches de trabajo y comprendió la importancia que él tenía para mi desarrollo personal y profesional.

A mi profesor guía: Gracias Rodrigo por la disposición y empuje que nos entregaste para avanzar y salir adelante, y por tu ejemplo como emprendedor el que nos entregó motivación para desarrollar este trabajo y, ojalá mas temprano que tarde, nos de las fuerzas para seguir tu ruta.

A mi familia, muchas gracias por acompañarme y aguantarme.

Muchas gracias Abuelita por enseñarme el camino de la perseverancia, a través de tus vivencias y los recuerdos de mi abuelo, que me contaste con tanto amor.

Julián Ferrando Davidovich

RESUMEN EJECUTIVO

En las páginas que siguen iremos introduciéndonos y desarrollando la temática del financiamiento para las empresas nuevas, para lo cual conoceremos las distintas opciones que la dispersa literatura nos señala como alternativas para iniciarse en el desarrollo de una empresa. Ello se irá conjugando con diversa terminología que se ha ido generando en torno al emprendimiento.

Algunas de las alternativas que se analizarán, no son fuentes de financiamiento directo, pero han contribuido a desarrollar el emprendimiento, ya sea al cubrir ciertas temáticas deficitarias en la creación de empresas nuevas (como es el caso de las incubadoras) o algunos instrumentos o instituciones que se han ligado a ciertas industrias, y se develará su real utilidad para el emprendedor.

En las conclusiones de este trabajo, se encontrarán dos importantes análisis para quien comienza la búsqueda de financiamiento. Bajo el prisma del emprendedor, conociendo sus necesidades, se analizarán estas alternativas, entregando la pauta necesaria para saber a qué alternativa acudir.

En los anexos incorporados, hemos incluido ciertos temas de interés para quien se inicia en el mundo de la independencia laboral.

Al partir con historias de otros emprendedores, que han tomado el mismo camino, lo que se aprecia en el Anexo I, quisimos tocar los aspectos motivacionales necesarios para aquellos que optan por esta ruta.

En el Anexo II mostramos otras opciones, que pueden ser un aporte para quien, en las alternativas formales analizadas en el marco teórico, no han encontrado respuesta.

El Anexo III, es un aporte en lenguaje menos coloquial y técnico, de la mirada general que se debe crear quien busca preguntas para iniciarse en el mundo del empresariado.

Finalmente, en el Anexo IV, hemos introducido cifras que nos darán luces de cómo Chile a enfrentado la creación de empresas nuevas, y el contexto general en que ellas se desenvuelven.

INTRODUCCIÓN

El fracaso nos da la posibilidad de comenzar de nuevo en forma más inteligente.

Henry Ford.

A través del presente trabajo, se entregará un análisis de las distintas alternativas de financiamiento de las cuales hace mención la literatura relativa al emprendimiento, alternativas a las que pueden optar, quienes inicien la labor de crear una nueva empresa, identificando sus necesidades de capital, en los distintos momentos en que se encuentran para dar respuesta a cómo echar a andar un proyecto.

Hablaremos de los "Proyectos sin historia", entendiendo como tales a aquellas ideas de empresas que surgen bajo el alero de la ideaficación de sus propios creadores, y potenciales dueños.

Se entregará una visión de las distintas instituciones que existen y que han surgido para ayudar a hacer realidad los emprendimientos que se ven aflorar por múltiples lugares de nuestra geografía.

Pero no pretenderemos hacer un análisis desenfocado o desraizado de lo que se debe conocer antes de partir en la búsqueda de financiamiento, y antes de comenzar las operaciones de la empresa. Por ello, la pretensión es dar una visión general de los antes, durante y después, que un potencial empresario debe conocer, no por dotar de complejidad algo que puede ser sencillo, sino para disminuir los riesgos de su idea, evitando que se pierda por aquellos "otros" aspectos que se deben conocer.

Vemos, con gran preocupación, que la gran cantidad de empresas que se integran al qué hacer nacional, han ido encontrando un camino cada vez más complejo. Chile es un mercado pequeño, pero existen miles de oportunidades, lo que se ve de manifiesto en las más de 10.500 empresas creadas por año, como las más de 535.000 empresas solo en el ámbito de las Pymes.

Si ahondamos más en estas cifras, *"En Chile existen 1.200.000 empresas, es decir, prácticamente una cada 13 habitantes. Según el Servicio de Impuestos Internos, el 2001 había 652.445 empresas formales, a las que deben sumarse otras 550 mil de carácter informal.*

Al considerar el tamaño de las empresas formales, 82% de ellas (535.537) son microempresas, es decir, que venden hasta 2.400 UF al año (aproximadamente $38 millones). Las pequeñas empresas, con ventas anuales entre 2.401 y 25.000 U.F, corresponden a 15% del total (96.842 en el 2001). Las medianas y grandes empresas suman sólo 3% de las unidades productivas. Sin embargo, son responsables por más de 87% de las ventas totales realizadas el 2001.

Por otra parte, se estima que las empresas micro y pequeñas generan alrededor de 3 millones de empleos (incluido el empleo informal), aunque obviamente, su productividad es relativamente baja."[1]

Si bien estamos lejanos de las cifras de Estados Unidos - según consigna el libro "El mito del emprendedor" de Michael Gerber- anualmente se crea cerca de un millón de empresas. De las cuales 40% desaparece en el primer año, 80% al cabo de cinco y del 20% que queda sólo sobrevive 4% transcurrida una década. Así y todo, el impacto de los emprendedores en la economía es relevante: en los últimos 20 años crearon 14 millones de empleos en ese país, mientras que las empresas más grandes, que conforman el ranking Fortune, destruyeron cuatro millones de ocupaciones.[2]

En Chile un estudio de Gustavo Crespi entre 1995-2001 reveló que 60% de las compañías no llega a celebrar un lustro.

En los últimos años hemos visto como la oferta universitaria crece a tasas increíbles, logrando que los anhelos de la clase media sean cada vez más sencillamente cumplidos: Educación para sus hijos.

Sin embargo, las grandes empresas reducen su tamaño en la contratación y sus empleos son cada vez menos estables, por lo que las ofertas de trabajo serán insuficientes para cubrir la mayor masa laboral disponible, y las tasas de cesantía ilustrada, irán aumentando día a día.

Así mismo, las oportunidades de mejores ingresos o salarios, para el personal dependiente, es cada vez más reducida, lo que se explica por el fenómeno descrito, en donde la oferta laboral es mayor que la demanda.

Todas las aseveraciones efectuadas, bastan para indicar que la solución no pasa por la generación de más empleos en estas empresas, sino de mayor cantidad de empresas, en que sea la generación de empleo un elemento accesorio, en donde veamos los esfuerzos públicos redirigiéndose hacia la creación de condiciones, no necesariamente de fondos, abriendo oportunidades a la creación de nuevas formas de generación de nuestros ingresos.

---

[1] Extraído de : "LA SITUACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN CHILE"
Marzo 2003

[2] Extraído del Artículo "El contraataque de los emprendedores"
Fuente: El Mercurio
21 de septiembre de 2003
Puede ser obtenido en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48258.html

La inquietud está latiendo en las huestes políticas[3], surgiendo interesantes iniciativas que buscan crear condiciones, que, más temprano que tarde, se ofrecerán a quienes busquen en el empresariado una alternativa de desarrollo y sustento.

Así mismo, en el seno de las universidades, y con fuerza interesante en la octava región de nuestro país, se ha comenzado a sentir como familiar el concepto de Incubadoras de Empresas[4], incorporándose una nueva forma de apoyo a la generación de empresas.

A las Universidades, por cierto, les cabe un papel esencial, desde su propia misión como tales, de ser las responsables de preparar individuos para la sociedad, por lo que deben dejar de lado el concepto de preparar perfectos empleados, para generar entes inquietos y con un espíritu emprendedor, de querer hacer cosas nuevas, que no sepan de límites más que los principios que deben guiar a toda sociedad moderna y desarrollada. Así mismo, a estos nuevos profesionales, se les debe dotar de las herramientas intelectuales y del saber, de manera tal, que montar una empresa sea algo sabido, y no un desafío a sus inquietudes.

Chile vive un momento especial: nuestras cifras nos hablan de un país que toca a los países desarrollados.

Hemos establecido importantes tratados con grandes conglomerados como la Comunidad Europea y nos hemos acercado al gran Estados Unidos y a países como Canadá o México, solo por nombrar algunos, pero, sin embargo, la visión macro nos hace olvidar que la mediana y pequeña empresa, unidades básica de la economía, que, sin afanes chovinistas, más bien fundado en cifras, es la que más emplea chilenos, y las vemos enfrentadas a una realidad que no se resuelve, más bien empeora, cuando revisamos algunas cifras que se mostrarán en este trabajo.

[3] Es importante destacar en este tenor el PROGRAMA PUBLICO PRIVADO DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO, en donde el Ministro de Economía propuso la formación de 4 equipos de trabajo para que analizaran temas específicos: Barreras a Emprendedores en nuestra sociedad, Educación y Emprendimiento, Financiamiento de Emprendimientos, y Estado y Emprendimiento.

[4] Las Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica participan en las etapas iniciales de desarrollo de las empresas. Proporcionan los recursos y servicios necesarios para poner la compañía en funcionamiento. Incluye espacio físico, asesoría legal, tecnológica o de marketing. Se clasifican en dos clases: asociadas a universidades o centros de investigación académico y las integradas a sectores industriales que utilizan tecnología de punta.

Sin embargo, aún el pesimismo que envuelve a la aseveración anterior, encontramos que existe un Aire de Renovación, que motiva a cientos, sino miles, a pensar que existe una corriente, en la que se verán realizados los sueños de muchos, y en donde encontraremos oportunidades nuevas. Ese cambio se ha catalogado como: Emprender.

Así en Chile ese aire nos da ejemplos como lo ocurrido en la Octava Región, donde cerca de seiscientos proyectos se presentaron en abril del 2003 en la región al concurso de emprendedores organizado por Innova Bío Bío y Sercotec. Un hecho único en el país, donde los jóvenes están dando que hablar, generando ideas atractivas y creando empresas pensando en grande, en conquistar mercados externos.[5]

Pero el tema que nos ocupa en este líneas, es ver lo que las empresas a punto de nacer, necesitan para transformarse en una realidad, es decirle como estructurar "sencillamente" una idea – empresa, qué hacer y, fundamentalmente, cómo conseguir esas inyecciones de capital o recursos o dineros, para comenzar a operar.

Hemos podido ver como el Estado Chileno, busca alternativas para crear "emprendimiento". Ha generado instrumentos (a través de CORFO y otras instituciones) que buscan motivar la creación de "empresas innovadoras", casi buscando transformarse en un clon de los sueños norteamericanos: Desde un garaje, con unos pocos dólares, hasta la bolsa de valores, consiguiendo muchos millones.

Pero para llegar a los verdaderos íconos del sueño norteamericano, como Microsoft, Mc Donald´s, Oracle, Wal-Mart u otros, hubo acaso millones de intentos que no fueron más que una promesa y un sueño de sus fundadores. Hubo, así, un paso necesario en todo desarrollo: Aprender de los propios errores.

Cuando leemos o escuchamos las historias de hombres de éxito ¿nos hemos preguntado cuántas veces fallaron antes de encontrar esa idea que los hizo triunfar?

Con esto queremos decirles que, para comenzar a ser empresario, se debe dejar de lado el miedo a equivocarse, para comenzar a aprender de nuestros traspiés y encontrar la perseverancia y empuje, para

[5] Extraído del artículo: "¡Quiero ser empresario!"
Fuente: El Sur
Por: Roberto Fernández Ruiz
22 de septiembre de 2003

Puede obtenido desde: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48277.html

derrotar todos los obstáculos que se interpongan, más aún cuando sabemos que nuestra idea es genial.

Al consultar innumerables portales y páginas en Internet, revistas y diarios, como la literatura técnica cercana al tópico de creación de empresas nuevas, la primera conclusión a la que podemos llegar es que existe información dispersa y, en muchas ocasiones, casi oculta, no existiendo un manual que oriente, en plenitud, a los nuevos empresarios en busca de dar inicio a sus actividades independientes. Encontramos verdaderas manifestaciones de intenciones, respecto al apoyo al emprendimiento, ideas de lo que se podrá hacer, pero falta la concreción de algunas de ellas, cuando menos, para comenzar la senda de creación de empresarios, en busca de sus aspiraciones.

Sólo falta que aquellos que tienen una idea, formalicen su proyecto y comiencen a trabajar.

El momento de la acción es hoy, la que conjugada con empuje y creer en uno mismo, vestirá nuestros sueños de realidad.

No es un camino fácil, pero vale la pena recorrerlo.

Una persona que nunca cometió un error jamás probó nada nuevo.

Albert Einstein

CAPÍTULO I :

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. **Nombre de la investigación**
2. **Objetivo de la investigación**
3. **Pregunta de investigación**
4. **Razones de la investigación**

1. NOMBRE DE LA INVESTIGACION

FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS NUEVAS

2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

Objetivo General:

Efectuar un estudio detallado de los instrumentos para financiamiento de empresas nuevas, en sus momentos iniciales, y fundamentalmente en la realidad chilena.

Objetivos Específicos:

A través de este trabajo, pretendemos que quien lo consulte pueda:

1) Conocer las opciones que existen en el mercado chileno, para financiar una empresa nueva, opciones formales tanto como informales.

2) Imbuirse en la dinámica de las Incubadoras de Empresa, y su oferta de servicios en el contexto nacional, de manera que el emprendedor pueda encontrar en ellas el apoyo que necesita para la concreción de su emprender.

3) Distinguir, de manera general, las instancias que llevan a una idea a concretarse en empresa, para preparar a un potencial emprendedor a cómo presentar su idea a los potenciales inversionistas.

4) Entender que existen distintas alternativas de cómo iniciar una empresa, desde el plano financiero, y sepa como flexibilizar sus intenciones del cómo comenzar, para evitar que ellas se constituyan en obstáculos a su emprendimiento.

5) Reconocer los diferentes montos que requerirá una empresa, en los distintos momentos cercanos a sus inicios.

6) Imbuirse en algunas Cifras de Chile, en cuanto al mundo de las empresas.

7) Tener la posibilidad de conocer Historias de otros emprendedores, nacionales y extranjeros, de manera de conocer parte de la realidad que enfrentan quienes deciden transformarse en empresarios.

8) Conocer de los nuevos términos que han ido constituyendo esta nueva área de los negocios: El Emprendimiento.

Y, de manera más íntima, esperamos que quien consulte este trabajo, encuentre un apoyo para echar a andar sus ideas, y sepa que siempre existirán alternativas para iniciarse en el mundo del empresariado.

3. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Existe en Chile Financiamiento para Empresas Nuevas, sin historia?

Se pretende revisar y clasificar las distintas alternativas de financiamiento que existen en el mercado formal, analizando si ellas cumplen el objetivo de ser instrumentos para empresas sin historia.

De igual forma, se investigarán las alternativas informales que sean alternativas de financiamiento.

Como base de esta investigación, se debe señalar una distinción dentro de las Empresas Nuevas o Sin Historia:

- Por un lado entendemos a todo tipo de empresas, cualquiera sea su naturaleza e industria en que participará.

- Y por otro lado tenemos las Empresas basadas en ideas y modelos de negocio novedosos, mercados o segmentos de mercado inexplorados o donde pueda lograrse aun el liderazgo.

Esta investigación hablará en términos generales de Empresas Nuevas o Sin Historia, y no se limitará a las "Empresas Novedosas", pues la respuesta que se busca es para que cualquier Nuevo Empresario pueda partir.

4. RAZONES DE LA INVESTIGACION

Existe una doble sensación de inquietud que ha sido la motivante para abordar este tema de investigación:

- Por una parte nos hacemos voz de la sensación o creencia generalizada de existir instrumentos para el financiamiento de empresas nuevas.

- Por otra parte, se reconoce la dificultad para acceder a recursos financieros, al existir información dispersa, y, complementariamente, nos ha llamado profundamente la atención la no existencia de libros, ni revistas especializadas que aborden el tema que nos ocupa de manera íntegra y congruente, siendo internet, a través de innumerables portales, la que más información aporta.

En apoyo a estas afirmaciones, podemos citar:

"Los instrumentos que el Estado tiene para facilitar los procesos emprendedores no son suficientes para poder estimular a lo largo de todo el país el emprendimiento. Por otra parte, si bien algunos instrumentos promueven el desarrollo de redes entre universidades y empresas para realizar investigaciones de proyectos empresarizables, la baja difusión permite que sólo un número reducido de instituciones aprovechen las ventajas de estos instrumentos."[6]

[6] Página 19: PROGRAMA PUBLICO PRIVADO DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO (Diciembre 2002), creado por el Ministro de Economía, quien propuso la formación de 4 equipos de trabajo para que analizaran los siguientes temas: Barreras a Emprendedores en nuestra sociedad, Educación y Emprendimiento, Financiamiento de Emprendimientos, y Estado y Emprendimiento."

"Las posibilidades para conseguir financiamientos específicos para proyectos empresariales son numerosas aunque escasamente conocidas y comprendidas."[7]

"Cada vez que hemos entrevistado a un científico o emprendedor chileno que logra desarrollar una nueva tecnología, nos ha hablado sobre la dificultad para encontrar el financiamiento necesario para concretar su idea.

Los programas de fondos concursables tienen ventajas y desventajas. Para Javier Russo, Gerente Comercial de Acriline y quien ha presentado varios proyectos a FONTEC, el mayor problema es la gran burocracia que hay que hacer para postular y además el largo plazo de evaluación. "Los fondos son demasiados lentos, además uno no tiene la certeza de adjudicarse los dineros. El empresario no puede esperar a ver si el proyecto es aprobado o no", señala."[8]

Siendo estos los pilares de la investigación, se ha decidido tomar conocimiento de la información que existe, para dar respuesta a nuestra pregunta, analizando las distintas opciones que pueden cumplir el objetivo de entregar Financiamiento a Empresas Nuevas.

[7] MANUAL PARA EMPRESAS: Fórmulas para conseguir apoyo y financiamiento en proyectos de mejoramiento para la Pequeña y Mediana empresa.
Departamento de Fomento y Desarrollo de Empresas. MIPYME
CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHILE

[8] Revista Mouse, La Tercera, 17 de junio de 2003, Por Daniel Contreras

CAPÍTULO II :

MARCO TEORICO

BUSCANDO FINANCIAMIENTO

Comentario Inicial

El financiamiento para una empresa en formación o para quien pretenda llevar a cabo una idea empresariable, es una de los escollos más comunes con los que se suelen encontrar los nuevos emprendedores.

Si contamos con recursos propios y suficientes, como con la capacidad de soportar el riesgo solos, se agota el problema, y no queda más que comenzar la aventura.

Los motivos del por qué una persona puede buscar financiamiento, son fundamentalmente dos:

1. No cuenta con estos recursos, y debe acudir a terceros, o

2. Se desea compartir la aventura, buscando socios en el riesgo.

Estos fondos destinados a apoyar a nuevas empresas, es lo que se conoce, en términos genéricos, como Capital de Riesgo, por cuanto quienes, instituciones o particulares, colaboran con estas iniciativas, tienen un alto grado de incertidumbre en la obtención de ganancias respecto a su inversión e incluso la recuperación de esos fondos, con la única motivación que, si la idea es buena, y se convierte un icono, la recompensa que se espera percibir es mucho mayor a la que podrían optar vía inversión en instrumentos tradicionales (depósitos bancarios, fondos mutuos, instrumentos de renta fija en general).

Ahora, entendamos que las principales fuentes de financiamiento por capital de riesgo son [9]:

[9] "Fuentes de Financiamiento Óptimo según el Estado de Desarrollo de la Empresa".
Por Alicia Castillo H., Centro de Entrepreneurship, Universidad Adolfo Ibánez.

Publicado en :
http://www.ventureslatinas.com/emprendedores/fuentes_financiamiento_cr.doc

"Capital Sudor:

Se refiere a la inversión necesaria para la creación y formación de una empresa. Es lo necesario para desarrollo de un plan de empresa, las proyecciones de mercado y los resultados financieros.

Esta inversión es típicamente asumida por los fundadores quienes deben conocer acabadamente la industria o el mercado en que se desarrollará la empresa. En términos generales, los montos estimados de inversión llegan a $13.200.000 capitalizables entre 5 y 10 años.

***Capital Semilla**:*

Se asocia a la cantidad de dinero necesaria para implementar una empresa.

Es la inversión para cubrir los costos de creación de la empresa, compra de activos y capital de trabajo hasta alcanzar el punto de equilibrio, es decir hasta que la empresa genere suficientes ingresos como para cubrir sus costos. Generalmente se utiliza para adquirir equipos, como capital de trabajo, desarrollar prototipos, lanzar un producto o servicio al mercado, proteger una innovación, etc.

El Financiamiento por capital semilla puede obtenerse de Inversionistas Ángeles o Grupos de Co Inversión. Los ángeles apoyan a empresas ya formadas que aún no generan ingresos o hasta que comienzan a ser rentable. El inversionista participa del directorio, potencia ciertas áreas funcionales de la empresa, brinda contactos y apoyo estratégico, por lo que es importante que conozca el mercado en que se desarrollará el producto y mantenga una sólida red de contactos con proveedores, usuarios y/o distribuidores. También es importante que tenga cierto nivel de conocimientos y experiencia en alguna área funcional de la empresa (marketing, finanzas, operaciones, recursos humanos, estrategia) para comenzar o mejorar la gestión.

En términos generales, los montos estimados de inversión llegan a US$ 300.000 capitalizables entre 3 y 10 años.

Los Grupos de Co- Inversión se constituyen cuando los inversionistas en empresas emergentes no desean invertir solos. De esta forma se disminuye el riesgo y el capital por persona a aportar.

Los montos estimados de inversión llegan a $330.000.000 por negociación, los aportes individuales varían y no necesariamente son iguales para todos los casos

Capital de Riesgo:

Son generalmente fondos de inversión y no personas naturales.

Ideal para fondos de pensión o empresas con caja disponible que estén interesados en diversificar su portfolio de inversiones aprovechando oportunidades de alto riesgo. Pueden establecerse inversiones corporativas o de grupos de familias.

En términos generales, los montos estimados de inversión fluctúan entre los $330.000.000 y 990.000.000. En Chile los fondos de este tipo son conocidos como FIDEs.

Financiamiento de Guerrillas:

Se refiere al uso adecuado de recursos que permite generar ingresos sin costos directos. Estas técnicas se han desarrollado como resultado de tácticas desesperadas para lograr mantener los flujos de la empresa positivos. En este caso el emprendedor deberá aprovechar los recursos financieros creativamente para apoyar a empresas emergentes con alto potencial y alto riesgo, a cambio de patrimonio. Un ejemplo de este sistema pueden ser las alianzas estratégicas, los sistemas de trueque o el factoring.

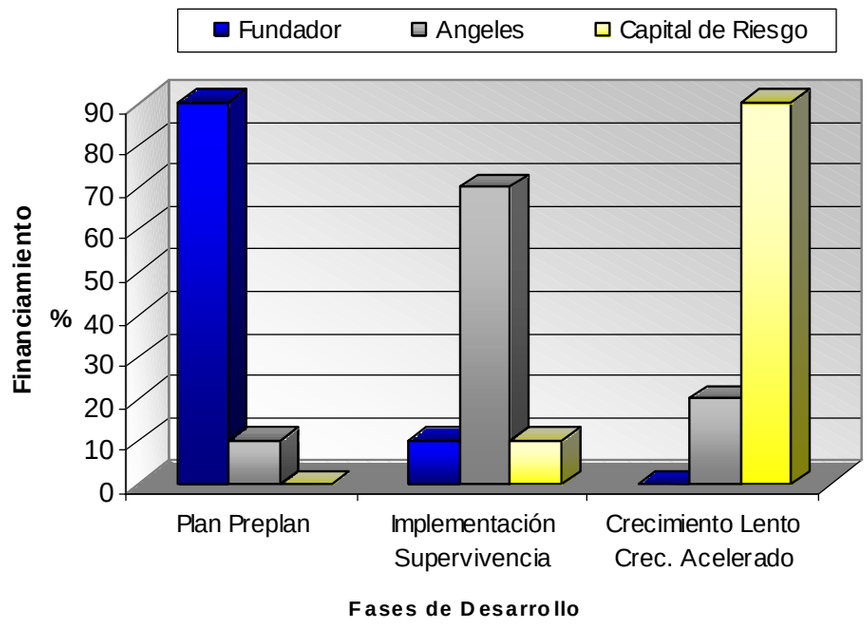
Tipo de Financiamiento y Desarrollo de una Empresa

Los siguientes tipos de financiamiento se relacionan al estado de desarrollo de las empresas:

- *En la fase de pre-plan: Capital de sudor de los emprendedores*
- *En la fase del plan: Capital de sudor de los emprendedores*
- *En la fase de implementación: Capital semilla*
- *En la fase de supervivencia: Capital semilla*
- *En la fase de crecimiento lento: Capital de riesgo, banca, primera ronda de financiamiento*

- *En la fase de crecimiento acelerado: Capital de riesgo, banca, desinversiones, segunda ronda de financiamiento.*
- *En todas las fases: Financiamiento de guerrillas"*

Gráfico 1. Estructura de Financiamiento de acuerdo al Estado de Desarrollo de Empresas



Nuestro estudio se centra en la forma de resolver los momentos iniciales de la creación de empresas, el momento más crítico a nuestro parecer.

1- Las 3 F´s : Family, Friends, Fools (familia, amigos y confiados)

La literatura cercana al tema del emprendimiento, los ha definido como una de las importantes fuentes de financiamiento de empresas nuevas.

Por su informalismo, no existe información a la cual acudir para determinar su importancia como fuente de financiamiento.

En términos generales, se trata de conseguir dinero de personas cercanas al emprendedor, quienes invierten más basado en la confianza que les inspira la persona, que en el negocio mismo.

En algunas ocasiones, el financiamiento que se obtenga puede ser tomado como un crédito y devuelto a este financista o se entrega una parte de la propiedad a cambio.

Una forma de hacerse de Capital, es buscar un socio capitalista que congenie con la idea y esté dispuesto a participar.

2- Los Bancos

Los instrumentos de financiamiento que ofertan los bancos, no están orientados a financiar empresas nuevas, sin historia, que buscan Capital semilla o Capital para el arranque de la empresa, ya que estas instituciones requieren garantías con las cuales poder asegurar el pago de los créditos que otorgan.

Dentro de los instrumentos bancarios que entregan financiamiento, en líneas generales, se encuentran los siguientes:

A Personas Naturales:

- De Consumo
- De Vivienda
- De Educación

Estos instrumentos se entregan en razón de los ingresos corrientes y habituales que la persona debe demostrar. Para ello se deben acompañar los documentos que respalden la información de ingresos que la persona efectúe.

Así, las Instituciones financieras, evaluarán si los ingresos que percibe la persona de manera habitual, le permitirán pagar la cuota mensual del crédito.

Para Empresas:

- Financiamiento de Corto Plazo
- Financiamiento de Largo Plazo
- Líneas de Sobregiro
- Créditos CORFO
- Leasing
- Factoring

Complementariamente los Bancos han generado instrumentos especiales, con diferencias particulares, como es el caso de productos orientados a la Pequeña y mediana empresa (Pyme), pero que no se alejan de la clasificación anterior.

Tal como señalamos, ningunos de estos instrumentos son para el financiamiento de empresas nuevas. Así en el caso de créditos personales, se exigirá un mínimo de tiempo durante el cual se demuestren ingresos con cierta estabilidad, y en el caso de las empresas, se verificarán los ingresos que haya generado.

3- El Estado y algunos Instrumentos

El Estado ha generado una serie de instrumentos que buscan potenciar la creación de empresas, incluso ha ido más allá desarrollando sendos estudios de las necesidades que faltan por cubrir para dar un fuerte impulso a la creación de empresas.

De los diversos instrumentos que otorgan financiamiento a empresas, hablaremos de aquellos que se han asociado al desarrollo del emprendimiento, cobrando especial realce aquellos que otorgan vías de financiamiento en los inicios de una empresa.

A continuación, reproduciremos un listado que hace mención a los objetivos que el nuevo empresario busque, y los instrumentos a los que puede acudir: [10]

Asesoría empresarial: Comercio Exterior, Productividad, Comercialización, Recursos humanos, Finanzas, Gestión de Calidad, Gestión ambiental, Planificación estratégica y desarrollo organizacional, Diseño industrial, Informática.

- FAT Fondo de Asistencia Técnica
  (CORFO)

- PAG Programa de Apoyo a la Gestión
  (CORFO)

- PREMEX Programa de Apoyo a la Gestión de Empresas Exportadoras
  (CORFO)

- Fontec Línea 3 Visita de Expertos Internacionales
  (CORFO)

- Fontec Línea 5 Estudios de Pre Inversión en Escalamiento Productivo en Proyectos de Innovación
  (CORFO)

[10] Extraído de: MANUAL PARA EMPRESAS: Fórmulas para conseguir apoyo y financiamiento en proyectos de mejoramiento para la Pequeña y Mediana empresa.
Departamento de Fomento y Desarrollo de Empresas. MIPYME
CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHILE

Gestión Asociativa de Negocios Empresariales

- PROFO Proyectos de Fomento Asociativos
  (CORFO)

- PDP Programa de Desarrollo de Proveedores
  (CORFO)

- Fontec Línea 4
  (CORFO)

Proyectos Innovadores

- **Fontec Líneas 1, 2, 3, 4 y 5.**
  (CORFO)

- **FDI**
  CORFO

- **FIA Fondo de Innovación Agropecuaria (válido para agroturismo)**
  (Ministerio de Agricultura)

- **FONDEF**
  (CONICYT)

Misiones Empresariales al Extranjero

- Fontec Línea 3
  CORFO

- FIA Fondo de Innovación Agropecuaria (válido para agroturismo)
  (Ministerio de Agricultura)

- Misiones Comerciales, Ferias Internacionales y de Prospección de
  PROCHILE

Garantías solidarias para el financiamiento bancario

- FOGAPE
  (Administra Banco del Estado)

Líneas de Financiamiento Bancario

- B-11
  (CORFO)

- B-12
  (CORFO)

- B-21
  (CORFO)

- B-22
  (CORFO)

- A-2
  (CORFO)

- B-41
  (CORFO)

- B-42
  (CORFO)

Planes y Programas Especiales Zonas Extremas

- Plan Lota
- Plan Arica
- Plan Austral
- DFL N° 889 Bonificación a la Mano de Obra

3.1- CORFO: FDI (Capital Semilla) y FONTEC

En el Área de Financiamiento de Capital Semilla se encuentran los siguientes instrumentos:

- FDI
  CORFO

- Fontec Líneas 1, 2, 3, 4 y 5.
  (CORFO)

¿Qué es CORFO?

"La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), creada en 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de impulsar la actividad productiva nacional.

Promueve el desarrollo económico de Chile, a través del fomento de la competitividad y la inversión, contribuyendo a generar más y mejores empleos e igualdad de oportunidades para la modernización productiva.

Su acción se orienta a las siguientes áreas:

- *La innovación y el desarrollo tecnológico.*
- *La modernización de las empresas que se asocian para competir.*
- *El mejoramiento de la gestión empresarial.*
- *El financiamiento y desarrollo de instrumentos financieros para atender las necesidades de las empresas.*
- *El desarrollo productivo regional y de sectores emergentes.*

CORFO pone a disposición de las empresas diversos instrumentos que incluyen créditos de largo plazo y cofinanciamientos. Estos últimos cubren parcialmente el costo de los esfuerzos de modernización de las empresas y exigen un aporte de ellas, creciente en el tiempo, que asegura que las iniciativas emprendidas sean de real interés para los beneficiarios."[11]

[11] Extraído de http://www.corfo.cl/acerca_de/index.asp

En el último tiempo, CORFO ha ido más allá al crear Líneas de Financiamiento que van en directo apoyo del emprendimiento, como lo es el caso del **"Financiamiento de Capital Semilla"**, el cual a partir del primero de octubre del año 2003, comienza un nuevo proceso, tras vivir un período de reestructuración.

Es un cofinanciamiento otorgado por la línea de capital semilla del Fondo de Desarrollo e Innovación de CORFO, a personas naturales que estén formando una empresa o bien a empresas con menos de doce meses de funcionamiento.[12]

Para la calificación de los negocios innovadores, se pondrá especial hincapié en el grado de diferenciación del producto o servicio, la rentabilidad y potencialidad de crecimiento del negocio.[13]

El capital semilla de este fondo consiste en un desembolso de hasta $ 35 millones para el despegue de proyectos. Desde que partió ha apalancado 42 iniciativas: 21 de tecnologías de la información, y el resto se reparte en actividades industriales, turismo y otras áreas.[14]

Un mínimo de $ 400 millones serán destinados este año a emprendedores de la X Región, mediante los concursos de "Capital Semilla" para nuevos negocios en acuicultura y turismo de intereses especiales.[15]

Pero veamos el lineamiento general de este fondo, extraído de la página web de CORFO, antes del primero de octubre del 2003:

[12] Extraído del artículo: "Reabren postulaciones al capital semilla del FDI-CORFO"
Fuente: La Tercera 03 de octubre de 2003
Para su consulta en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48819.html

[13] Extraído del artículo: "Reabren postulaciones al capital semilla del FDI-CORFO"

[14] Extraído del artículo: "El contraataque de los emprendedores"
Fuente: El Mercurio 21 de septiembre de 2003
Para su consulta en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48258.html

[15] Extraído del artículo: "Recursos estatales para emprendedores"
Fuente: Diario Financiero 22 de septiembre de 2003
Para su consulta en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48264.html

3.1.1. Financiamiento de Capital Semilla

¿Para qué sirve?

Fomenta la creación de nuevas empresas y negocios que se encuentren en etapa de incubación y despegue, a través del financiamiento de actividades que son claves en su proceso de puesta en marcha.

Apoya iniciativas provenientes del desarrollo de proyectos de negocios en general, negocios de base tecnológica, y productos o servicios con valor agregado, en particular en áreas asociadas a tecnologías emergentes.

¿En qué consiste?

Es un cofinanciamiento de hasta 90% del monto requerido para la ejecución de un proyecto, bajo la modalidad de subsidio, de hasta 35 millones de pesos, otorgado por CORFO a través del Fondo de Desarrollo e Innovación, para apoyar la creación de nuevos negocios y proyectos empresariales en sus etapas iniciales o tempranas.

Específicamente, esta línea de financiamiento busca apoyar el levantamiento de obstáculos o limitaciones específicas que inhiben el despegue de un proyecto o iniciativa de negocio.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas hasta con un año de existencia o en etapa de constitución, patrocinadas [16] por agentes o entidades que operan y respaldan este tipo de proyectos, tales como incubadoras de negocios, agentes de la industria de capitales de riesgo o de apoyo al emprendimiento.

Las entidades patrocinadoras deben validar mediante firma autorizada el plan de negocio del proyecto empresarial presentado por el postulante, así como apoyar la gestión estratégica del negocio y realizar el seguimiento y control de las acciones a desarrollar.

[16] Consultar Anexo: "Análisis Comparativo Patrocinadores Línea FDI CORFO", elaborado por Ventures Latina.

¿Qué financia?

Actividades tales como la prospección y promoción comercial; actividades de constitución e implementación inicial de la empresa; apoyo a la gestión estratégica y seguimiento, a la preparación de planes de negocios y, dependiendo de la importancia dentro del factor de despegue del nuevo proyecto, el desarrollo, diseño y/o validación de prototipos y/o productos.

Con los recursos aportados por CORFO para la ejecución del proyecto no se podrán financiar, entre otros, compra de inmuebles, bienes raíces, deudas, dividendos o recuperaciones de capital, compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios.

¿Cómo se accede?

Esta línea de financiamiento se organiza en un sistema de fondos concursables al que se accede por ventanilla abierta. Las **Bases y Formularios de Presentación** están disponibles en www.corfo.cl/publicaciones, en la Secretaría del FDI en CORFO (Moneda 921, piso 6, oficina 641, Santiago, Chile), en las Direcciones Regionales de CORFO y en el Fondo Innova Bío Bío en Concepción.

Entre los aspectos considerados por el Fondo de Desarrollo de Innovación, FDI-CORFO, para evaluar los proyectos presentados a financiamiento de Capital Semilla destacan: el proyecto propiamente tal, el plan de negocio, su viabilidad y su impacto económico y el perfil del equipo o gestor o postulante del proyecto."

A Abril del año 2002, se habían financiado un total de trece proyectos, a través del fondo de desarrollo e innovación, FDI-CORFO, a través de la nueva línea de financiamiento "Capital Semilla", de los cuales, ocho corresponden a proyectos en tecnologías de la información. [17]

Este fondo ha ido en directo apoyo de quienes pretenden comenzar una empresa nueva, y están en la búsqueda de capitales iniciales para su formación.

[17] Extraído de:
http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2002/0402/0804/noticias0804/noticias0804-13.htm
Domingo abril 07, 2002

El dato fue entregado en conferencia de prensa por el vicepresidente ejecutivo de CORFO, Gonzalo Rivas, la subgerente del FONDO DE DESARROLLO E INNOVACIÓN, FDI, Paulina Gálmez, entidad que operará los recursos, y representantes de las instituciones patrocinadoras de las iniciativas.

El requisito de contar con un patrocinio, se basa en la seguridad, en la asignación de estos recursos, que CORFO pretende, lo que va en concordancia con su función como organismo intermedio, ajeno a la gestión propiamente tal.

Así, bajo el tenor de acudir a ser una herramienta para el emprendimiento, buscando dar apoyo a áreas de interés nacional, a partir del año 2003 se ha abierto para financiar la puesta en marcha y despegue de nuevos negocios en dos actividades económicas de grandes perspectivas: en Acuicultura y Turismo.

Lo que se ha definido: "*Para fomentar la creación de negocios y empresas relacionadas con la acuicultura y el turismo de intereses especiales en el norte y sur del país, la Corporación de Fomento de la Producción ha convocado a concurso de proyectos, mediante el cual otorgará financiamiento de "capital semilla" para el inicio de las nuevas actividades que resulten seleccionadas.*

En el caso de la acuicultura, el concurso apunta a iniciativas que se realicen en las regiones de Los Lagos y Aysén, que impliquen la creación de negocios y empresas proveedoras de bienes o servicios relacionados con la industria acuícola.

En cuanto al turismo de intereses especiales, el concurso está abierto a iniciativas que se lleven a cabo en el extremo norte y sur del país, en las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Los Lagos, Aysén y Magallanes. Son justamente estas zonas las que han mostrado buenas perspectivas para el desarrollo de este nuevo turismo especializado, que comprende rubros como el ecoturismo, turismo de naturaleza, pesca deportiva, turismo científico, turismo antártico, turismo étnico cultural, turismo aventura, agroturismo y turismo naturaleza, entre otros similares."[18]

[18] Extraído de : http://www.economia.cl/economiafinal.nsf/0/EA6E33AAD380325D04256D9600547C01?OpenDocument&1.1

3.1.2. FONTEC [19]

Línea 1 – FONTEC
FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

¿Para qué sirve?

Para apoyar la innovación tecnológica de las empresas, ya sea en el desarrollo de tecnologías de productos, procesos o servicios, o incluyendo modelos prototipos y pruebas piloto de introducción de productos al mercado.

¿En qué consiste?

Es un cofinanciamiento que cubre hasta el 50% del costo de proyectos de innovación tecnológica que realicen las empresas, debiendo éstas aportar el monto restante.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas del sector privado nacional productoras de bienes o servicios, o entidades privadas nacionales, que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera tanto para ejecutar como para materializar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de FONTEC. Pueden presentarse individual o asociativamente, siempre que no se trate de empresas relacionadas entre sí.

¿Qué financia?

Proyectos de innovación tecnológica que consistan en actividades de investigación y desarrollo de tecnologías de **nuevos productos**, **bienes** o **servicios**, y la **incorporación de nuevos procesos a la producción**, incluyendo modelos, prototipos y **experiencias** piloto. **Se refiere también** a estudios de prospección, tipificación y cuantificación

[19] Extraído de: www.fontec.cl

de recursos naturales, siempre que la metodología o recurso sea una novedad tecnológica.

¿Cómo se accede?

Presentando en las oficinas de FONTEC en Santiago o en las oficinas regionales de CORFO, la solicitud de financiamiento que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de la empresa o las empresas postulantes

Línea 2 - FONTEC
FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

¿Para qué sirve?

Para apoyar el financiamiento de proyectos de infraestructura tecnológica de las empresas, que permitan a estas aumentar la productividad de sus procesos mediante servicios de apoyo tecnológico vinculados al aseguramiento de la calidad de la producción.

¿En qué consiste?

En un cofinanciamiento máximo de un 20% ó 30% del costo total del proyecto, dependiendo si la empresa se presenta en forma individual o con otras 2 ó más empresas, debiendo éstas aportar el monto restante.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas del **sector privado nacional** productoras de bienes o servicios, o entidades privadas nacionales, que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera tanto para ejecutar como para materializar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de FONTEC. Pueden presentarse individual o asociativamente, siempre que no se trate de empresas relacionadas entre sí.

¿Qué financia?

Inversiones en instalaciones, equipamiento científico y tecnológico, así como los costos de entrenamiento técnico de los recursos humanos y de puesta en marcha asociados al proyecto de infraestructura. Esta infraestrucutra comprende, entre otras, la implementación de unidades de control y certificación de calidad para las empresas, o laboratorios de servicios tecnológicos.

¿Cómo se accede?

Presentando en las oficinas de FONTEC en Santiago o en las oficinas regionales de CORFO, la solicitud de financiamiento que considera el

proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de la empresa o las empresas postulantes.

LÍNEA 3 - FONTEC
PROYECTOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

¿Cuál es el objetivo de la línea 3?

Apoyar la ejecución de actividades, que tienen por objetivo prospectar, difundir, transferir o adecuar tecnologías de gestión o de producción a las empresas, con el propósito de contribuir a su modernización productiva.

¿En qué consiste?

Consiste en las siguientes modalidades de apoyo a proyectos de transferencia tecnológica:

Misiones Tecnológicas al extranjero: presentadas por grupos asociativos de empresas en las que podrán participar ejecutivos, profesionales y técnicos representantes de las empresas asociadas.

Estas misiones pueden incluir visitas a empresas, universidades o centros de investigación y desarrollo tecnológico, que sean de interés para los asociados; asistencia a seminarios de especialización en modernas tecnologías de procesos, de producción y de gestión y la concurrencia a ferias y exposiciones internacionales de contenido tecnológico relacionadas con el quehacer productivo de las empresas.

Contratación de expertos, o consultoría de nivel internacional en tecnologías y procesos productivos altamente especializados, con el propósito de satisfacer requerimientos tecnológicos específicos de beneficio directo y aplicación inmediata para quienes postulan el proyecto.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios y entidades tecnológicas, que acrediten capacidad técnica, administrativa y financiera para ejecutar el proyecto, que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de FONTEC.

¿Qué financia?

En el caso de Misiones Tecnológicas, FONTEC puede otorgar una subvención promedio de hasta un 40% del costo total del proyecto, con un aporte máximo de US$ 60.000. Este aporte incluye gastos asociados a pasajes, alojamiento y alimentación y asistencia a eventos de carácter tecnológico que realicen los empresarios.

En el caso de Contratación de Expertos o Consultorías en tecnologías y procesos productivos altamente especializados, FONTEC otorga una subvención de hasta un 50% del costo total del proyecto, con un aporte máximo de M$ 25.000.-

¿Cómo se accede?

Presentando en las oficinas de FONTEC en Santiago o en las oficinas regionales de CORFO, la solicitud de financiamiento a FONTEC que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.

LÍNEA 4 - FONTEC
PROGRAMA DE APOYO A LA CONSTITUCION DE CENTROS DE TRANSFERENCIA TECNOLOGICA

¿Cuál es el objetivo de la línea 4?

Apoyar la creación y fortalecimiento de Centros de Transferencia Tecnológica privados (CTT) cuya misión sea impulsar y facilitar el uso de la tecnología como herramienta de competitividad del conjunto de empresas que integran dicha entidad.

¿En qué consiste?

En apoyar la creación y fortalecimiento de los Centros de Transferencia Tecnológica en las siguientes etapas:

Etapa 1:
Diagnóstico Tecnológico y Factibilidad del CTT

Consiste en un análisis exhaustivo sobre la oferta tecnológica existente y las necesidades tecnológicas actuales y futuras que justifiquen la creación de nuevas capacidades en este ámbito en el sector en que se inserta la propuesta.

Las empresas proponentes deben incorporar la contratación de una consultoría especializada internacional.

Etapa 2:
Constitución del CTT

Consiste en el establecimiento y puesta en marcha del CTT, financiando para ello partidas de costos relacionadas directamente con la creación y formación de nuevas capacidades de carácter tecnológico identificadas en la etapa anterior:

· Inversión en equipamiento tecnológico especializado

· Formación de recursos humanos en tecnologías asociadas a la operación y gestión del CTT.

· Gastos de puesta en marcha, gestión y administración asociados a la operación del CTT, por un período de tres años.

Al finalizar la etapa de Constitución, el Centro debe realizar una Evaluación de Impacto y Resultados y Plan Estratégico, que permita identificar donde orientar sus esfuerzos hacia el futuro.

Etapa 3:
Fortalecimiento de CTTs existentes

Consiste en la ampliación y/o fortalecimiento de las capacidades tecnológicas de CTT`s existentes y en operación que se hayan originado con financiamiento privado, ya sea con apoyo FONTEC u otra modalidad.

Los alcances y magnitud del financiamiento en esta etapa se definirán sobre la base de los siguientes elementos que constituyen requisito de postulación:

- Evaluación de impacto y resultados de las etapas anteriores del CTT, y

- Plan estratégico en que se identifique los requerimientos adicionales que le permita desarrollar las nuevas actividades que el CTT se ha propuesto para esta etapa.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas productivas de bienes y/o servicios, de un mismo sector o cadena productiva cuyo interés común sea generar una estructura de carácter privado, con capacidades para abordar problemas tecnológicos de carácter asociativo.

El nivel de representatividad y estructura o forma de organización que adopte el grupo empresarial para abordar esta iniciativa de carácter asociativo, está sujeto a la etapa a la cual postule:

Etapa 1- Diagnóstico:

5 o más empresa productivas, no relacionadas, asociadas mediante un contrato de asociación o cuentas en participación.

Etapa 2 - Constitución:

Como resultado del Diagnóstico se definirá, entre otros aspectos, el número y tipo de empresas que deben integrar el CTT, así como la(s)

entidad tecnológica que debe participar para garantizar la representatividad sectorial, y la pertinencia y solvencia de la oferta tecnológica del CTT. Durante esta etapa, las empresas deberán definir una organización jurídica tipo corporación o fundación que les permita operar en forma permanente.

Etapa 3 - Fortalecimiento:

CTTs existentes y en operación, que se hayan originado con financiamiento privado, ya sea con apoyo FONTEC u otra modalidad, y que cuenten con una organización de carácter permanente.

¿Qué financia?

Etapa 1:

Diagnóstico Tecnológico y Factibilidad del CTT FONTEC otorga una subvención de hasta un 60% del costo total aprobado por el Comité, con un aporte máximo de UF1.800.

Considera los siguientes ítems:

- Honorarios equipo consultores expertos

- Servicios, materiales y adquisición de información

- Gastos de traslado a terreno

- Gastos en talleres y seminarios,

- Gastos generales y administración

Etapa 2:

Constitución del CTT FONTEC otorga una subvención por un plazo 3 años, que asciende al 50% del costo total aprobado por Comité y con un aporte máximo de UF15.000.

Considera los siguientes ítems:

Partidas de inversión del Centro:

- Bienes de capital especializado

- Equipamiento de laboratorio de control

- Formación y entrenamiento de recursos humanos

Partidas de Costos y Gastos del Centro:

- Servicios, materiales y adquisición de información y fungibles

- Costos fijos del centro asociados a la venta de servicios tecnológicos

- Costos de puesta en marcha

- Gastos de instalación y montaje de equipos e infraestructura

- Gastos de articulación e inserción en redes internacionales

Respecto a la evaluación de Impacto y resultados y plan estratégico, FONTEC otorga una subvención de hasta el 50% del costo total, con un aporte máximo de UF1.000

Etapa 3:

Fortalecimiento de CTTs existentes FONTEC otorga una subvención por un plazo de 2 años, que asciende al 40% del costo total aprobado por el Comité, con un aporte máximo de UF 10.000.

Considera los siguientes ítems:

Partidas de inversión del Centro:

- Bienes de capital especializado

- Equipamiento de laboratorio de control

- Formación y entrenamiento de recursos humanos

Partidas de Costos y Gastos del Centro:

- Servicios, materiales y adquisición de información y fungibles

- Costos fijos del centro asociados a la venta de servicios tecnológicos

- Costos de puesta en marcha

- Gastos de instalación y montaje de equipos e infraestructura

- Gastos de articulación e inserción en redes internacionales

¿Cómo se accede?

Aquellas iniciativas que estén en fase de postulación a la etapa de Diagnóstico deben preparar un Análisis de Pertinencia que aporte antecedentes que permitan analizar y discutir los elementos esenciales que fundamenten la conveniencia, viabilidad y oportunidad de la propuesta.

Para estos efectos, las empresas interesadas deben coordinar una reunión con la Dirección Ejecutiva de FONTEC, o con la Dirección Regional correspondiente.

LÍNEA 5 - FONTEC
ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA ESCALAMIENTO PRODUCTIVO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN

¿Cuál es el objetivo de la línea 5?

Apoyar la realización de estudios de preinversión destinados a introducir, a escala comercial o industrial, innovaciones tecnológicas a nivel de productos, de procesos u organizacional; o la materialización de proyectos con alto contenido innovativo, capaces de generar impactos económicos significativos a nivel nacional o regional.

¿En qué consiste?

Consiste en el cofinanciamiento de estudios que permitan evaluar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de realizar inversiones específicas, y asignar recursos para ello, ya sea propios o provenientes de fuentes externas de financiamiento.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas privadas chilenas productoras de bienes o servicios, o entidades privadas nacionales, que acrediten capacidad técnica, administrativa y que no tengan deudas morosas y que puedan entregar garantías de ejecución de los aportes de FONTEC.

¿Qué financia?

Contempla una subvención de hasta el 50% del valor del estudio de preinversión contratado, con un máximo de US$ 15.000.

¿Cómo se accede?

Presentando en las oficinas de FONTEC en Santiago o en las oficinas regionales de CORFO, la solicitud de financiamiento a FONTEC que considera el proyecto formulado según las pautas de presentación exigidas, además de antecedentes legales y financieros de las empresas postulantes.

3.2- FONDEF [20]

FONDEF fue creado en 1991, con el propósito de fortalecer y aprovechar las capacidades científicas y tecnológicas de las Universidades e institutos tecnológicos y otros institutos, para incrementar la competitividad de las empresas, y contribuir a mejorar la calidad de vida de la población.

En 1992 la Contraloría General de la República tomó razón del D.S N° 237 del Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción que aprobó su operación por parte de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT).

La misión fundamental de FONDEF es "fortalecer y aprovechar las capacidades de innovación científica y tecnológica de las universidades e instituciones de investigación y desarrollo nacionales, financiando proyectos de alta calidad, significación e impacto para mejorar la productividad y competitividad de los principales sectores de la economía y mejorar la calidad de vida de la población".

Entre los años 1991 y 1999 FONDEF ha **invertido $ 83.341 millones de pesos**. Ha desarrollado proyectos de gran impacto para el país, contribuyendo en forma significativa a la construcción de una cultura de investigación y desarrollo científico - tecnológico y a la creación de vínculos efectivos entre universidades, institutos tecnológicos y empresas.

La operación del FONDEF apunta a los objetivos de:

• aumentar la cantidad y calidad de I+D y de la prestación de servicios científicos y tecnológicos con un impacto significativo en la actividad productiva;

• potenciar la transferencia de conocimientos al sector productivo mediante la interacción, colaboración y realización de proyectos conjuntos entre las unidades de I+D y las empresas del país; y

[20] Extraído de: www.fondef.cl y MANUAL PARA EMPRESAS: Fórmulas para conseguir apoyo y financiamiento en proyectos de mejoramiento para la Pequeña y Mediana empresa

• profundizar la especialización del país en I+D en áreas prioritarias caracterizadas por su rentabilidad social e interés nacional.

¿QUÉ FINANCIA?

En la actualidad, FONDEF financia tres tipos de proyectos:

1. **Proyectos de I+D** orientados a producir innovaciones de procesos, desarrollo de nuevos productos o servicios u otras innovaciones tecnológicas, cuya aplicación industrial o incorporación en el mercado sean consecuencia de los resultados de los proyectos.

2. **Proyectos de Transferencia Tecnológica** de los resultados de los proyectos que financia FONDEF, mediante la creación, desarrollo o fortalecimiento de capacidades institucionales en este ámbito.

3. **Proyectos de Infraestructura Tecnológica** con impacto en áreas prioritarias del quehacer socio-económico nacional, a través de la creación, desarrollo o fortalecimiento de capacidades científicas y tecnológicas institucionales de I+D con fines de investigación y prestación de servicios complejos.

Los proyectos deben referirse a alguno(s) de los sectores económicos definidos como áreas prioritarias: Agropecuaria; Energía y Agua; Pesca y Acuicultura; Salud; Forestal; Informática; Manufactura; Minería.

Los proyectos deben incluir predominantemente alguna(s) de las siguientes disciplinas: tecnologías y ciencias de la ingeniería; ciencias de la tierra; biotecnología; tecnologías y ciencias silvoagropecuarias; ciencias exactas y naturales (matemáticas, física, química y biología).

¿A QUIÉNES ESTÁ DIRIGIDO?

Los beneficiarios del FONDEF son Universidades, Institutos Tecnológicos y Centros de Investigación y Desarrollo en asociación con empresas productivas.

Su caracterización depende de la línea de trabajo específica:

a) **Proyectos de Investigación y Desarrollo:** son elegibles para recibir financiamiento del FONDEF las instituciones nacionales sin fines de lucro, que tengan como objetivo realizar actividades de I+D.

Entre otras se incluyen, ya sea de forma individual o asociados entre sí: universidades, institutos profesionales, institutos tecnológicos y de investigación, públicos o privados. Los proyectos de I+D presentados al FONDEF deberán considerar la participación activa de empresas u otras entidades que aseguren la transferencia tecnológica de sus resultados, lo que deberá reflejarse en contribuciones a la ejecución y al financiamiento de los mismos.

b) **Programa de Promoción de la Transferencia Tecnológica:** son elegibles universidades, institutos tecnológicos e instituciones de I+D sin fines de lucro, que participen o hayan participado en la ejecución de proyectos FONDEF de I+D o de infraestructura y servicios.

c) **Proyectos de Infraestructura Científica y Tecnológica:** son elegibles instituciones nacionales sin fines de lucro, que tengan como objetivo realizar actividades de I+D, como universidades, institutos profesionales, institutos tecnológicos y de investigación, públicos o privados, ya sea de forma individual o colectiva. Algunos llamados a concursos limitan la lista de elegibles para efectos de ese llamado específico.

¿COMÓ SE ACCEDE?

Para tener acceso al financiamiento del FONDEF, las instituciones interesadas deben presentar sus proyectos en concursos que son difundidos oportunamente en todo el país.

CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

Para que un proyecto FONDEF sea elegible debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Proporcionar toda la información que permita evaluar el proyecto
- Que sea un proyecto de I+D
- No exceder el monto máximo solicitado al FONDEF
- Tener una duración de 36 meses máximo de financiamiento por parte del FONDEF
- La(s) institución(es) ejecutora(a) debe financiar a lo menos el 20% del costo total del proyecto
- Las empresas y otras entidades asociadas deben financiar a lo menos el 20% del costo total del proyecto
- No puede presentar impactos ambientales negativos
- Las Instituciones beneficiarias deben ser elegibles
- Deben ceñirse a las bases

3.3- FIA: Fondo de Innovación Agropecuaria

La Fundación para la Innovación Agraria, del Ministerio de Agricultura, tiene la función de fomentar y promover la transformación de la agricultura y de la economía rural del país. En el cumplimiento de esta función, la acción de FIA se orienta hacia dos objetivos fundamentales:

- Promover y fomentar la incorporación de innovaciones en las distintas actividades de la agricultura
- Articular y complementar los esfuerzos de innovación de los diversos agentes sectoriales
- Recopilar, elaborar y difundir información referente a las iniciativas de innovación agraria desarrolladas en el país

Para ello, FIA impulsa, coordina y entrega financiamiento para el desarrollo de líneas de acción, programas o proyectos orientados a incorporar innovación en los procesos productivos, de transformación industrial o de comercialización en las áreas agrícola, pecuaria, forestal, agroforestal y dulceacuícola.

Su actividad está orientada a todas aquellas personas, agrupaciones o instituciones, públicas o privadas, que en forma individual o colectiva se dedican a la innovación, producción o investigación con fines comerciales en las áreas agropecuaria, forestal y dulceacuícola.
Las oficinas de FIA se encuentran en:

Oficina Central
Av. Santa María 2120, Providencia, Santiago.
Teléfono: (2) 4313000
Fax: (2) 334 68 11

Administración y Finanzas y Unidad de Difusión
Fidel Oteiza 1956, Oficina 21, Providencia, Santiago
Fono/Fax: (2) 4313030
E-mail Unidad de Difusión: fia@fia.gob.cl

¿QUÉ TIPO DE PROYECTOS FINANCIA FIA?

El objetivo de esta línea de apoyo financiero es contribuir a la incorporación de innovaciones tecnológicas en la agricultura nacional, mediante el apoyo financiero a iniciativas privadas o públicas de

proyectos de innovación en las áreas agrícola, pecuaria, forestal y dulceacuícola, que contribuyan a:

- aumentar la productividad y la calidad de la producción, la rentabilidad del sistema productivo y la competitividad del sector, mediante innovaciones incorporadas en las distintas etapas de la cadena productiva: manejo productivo, postcosecha, procesamiento industrial, selección, embalaje u otras.
- diversificar la actividad agrícola, pecuaria, forestal, agroforestal y dulceacuícola, mediante el desarrollo e incorporación de nuevas actividades y/o nuevos productos económicamente rentables y ambientalmente sustentables, adecuados a las diferentes condiciones agroecológicas del país.
- incrementar la sustentabilidad de los procesos productivos y de transformación, mediante la aplicación de formas y tecnologías de producción y procesamiento ambientalmente sustentables.
- impulsar, desarrollar y consolidar la gestión en el sector agrario como instrumento que permita aumentar la competitividad del sector agrícola nacional.

Los proyectos de innovación que FIA busca apoyar deben ser iniciativas cuyo desarrollo conlleve un nivel de riesgo mayor que el normalmente asociado a la actividad agraria; es decir, proyectos en los cuales, al nivel de riesgo propio de la agricultura, se sume el riesgo asociado a la creación, adaptación y/o validación de tecnologías, más allá de la simple transferencia de tecnologías.

Debe tratarse asimismo de iniciativas con orientación productivo-comercial, de carácter exploratorio y que generen información que pueda difundirse, de tal manera que la experiencia pueda replicarse posteriormente más allá del ámbito específico en que se desarrolló el proyecto.

En consecuencia, no son elegibles para obtener financiamiento de FIA las iniciativas de escala comercial, ni aquellas que presenten una estructura de costos compuesta mayoritariamente por inversiones en equipamiento y/o infraestructura.

CONDICIONES DE FINANCIAMIENTO

Esta línea opera captando las iniciativas de los sectores privado, académico y técnico, a través de llamados a concursos públicos, recepción permanente por ventanilla abierta y licitaciones en áreas consideradas de especial interés para el desarrollo del sector.

Pueden postular agentes chilenos privados o públicos, agrupaciones de productores, empresas, institutos de investigación, universidades, personas naturales o jurídicas que desarrollen su acción en forma individual o colectiva.

El criterio de financiamiento es que FIA aporta hasta un 70% del costo total del proyecto, exigiendo de la contraparte un aporte real mínimo del orden de un 30%.

En valores absolutos, el financiamiento otorgado por FIA no puede ser superior a $ 25 millones de promedio anual por año. Los ítems posibles de financiar por FIA son:

- Maquinarias y equipos: valor, costo de importación, gastos de instalación y mantención durante el proyecto
- Recursos humanos incrementales: honorarios para el personal profesional, técnico o de apoyo y consultores cuyos servicios deban contratarse específicamente para la ejecución del proyecto
- Viajes o traslados en el país: pasajes, gastos en locomoción o viáticos para actividades que estén consideradas dentro del proyecto
- Insumos y suministros: insumos silvoagropecuarios, insumos para laboratorios, reparaciones y mantenimiento que sean necesarios para el desarrollo del proyecto
- Servicios de terceros: arrendamientos o servicios varios que sean contratados por el proyecto
- Actividades de transferencia y/o difusión: todas aquellas actividades encaminadas a difundir los resultados parciales o finales del proyecto
- Gastos generales o de administración: como máximo podrán alcanzar hasta un 10% de los gastos de operación del proyecto, excluyendo los gastos en equipos y maquinarias.

FIA no financia gastos en infraestructura, royalty, overhead o incentivos al personal de planta.

PROCEDIMIENTO DE POSTULACIÓN

Las propuestas de proyectos se captan a través de llamados a concursos, licitaciones en áreas específicas y recepción por ventanilla abierta. Los concursos y licitaciones son públicos y se convocan a través de la prensa. En cualquiera de estos casos, la postulación debe hacerse de acuerdo con las Bases y Formularios respectivos. En aquellos momentos del año en que se encuentra abierto un Concurso o la postulación por Ventanilla, las bases pueden adquirirse:

- En las oficinas de FIA en Santiago (Av. Santa María 2120, Providencia), Talca (6 Norte 770) y Temuco (Bilbao 931).
- Desde Regiones, mediante un depósito bancario. Para ello es necesario hacer un depósito bancario en la cuenta del Banco del Estado Nº 136069, a nombre de Fundación para la Innovación Agraria. Posteriormente debe enviarse por fax (al Nº 2 – 334 68 11) el comprobante de dicho depósito, indicando claramente el nombre de los documentos que se desea adquirir, así como los datos completos del interesado (nombre, dirección, teléfono, fax si lo tiene y empresa o institución, si corresponde). Los documentos serán enviados por correo, a la dirección indicada en el fax.

En cada una de las modalidades de recepción (concurso público, licitación o recepción por ventanilla abierta), las propuestas son evaluadas de acuerdo con criterios técnicos y financieros preestablecidos, que son claramente especificados en las bases de cada uno de los concursos, licitaciones o ventanillas abiertas. Las propuestas son evaluadas tanto individualmente como en su conjunto por el equipo técnico de la Fundación y por especialistas externos, para ser sometidas luego a consideración del Consejo Directivo, que tiene bajo su responsabilidad la adjudicación de las propuestas.

El seguimiento y control de los proyectos individuales y de la cartera de proyectos está a cargo de la Unidad de Estudios de la Fundación. Este proceso tiene como objetivo evaluar los avances de los proyectos, a través del seguimiento en terreno de las actividades y del análisis de los informes de avance y finales, que son de dos tipos: Informes Técnicos y de Gestión, e Informes de Ejecución Financiera.

Mayores informaciones en el teléfono (2) 431 30 22 o en las Secretarías Regionales Ministeriales (Seremis) de Agricultura del todo el país.

3.4- INNOVA BÍO BÍO [21]

Este es el único fondo de decisión regional en materia de innovación en nuestro país y desde su constitución, en abril del 2001, ha asignado recursos de cofinanciamiento a 98 proyectos actualmente en ejecución, generando inversiones totales por más de $8.000 millones en la Región del Bío Bío. Sus recursos provienen de Corfo y del Gobierno Regional.[22]

INNOVA BÍO BÍO es el Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Bío-Bío, una institución pionera a nivel nacional. Nacido producto de un convenio entre el Gobierno Regional Región del Bío-Bío, el Ministerio de Economía y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO).

Está orientado a promover la innovación, la transferencia y las capacidades tecnológicas en la Región del Bío-Bío.

Su misión es contribuir a la competitividad regional y a la creación futura de fuentes sustentables de empleo a través del fortalecimiento de la innovación y el desarrollo tecnológico regional.

INNOVA BÍO BÍO desarrolla su trabajo con empresas productoras de bienes y servicios, instituto tecnológicos, fundaciones y universidades instaladas en la Región del Bío-Bío.

Para ello, INNOVA BÍO BÍO ha definido cuatro líneas de financiamiento que operan en diferentes sectores de la actividad económica, localizaciones geográficas y segmentos empresariales de la Región del Bío-Bío.

Sin perjuicio de lo anterior, orienta su acción a sectores prioritarios de la Región tales como la industria secundaria de la madera, acuicultura, industria pesquera, agroindustria, metalmecánica y servicios, además de tecnologías transversales como tecnologías de información, biotecnología y medio ambiente.

---

[21] Extraído de: http://www.innovabiobio.cl/

[22] Extraído de Artículo: "Experiencia de emprendedores"
11 de agosto de 2003
Fuente: Innova Bío Bío
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-35865.html

¿Quiénes pueden postular a INNOVA BÍO BÍO?

- Pueden postular con proyectos del tipo A empresas privadas instaladas en la Región del Bío-Bío dedicadas a la producción de bienes o servicios, así como consorcios privados constituidos a lo menos por tres empresas de iguales características, con excepción de aquellas que registren deudas morosas, previsionales o tributarias, o documentos protestados sin aclarar en los últimos 5 años.

- En el caso de los proyectos presentados para postular a financiamiento a través de la Línea B, serán elegibles aquellas entidades postulantes cuya estructura, misión y personalidad jurídica corresponda a alguna de las establecidas en el Reglamento del Comité como elegibles: Universidades, Fundaciones, Institutos tecnológicos o Consorcios tecnológico-empresariales instalados en la Región del Bío Bío. En el caso de licitaciones, la elegibilidad de las entidades postulantes será definida en las bases administrativas de postulación de cada llamado, debiendo en todo caso supeditarse a lo establecido en el Reglamento del Comité.

- Para la modalidad de postulación a través de la línea C, serán elegibles todo tipo de empresas del sector privado, instaladas en la Región del Bío - Bío, dedicadas a la producción de bienes o servicios, así como entidades vinculadas al quehacer productivo y tecnológico regional, debiendo en todo caso supeditarse a lo establecido en el Reglamento del Comité.

¿Cómo postular a los fondos que entrega INNOVA BÍO BÍO?

A las líneas de financiamiento de INNOVA BÍO BÍO se puede postular por ventanilla abierta. Además, a las líneas B y C también se puede postular mediante llamados a licitación de temas específicos.

LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE INNOVA BÍO BÍO

Líneas de financiamiento tipo A [23]:

Innovación y desarrollo, ejecutados por empresas de bienes o servicios.

En todos los casos, la postulación a esta línea de financiamiento se hace por ventanilla abierta.

A1 : Cofinancia proyectos de innovación tecnológica que prueben nuevos procesos productivos o aprovechen recursos de manera innovadora. A ella pueden postular empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la Región del Bío Bío o consorcios privados constituidos por a lo menos tres empresas de similares características, por un tope de hasta el 50% del proyecto.

A2 : Es una línea de financiamento especial para proyectos de inversión en infraestructura tecnológica que permitan aumentar la productividad de las empresas. En este caso, INNOVA BIO BIO cofinancia hasta el 20% en presentaciones individuales y hasta un 30% en proyectos conjuntos, con un tope en ambos casos de hasta US$400.000.

A3 : Esta línea de financiamiento apoya las actividades de intercambio de tecnologías de gestión o de producción, como misiones tecnológicas al extranjero y traída de expertos al país. Las empresas que postulen a esta línea deben hacerlo en grupos de al menos cinco para el caso de misiones al extranjero, y de tres para la traída de expertos. Para estas acciones, INNOVA BIO BIO cofinancia hasta un 50% del total del proyecto, con un máximo de US$100.000.

A4 : Capital semilla, que considera un aporte de hasta $25 millones para empresas emergentes (de hasta dos años de vida). Este capital cubre costos de investigación, creación, promoción, compra de activos y capital de trabajo. Se dará prioridad a los proyectos que cumplan con

[23] Extraído de: http://www.innovabiobio.cl

los requisitos de novedad en su oferta de producto o servicio a nivel regional, intensidad tecnológica o desarrollo de capacidades locales.

REGISTRO DE ENTIDADES PATROCINADORAS
(LINEA DE FINANCIAMIENTO A-4 CAPITAL SEMILLA)

1. Universidad de Concepción- Incubadora de empresas de alta tecnología.
   Concepción

2. Corporación de adelanto y desarrollo de la Provincia de Arauco- CORPARAUCO
   Arauco

3. Corporación de desarrollo social del sector rural- CODESSER
   Chillán
   Los Angeles

4. Sociedad Educacional UDEC S.A.
   Lota

5. Universidad Católica de la Santísima Concepción-Incubadora de Negocios
   Concepción

6. Universidad del Bío-Bío- Centro de Desarrollo de Empresas.
   Concepción

7. Corporación Industrial para el Desarrollo del Bío Bío CIDERE BIO BIO
   Concepción

8. Consultora Profesional Agraria Sur Ltda.
   Concepción

Líneas de financiamiento tipo B:

Fortalecimiento precompetitivo e impacto sectorial para el desarrollo productivo.

A esta línea de financiamiento pueden postular Institutos Tecnológicos, Fundaciones, Universidades y Consorcios Empresariales de la Región.

B1 : Financiamiento para proyectos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica que contribuyan al fortalecimiento precompetitivo de empresas de producción y servicios de la Región. El aporte porcentual de INNOVA BIO BIO varía conforme a los méritos y alcances de cada proyecto, con un límite de US$200.000 por año.

B2 : Para proyectos de formación de Centros de Transferencia Tecnológica presentados por consorcios tecnológico-empresariales de la Región. En estos casos, INNOVA BIO BIO financia hasta un 50% del total del proyecto, con tope de US$400.000.

B3 : Financiamiento de proyectos de innovación tecnológica en su fase de conformación de empresa o atracción de socios tecnológicos o comerciales, que permitan iniciar la producción o introducir el proyecto al mercado.

- B3.1 Financiamiento prospectivo: hasta un 80% del total, o US$80.000;

- B3.2 Financiamiento semilla: hasta un 60% del total, o US$400.000

Línea de financiamiento tipo C:

Estudios de preinversión tecnológica de interés regional.

C1 : Financia estudios desarrollados por empresas regionales de bienes o servicios que permitan evaluar cualitativa y cuantitativamente proyectos de inversión para determinar los recursos necesarios para el escalamiento productivo de dichos proyectos. Ya sea en presentaciones individuales o asociadas, INNOVA BIOBIO cofinancia hasta un 50% del total del proyecto, con un tope de US$15.000.

C2 : Investigaciones de interés tecnológico regional que estudien el impacto regional de planes de desarrollo, programas e iniciativas tecnológicas, con un máximo a entregar de US$15.000 por estudio. Se privilegiará el cofinanciamiento de estudios que cuenten con fuentes de financiamiento complementarias.

SÍNTESIS DE LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO DE INNOVA BÍO BÍO

Cód. Línea	Descripción	Características Entidades Postulantes	Topes y Restricciones al Cofinanciamiento
A1	Proyectos individuales o asociativos de Innovación Tecnológica	Empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la Región.	Porcentajes máximos decrecientes por tramos de financiamiento, según el costo total del proyecto, diferenciados para proyectos individuales y asociativos
A2	Proyectos individuales o asociativos de inversión en Infraestructura Tecnológica	Idem A1. La inversión debe estar igualmente localizada en la Región.	Límites porcentuales y absolutos de financiamiento, diferenciados para proyectos individuales y asociativos.
A3	Proyectos de Transferencia Tecnológica Asociativa	Para misiones tecnológicas: mín. 5 empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la Región. Para traída de expertos: mín. 3 empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la Región.	Límite porcentual y absoluto al financiamiento.
A4	Proyectos individuales de creación o consolidación de nuevas empresas y negocios en etapa de incubación con contenidos innovativos y base tecnológica	Empresas o emprendedores cuyos ingresos netos anuales en el último ejercicio no superen las 7.500 U.F	Cofinanciamiento bajo la modalidad de subsidio de hasta 25 millones de pesos, para apoyar la creación de nuevos negocios.

Cód. Línea	Descripción	Características Entidades Postulantes	Topes y Restricciones al Cofinanciamiento
B1	Proyectos y programas de fortalecimiento precompetitivo con alto impacto a nivel regional.	Institutos tecnológicos, Fundaciones, Universidades, y consorcios empresariales de la Región. Proyectos establecidos en la Región.	Se requieren aportes de contraparte. El aporte porcentual del Fondo varía conforme a los méritos y alcances de cada proyecto. Límite absoluto al financiamiento de proyectos, salvo decisión explícita del Consejo Directivo ante expresa solicitud de la Dirección Ejecutiva.
B2	Formación de Centros de Transferencia Tecnológica	Consorcios tecnológico-empresariales de la Región. Centros establecidos en la Región.	Idem B1
B3	Proyectos de Innovación Empresarizables: B3.1 Financiamiento prospectivo B3.2 Financiamiento semilla	Empresas privadas de bienes y servicios, Institutos tecnológicos, Fundaciones, Universidades, y consorcios empresariales de la Región. Proyectos establecidos en la Región.	Límite porcentual y absoluto al financiamiento
C1	Estudios de Factibilidad (Preinversión) para Escalamiento productivo en proyectos de Innovación.	Empresas privadas de bienes y servicios instaladas en la Región. Preferentemente orientado a empresas que hayan desarrollado exitosamente proyectos de la línea A1.	Límite porcentual y absoluto al financiamiento de estudios.
C2	Estudios Preinversionales de Interés Tecnológico Regional	Idem B2	Límite absoluto, y relativo al total de transferencias de capital del presupuesto del Fondo. Se requiere aportes de contraparte, pero no se pone límite explícito al porcentaje máximo a financiar desde el Fondo.

LIMITES Y RESTRICCIONES AL FINANCIAMIENTO OTORGADO

Línea Financiam.	Modalidad Individual	Modalidad Asociativa
A-1	**Tramo de Costo Proyecto % máximo** Hasta US$ M150 50% Entre US$ M150 y M400 40% Entre US$ M400 y M600 30% Sobre US$ M600 0%	**Tramo de Costo Proyecto % máximo** Hasta US$ M250 50% Entre US$ M250 y M400 40% Entre US$ M400 y M600 30% Entre US$ M600 y MM1.- 20% Sobre US$ MM1.- 0% (Mínimo: 3 empresas no relacionadas)
A-2	**Límite Financiamiento:** US$400.000 **Porcentaje Máximo Fin.:** 20%	**Límite Financiamiento:** US$400.000 **Porcentaje Máximo Fin.:** 30% (Mínimo: 3 empresas no relacionadas)
A-3	**No aplica.**	**Límite Financiamiento:** US$100.000 **Porcentaje Máximo Fin.:** 50% (Mínimo: 5 empresas para misiones al exterior; y 3 empresas para traídas de expertos)
A-4	**Límite Financiamiento: M$ 25.000**	**No aplica.**

Línea Financiam.	Modalidad Individual	Modalidad Asociativa
B-1	**Límite Financiamiento:** US$200.000 por año y US$500.000 en total, salvo decisión calificada del Consejo Directivo aprobando financiamiento mayor, a solicitud de la Dirección Ejecutiva del Fondo. Este financiamiento podrá distribuirse por un período máximo de 3 años. **Porcentaje Máximo Fin.:** Variable, de acuerdo a los alcances y méritos del proyecto.	**Idem Modalidad Individual**
B-2	**No aplica**	**Límite Financiamiento:** US$ 200.000 por año y US$400.000 en total, salvo decisión calificada del Consejo Directivo aprobando un financiamiento mayor. Este financiamiento podrá distribuirse por un período máximo de 3 años. **Porcentaje Máximo Fin.:** 50%
B-3.1 **B-3.2**	**Límite Financiamiento:** US$80.000.- **Porcentaje Máximo a Fin.:** 80% **Límite Financiamiento:** US$400.000 **Porcentaje Máximo a Fin.:** 60%	**Idem Modalidad Individual** **Idem Modalidad Individual**
C-1	**Límite Financiamiento:** US$15.000 **Porcentaje Máximo a Fin.:** 50%	**Límite Financiamiento:** US$25.000 **Porcentaje Máximo Fin.:** 50% (Mínimo: 3 empresas no relacionadas)
C-2	**Límite Financiamiento:** US$12.000 **Porcentaje Máximo a Fin.:** Variable, de acuerdo a los alcances y características del estudio.	**Idem Modalidad Individual**
Llamados Especiales	**Conforme lo establezcan las bases del llamado**	**Conforme lo establezcan las bases del llamado**

SINTESIS ITEM FINANCIABLES

Línea Financ.	Items Financiables	Items no Financiables
A-1	• Personal de dirección e investigación • Servicios materiales y otros insumos • Uso de bienes de capital y otros activos fijos de la empresa. • Uso de bienes de capital nuevos a adquirir para el desarrollo del proyecto.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Item de gastos generales. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.
A-2	• Estudio e ingeniería de diseño de las instalaciones del proyecto. • Construcción, instalación y montaje. • Adquisición de equipos, instrumentos para análisis, controles e investigación aplicada a las operaciones. • Gastos generales de instalación, administración y puesta en marcha. • Entrenamiento técnico de los RRHH asociados a la explotación del proyecto.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.
A-3	• Programación y asesoría local y/o externa. • Pasajes aéreos, tasa de embarque, seguro de asistencia en viaje (clase turista). • Alojamiento y alimentación. • Movilización en destino. • Asistencia a eventos. • Traducción. • Contraparte INNOVA BIOBIO.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.

Línea Financ.	Items Financiables	Items no Financiables
A-4	• Prospección y promoción comercial. • Actividades de constitución e implementación inicial de la empresa • Apoyo ala gestión y seguimiento • Preparación de planes de negocio • Dependiendo de la importancia se puede llegar a cofinanciar el desarrollo, diseño y/o validación de prototipos y/o productos.	• Compra de inmuebles • Bienes raíces • Deudas • Dividendos o recuperación de capital • Compra de acciones • Derechos de empresas • Bonos y otros valores mobiliarios.
B-1	• Presupuesto estimado del proyecto según proyección de negocios e impactos.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.
B-2	• Estudio y diseño de las instalaciones del proyecto. • Obras civiles, construcción, instalación y montaje de infraestructura. • Adquisición de bienes de capital y equipamiento. • Entrenamiento técnico de los RRHH asociados a la explotación del proyecto. • Servicios materiales y fungibles. • Gastos de vinculación o articulación entre dda y oferta tecnológica. • Gastos generales y de administración asociados a la ejecución del proyecto.	• Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.

Línea Financ.	Items Financiables	Items no Financiables
B-3.1 **B-3.2**	• Presupuesto estimado del proyecto según proyección de negocios e impactos.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.
C-1	• Consultor Principal. • Equipo de asesores especialistas. • Servicios adicionales. • Administración.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.
C-2	• Consultor Principal. • Equipo de asesores especialistas. • Servicios adicionales. • Administración.	• Inversiones en bienes de capital productivos. • Inmuebles y bienes raíces. • Deudas, dividendos o recuperación de capital. • Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios. • Gastos de promoción. • Viajes de promoción. • Valorizaciones de marca.

3.5- OTROS INSTRUMENTOS:

3.5.1. Apoyo a la Promoción, Atracción y Materialización de Inversiones a Regiones (Excluida la Región Metropolitana)

a. Estudio de Preinversión [24]

Incentivo a los Estudios de Preinversión o Asesoría especializada en la etapa de Preinversión - TODOCHILE

¿Para qué sirve?

Apoya la realización de estudios o asesorías especializadas en la etapa de preinversión para proyectos de inversión en regiones. Este beneficio esta disponible para los diversos sectores productivos.

¿En qué consiste?

Cubre hasta el 50% del costo total de estudios de preinversión que requieran las empresas, con un tope máximo de $ 5,000,000.- por empresa, en el caso que la inversión total estimada fluctúe entre US$500.000 y US$2.000.000. Si la inversión es superior a los US$2,000,000.- el tope máximo por empresa es de US$50,000.

¿Quiénes pueden acceder?

Inversionistas privados chilenos y extranjeros, que actúen individualmente o agrupados en consorcios, que acrediten experiencia, capacidad técnica y financiera para realizar el proyecto de inversión. En el caso de inversionistas extranjeros deben acreditar un representante legal para la formalización de la subvención.

[24] Extraído de: http://www.todochileinversiones.cl/todochile-incen.htm

¿Qué financia?

El costo de la realización de estudios de prefactibilidad, de factibilidad de proyectos de inversión y otros estudios previos y necesarios para la materialización de la inversión (ejemplos: estudios de impacto ambiental, de suelos, de arquitectura, de ingeniería, entre otros). Financia asimismo asesorías especializadas y necesarias para materializar el proyecto. Los estudios deben ser efectuados por consultores externos o por profesionales de la empresa-inversionista.

¿Cómo se accede?

Se postula a la subvención llenando la solicitud correspondiente, que se encuentra a disposición en las oficinas de CORFO-Regionales ó en la Dirección de Promoción de Inversiones, TODOCHILE - Santiago.

b. Incentivo al promotor de la Inversión - TODOCHILE [25]

¿Para qué sirve?

Estimula a quienes promueven, atraen y materializan inversiones en Regiones.

¿En qué consiste?

Para inversiones entre US $ 500,000 y US $ 2,000,000., el monto del subsidio al promotor de inversión será de hasta $5,000,000.- por proyecto, dependiendo del número de empleos generados por cada proyecto de inversión, según la siguiente escala:

$2,000,000 por proyecto de inversión que genere entre 5-20 empleos.
$3,000,000 por proyecto de inversión que genere entre 21-50 empleos.
$5,000,000 por proyecto de inversión que genere entre 51 ó más empleos.

Para inversiones superiores a los US$2,000,000.- el monto del subsidio al promotor de inversión será de hasta US$50,000.- por proyecto,

[25] http://www.todochileinversiones.cl/todochile-inver.htm

dependiendo del número de empleos generados por cada proyecto de inversión, según la siguiente escala:

US$10,000 por proyecto de inversión que genere entre 5-25 empleos.
US$20,000 por proyecto de inversión que genere entre 26-50 empleos.
US$30,000 por proyecto de inversión que genere entre 51-75 empleos.
US$40,000 por proyecto de inversión que genere entre 76-99 empleos.
US$50,000 por proyecto de inversión que genere 100 ó más empleos.

¿Quiénes pueden acceder?

Empresas consultoras, filiales de bancos y consultores en general con experiencia en el tema; nacionales o extranjeros.

¿Qué financia?

Permite financiar las actividades que realice un promotor o gestor del proyecto de inversión, detalladas y aprobadas en un "Plan de Trabajo" por CORFO.

¿Cómo se accede?

Llenando la solicitud correspondiente, adjuntando los antecedentes que en ella se indican y firmando un contrato suscrito entre CORFO, la empresa inversionista y el promotor, una vez aprobado el Plan de Trabajo. La solicitud está disponible en las oficinas de CORFO-Regionales ó en la Dirección de Promoción de Inversiones TODOCHILE - Santiago.

3.5.2. Apoyo a la Promoción y Atracción de Inversiones para la creación de empresas de Alta Tecnología no tradicionales [26]

a. Incentivo a los Estudios de Preinversión - Alta Tecnología (HT - 1)

Apoya la realización de estudios de preinversión para la creación de empresas de Alta Tecnología que desarrollen proyectos en el campo de la información, comunicaciones, biotecnología, nuevos materiales y electrónica, en todas las regiones de Chile. Algunas áreas en este campo son: producción de software, equipos y componentes para procesamiento y transmisión de información, servicios a personas y empresas con uso intensivo de tecnologías de información (centros de contacto, proveedores de servicios de aplicación, aplicaciones a logística u otras análogas) producción y difusión de contenidos multimediales, productos bio-tecnológicos y farmacéuticos, producción de nuevos materiales.

Cubre hasta el 60% del costo total de los estudios de preinversión que requieran las empresas, con un tope máximo de US$ 30.000 por empresa.

b. Incentivo al promotor de la Inversión - Alta Tecnología (HT - 2):

Estimula a quienes promueven y concretan la creación de empresas de Alta Tecnología, en cualquier región de Chile, en el campo de la información, comunicaciones, biotecnología, nuevos materiales y electrónica. Algunas áreas en este campo son: producción de software, equipos y componentes para procesamiento y transmisión de

[26] http://www.todochileinversiones.cl/altatecno.htm

información, servicios a personas y empresas con uso intensivo de tecnologías de información (centros de contacto, proveedores de servicios de aplicación, aplicaciones a logística u otras análogas) producción y difusión de contenidos multimediales, productos bio-tecnológicos y farmacéuticos, producción de nuevos materiales.

Se otorga a quienes promueven y logran que se concreten nuevas inversiones en el campo de la Alta Tecnología, con un tope máximo de US$ 30.000 por empresa. El promotor debe desarrollar un Plan de Trabajo que deberá contener todas las acciones tendientes a la materialización de las inversiones. En todos los casos la subvención se paga una vez materializada la inversión.

c. Subvención a la formación de recursos humanos - Alta Tecnología (HT - 3):

Para capacitar al recurso humano que las empresas requieren para desarrollar sus proyectos de Alta Tecnología, en el lugar de trabajo, y que no necesariamente poseen las habilidades adecuadas al trabajo que abordarán, en el campo de la información, comunicaciones, biotecnología, nuevos materiales y electrónica. Algunas áreas en este campo son: producción de software, equipos y componentes para procesamiento y transmisión de información, servicios a personas y empresas con uso intensivo de tecnologías de información (centros de contacto, proveedores de servicios de aplicación, aplicaciones a logística u otras análogas) producción y difusión de contenidos multimediales, productos bio-tecnológicos y farmacéuticos, producción de nuevos materiales.

Se otorga a las empresas inversionistas por cada nuevo trabajador contratado, con residencia en el país, por el concepto de entrenamiento en el lugar de trabajo. La subvención alcanza hasta 140 Unidades de Fomento (alrededor de US$ 3.800 por trabajador).

d. Incentivo a la inversión en activos fijos inmovilizados - Alta Tecnología (HT - 4):

Para la compra de activos fijos inmovilizados necesarios para la materialización de la inversión en el campo de la información, comunicaciones, biotecnología, nuevos materiales y electrónica, en todas las regiones de Chile. Algunas áreas en este campo son: producción de software, equipos y componentes para procesamiento y transmisión de información, servicios a personas y empresas con uso intensivo de tecnologías de información (centros de contacto, proveedores de servicios de aplicación, aplicaciones a logística u otras análogas) producción y difusión de contenidos multimediales, productos bio-tecnológicos y farmacéuticos, producción de nuevos materiales. Comprende: compra de terrenos, urbanización de terrenos, construcción de infraestructura industrial y equipamiento tecnológico.

Cubre hasta el 40% de la inversión en activos fijos inmovilizados, con un tope de 20.000 Unidades de Fomento por empresa (Alrededor de US$ 550.000). Para estos efectos CORFO deberá aprobar un Plan de Inversiones que contemple la ejecución de inversiones en un terreno de destino industrial, tales como la compra del terreno, su urbanización, la construcción de la infraestructura industrial y el equipamiento tecnológico.

3.5.3. FOGAPE [27]

El Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE) , es un Sistema de Garantías, que permite garantizar Créditos de Pequeños Empresarios, que no cuentan con Garantías suficientes para presentar a las Instituciones Financieras en el financiamiento de sus Créditos.

¿ Cuál es la ventaja de operar con el FOGAPE?

- Permite dar efectivo acceso al crédito a Pequeños Empresarios que no disponen de garantías para presentar a las Instituciones elegibles.
- Permite financiar necesidades de capital de trabajo y proyectos de inversión.
- No exige garantías adicionales, siendo decisión de las instituciones financieras la exigencia de garantias complementarias.

¿Quiénes se benefician con la Garantía FOGAPE?

Pequeños Empresarios.

Personas Naturales o Jurídicas, de cualquier sector de la economía productores de bienes y/o servicios.

Se acepta como tales a los postulantes:

- Que tengan la calidad de Pequeño Empresario al momento de solicitar un crédito con la garantía del Fondo, y que no exceda del nivel de ventas.
- A los que requieran financiamiento para iniciar con estos recursos una actividad empresarial, para producir bienes y servicios.

[27] Extraído de: http://www.fogape.cl

Organizaciones de Pequeños Empresarios Elegibles.

- Entidades constituidas ya sea como Personas Jurídicas Sin Fines de Lucro, como Sociedades de Personas o como Organizaciones de Usuarios previstas en Códigos de Agua (comunidades de agua, comunidades de obras de drenaje, asociaciones de canalistas, u otras organizaciones de usuarios que sean sujetos de crédito).

- A lo menos dos terceras partes de las personas naturales que integren estas asociaciones, deberán cumplir con los requisitos de nivel de ventas anuales máximas estipuladas.

- Y que requieran financiar proyectos de riego, drenaje, infraestructura productiva o equipamiento.

Exportadores.

Personas que tengan la calidad de tal, que hayan efectuado exportaciones en los dos años calendario anteriores por un valor promedio FOB igual o inferior a **US$ 16.700.000** anuales.

¿Cuál es el nivel de ventas establecido para poder operar con el FOGAPE?

Tipo de Beneficiario	Nivel de Ventas
Pequeños Empresarios Agrícolas	Ventas netas anuales no excedan de **UF. 14.000.** Pueden optar propietarios, arrendatarios, medieros, aparceros, sin importar la superficie del predio.
Pequeños Empresarios No Agrícolas	Ventas netas anuales no excedan de **UF. 25.000**. Pueden optar empresarios de los sectores de la economía: Industria, Servicios, Transportes, Minería, Pesca, etc.
Organización de Pequeños Empresarios Elegibles	**Sin límite de ventas anuales**. De cualquier sector de actividad económica
Exportadores	Exportaciones promedio FOB (*) igual o inferior a **US$ 16.700.000 anuales**. **Realizadas en los dos años calendarios anteriores.** (*) El valor promedio FOB se obtiene dividiendo por 2 la sumatoria del monto total de las exportaciones en los dos años calendario anteriores.

¿Cuáles son los requisitos que se solicitan para postular a la Garantía del FOGAPE?

- Estar clasificado A o B, según las normas de la SBIF y presentar informes comerciales favorables.

- Calificar como Pequeño Empresario , Exportador u Organización de Pequeños Empresarios Elegibles, según el nivel de ventas netas anuales o exportaciones.

- Los Créditos no pueden superar los montos y plazos máximos definidos por tipo de beneficiario

¿ Que se puede financiar con la Garantía FOGAPE?

Tipo de Beneficiario	Objetivo de Financiamiento
Pequeños Empresarios Agrícolas y No Agrícolas.	**Proyectos de Inversión.** Ejemplo: Adquisición de maquinaria, equipos, locales; mobiliario, Construcción de Plantas; etc. **Capital de Trabajo,** Ejemplo: Adquisición de materias primas, pagos de remuneraciones, adquisición de mercadería. Se exceptúa refinanciamiento de deudas financieras. **Constitución y/o aportes a Sociedades Productivas** (relacionadas con el rubro del solicitante). Ejemplo: Creación de una pequeña empresa.
Organización de Pequeños Empresarios Elegibles	**Infraestructura productiva, Equipamiento, Proyectos de Riego y/o drenaje.**
Exportadores	**Solamente Capital de Trabajo.** Ejemplo: Cartas de crédito, compra de materias primas, PAE, etc.

¿Cuáles son las condiciones de los créditos afectos a la Garantía?

A) Créditos efectivos

Tipo de Beneficiario	***Monto máximo de créditos afectos al FOGAPE (1)***	***Tasa de garantía máxima de cobertura de la garantía.***	***Plazo Máximo de Créditos (2)***
Pequeños Empresarios Agrícolas y no Agrícolas	UF 5.000	**Para créditos de hasta UF 3.000:** **80%** Para créditos con Plazo mayor a 36 Meses y/o empresas con menos de 1 año de funcionamiento **70%** Para créditos con plazo menor o igual a 36 meses y siempre que la empresa tenga mas de 1 año de funcionamiento **Para créditos entre UF 3.000 y UF 5.000:** **50%** Independiente del plazo y/o antiguedad de la empresa	10 años en créditos tradicionales.
Exportadores	UF 4.810	**80%** del Crédito	1 año, renovable en igual plazo
Organización de Pequeños Empresarios	UF 24.000	**80%** del Crédito	10 años

Elegibles			

Nota: Tasas vigentes a partir de la Licitación del 30 de Diciembre de 2002

(1) Endeudamiento máximo a la que puede postular un beneficiario en el Sistema Financiero afecto a la garantía FOGAPE.
(2) Los plazos de los créditos lo determinan las Instituciones Financieras de acuerdo a sus políticas comerciales, respetando los máximos establecidos.

B) Créditos contingentes

Tipo de Beneficiario	***Monto máximo de créditos afectos al FOGAPE (1)***	***Tasa de garantía máxima de cobertura de la garantía.***	***Plazo Máximo de Créditos (2)***
Pequeños Empresarios Agrícolas y no Agrícolas	UF 5.000	**80%** para créditos de hasta UF 3.000. **50%** para créditos entre UF 3.000 y UF 5.000	2 años
Exportadores	UF 4.810	**80%** del crédito	

Nota: Solo financiamiento de capital de trabajo

¿Qué tipo de créditos están afectos a la Garantía del Fondo?

- **Créditos Tradicionales o Efectivos :** Es el financiamiento directo de necesidades de la empresa según los objetivos ya señalados, representando un desembolso de recursos al momento de ser otorgado. El plazo máximo para este tipo de financiamiento puede llegar a 10 años, en el caso de Pequeños Empresarios y Organizaciones Elegibles, y un año en el caso de los Exportadores.

- **Créditos Contingentes :** Es una modalidad de financiamiento que no implica un desembolso de recursos en el momento de ser otorgado, pero puede constituirse en un crédito efectivo. Ejemplo: Líneas de crédito, Contratos de Factoring, Boletas de garantía y Cartas de crédito. El plazo máximo se determina en cada licitación, estando fijado en la actualidad en un máximo de dos años.

¿ Cuál es el costo de utilizar FOGAPE?

El beneficiario de la garantía FOGAPE, deberá pagar una comisión de uso que puede llegar a un máximo de 2% anual del capital garantizado. Actualmente dicha comisión esta fijada en un 1% siendo cobrada por las propias instituciones financieras otorgantes según el tipo de crédito:

- **Créditos Efectivos:** con la misma frecuencia que los intereses del crédito (saldo vencido)

- **Créditos Contingentes:** en forma anticipada por el periodo total del compromiso.

Dónde puedo acceder a un crédito FOGAPE?

Los créditos afectos a la garantía del Fondo deben ser solicitados directamente a las instituciones financieras que presenten derechos adjudicados, incluyendo a Bancoestado, y en cuyo caso se pueden solicitar en cualquiera de las oficinas que presenten atención de Pequeñas y Microempresas del país.

Si usted es pequeño o microempresario, y desea solicitar un crédito o información con la garantía FOGAPE, puede dirigirse a cualquiera de estas siguientes instituciones financieras o a la administración del fondo.

4- Incubadoras

Según Ingrid Rosten [28], cofundadora de la estadounidense International Business Incubator (IBI), *"aún existen unas 4.000 incubadoras de empresas en todo el mundo, de las cuales 1.000 se encuentran en Estados Unidos, concentradas especialmente en Silicon Valley. "Esto demuestra que el modelo es bueno y, de hecho, hemos visto que funciona en muchas partes*.

Y Rosten sabe lo que dice. Fundó la primera incubadora internacional en San José, ayudó a dar vida a otros ocho centros de desarrollo de negocios, es miembro del Consejo Internacional de Silicon Valley y ha dado conferencias a más de 300 grupos de visitantes y delegaciones en California acerca de la incubación como una herramienta de desarrollo económico."

La Historia de las incubadoras, ha estado plagado de logros, constituyéndose en un motor de nuevas empresas.

Existen diferentes tipos de incubadoras, las cuales adoptan un determinado perfil según sus fundadores, como por ejemplo : gobiernos locales y regionales, universidades, cámaras de comercio, agencias de desarrollo, parques de ciencias y tecnologías, organizaciones sin fines de lucro, etc.

A su vez cada una de ellas desarrollan diferentes modelos de incubación, claro está que la que nos interesan son las que apuntan a dar apoyo al desarrollo de la idea de nueva empresa en sus inicios, (start up), y luego con su consolidación.

A que nos referimos con Incubar Una Empresa: es un proceso por el cual una institución especializada, una incubadora, brinda asistencia, capacitación, y apoyo a un emprendedor para la definición de su proyecto, el desarrollo de su empresa y su capacidad empresarial, desde su creación hasta su integración en el mercado.

[28] Entrevista a Ingrid Rosten
Cofundadora y directora administrativa del International Business Incubator (IBI)
Por Magdalena Álvarez, periodista de AméricaEconomía.com.

¿Cuál seria entonces la función básica de una incubadora?

Maximizar la probabilidad de éxito de cada proyecto incubado, potenciando la creación de nuevos empresarios capaces y de empresas aptas para desarrollarse y perdurar en el tiempo.

"Las empresas, y especialmente los proyectos de alta tecnología, en sus inicios se ven expuestos a importantes riesgos de fracaso, que en general se deben a una multiplicidad de esfuerzos destinados a la puesta en marcha, deficiente estructuración financiera y especialmente a una escasa claridad respecto de las necesidades reales de sus clientes.

Asimismo, el fracaso puede derivar de la carencia de conocimientos tecnológicos, insuficiente capacidad de gestión, productos de diseño limitado, falta de contactos con redes de colaboración y no contar con acceso expedito a fuentes de financiamiento adecuadas, considerando las características específicas de este tipo de iniciativas."[29]

Una incubadora, fundamentalmente crea condiciones que disminuyen el riesgo asociado al nacimiento o creación de nuevos negocios, esto producto de su grado de innovación, valor agregado y/o desarrollo tecnológico, los cuales por sus características particulares, tienen escasas probabilidades de acceder a los mecanismos tradicionales de desarrollo empresarial.

Fases de Desarrollo de una Empresa en una Incubadora

La incubación de negocios es un proceso dinámico que persigue desarrollar nuevas empresas potenciando proyectos desde su gestación.

Se realiza en cuatro fases: selección, preincubación, incubación y seguimiento.

El primer paso es siempre atraer a nuevos emprendedores con proyectos y potencial para convertirse en empresas exitosas. En el caso de las incubadoras universitarias, esta convocatoria se abre no sólo a los estudiantes de los respectivos planteles, sino también a emprendedores externos.

Los postulantes aceptados ingresan a una etapa de preincubación, que

[29] Extraído del artículo: UC pone en marcha una incubadora de negocios para alumnos emprendedores que quieran ser empresarios
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28565.html

puede durar entre 2 y 3 meses y en la que deben definir su plan de negocios y generar un programa de trabajo.

Tras ello se realiza la selección de los proyectos viables, etapa en la que los incubandos reciben apoyo para diseñar un plan de negocios detallado, acceder a diferentes instrumentos de financiamiento y capitalización, y asistencia y capacitación en temas de creación y gestión de empresas, junto con el necesario apoyo emocional.[30]

Recursos y Servicios de las Incubadoras [31]

Las incubadoras de negocios pueden ofrecer una amplia variedad de servicios de valor agregado que se adapten a las necesidades específicas de los incubados.

Algunos de estos servicios son:

1. <u>Servicios de Infraestructura</u>:

- Acceso a infraestructura: Espacios físicos modulares provistos de servicios básicos de gas, electricidad, agua, comunicaciones, INTERNET, amoblado, etc.

- Servicios generales: Secretaría, mensajería y recepción, compra de materiales e insumos, mantención y aseo, vigilancia y seguridad, salones de conferencias y reuniones, cafeterías, biblioteca, laboratorios, arriendo de vehículos y estacionamiento, arriendo de equipos.

- Acceso a infraestructura virtual (sitio web con herramientas personalizadas).

[30] Extraído del Artículo: "Qué son y cómo operan las incubadoras de empresas de las universidades"
Diario La Segunda
http://www.lasegunda.com/edicionimpresa/include/detalle/index.asp?idnoticia=0209012004021X1030003&from=d

[31] Extraído de: http://www.portalincubacion.cl/contenidos2.asp?pagina=321&

2. <u>Servicios de Atmósfera:</u>

- Proximidad y contacto con otros emprendedores.

- Espacios comunes de interacción entre incubandos (cafeterías, cocina, bibliotecas, salas de reuniones, canchas deportivas, etc.).

- Clima de Innovación, de crecimiento y sana competencia.

- Clima de comportamiento ético riguroso, particularmente en incubadoras tecnológicas.

- Imagen corporativa clara y definida que aporta credibilidad y mejora la imagen de los negocios en incubación.

3. <u>Servicios de Gestión y Networking:</u>

- Servicios profesionales de consultoría legal y contabilidad, Propiedad Intelectual, información y computación.

- Servicios avanzados de gestión como preparación de planes de negocio, manejo de recursos humanos, formación de equipos, marketing y publicidad, planificación estratégica, apoyo a la investigación y desarrollo, impuestos, gestión de riesgo y seguros, asesorías de financiamiento a través de participación y créditos, asistencia para el desarrollo de exportaciones, etc.

- Acceso a redes de know-how, mentores y directorio de consejeros, así como también a recursos y servicios provistos a través de relaciones con universidades e instituciones de investigación.

- Acceso a fuentes de financiamiento como programas de fomento, subsidios, créditos para capacitación, capitales de riesgo, ángeles, etc.

- Conocimiento, experiencia y apoyo emocional entregado por el gerente de la incubadora y su staff.

- Entrenamiento y capacitación para que los emprendedores desarrollen las habilidades necesarias para emprender exitosamente sus negocios: actitud emprendedora, capacidad de inventar oferta, formar equipos de trabajo, desarrollar una visión macro-micro y organizar recursos,

comunicar-vender-negociar, crear redes de apoyo y manejar técnicas básicas de creación y gestión de empresas.

- Otros servicios de pre y post-incubación.

En Chile, se ha encontrado Información de 16 Incubadoras, de las cuales, 10 están ligadas a Universidades, y las restantes a Municipalidades e iniciativas privadas.

5- Capitalistas Ángeles

Los inversionistas ángeles en contraposición a los capitalistas de riesgo, que invierten el dinero de otras personas, contribuyen con su propio capital al despegue de las empresas (etapa startup).

Usualmente son inversionistas con experiencia e incluso ejecutivos retirados que han acumulado su experiencia durante su carrera para invertir en un área en una industria particular.

Tienden a ser menos adversos al riesgo y menos estructurados en sus decisiones de inversión. Fundan un mayor número de starups en cualquier momento del año que los capitalistas de riesgo.

Buscan inversiones generalmente a través de referencias, amigos, profesionales o de otros inversores. Consideran los Planes de Empresa como instrumentos inevitables si entregan una completa información sobre la historia de la empresa, pero lo que quieren es ver el perfil de los emprendedores que está detrás del proyecto y que lo sustenta, porque deben estimar una posible relación cercana a futuro.[32]

Los Inversionistas Privados aportan su capital a cambio de un porcentaje de participación en la sociedad sin ningún tipo de garantía.

Asumen un riesgo que puede llevarlos a perder la totalidad de la inversión si la sociedad no cumpliere sus compromisos. Como contrapartida, espera de esta inversión un retorno no comparable al rendimiento de las inversiones sin riesgo; es decir, obtener una fuerte plusvalía al momento de revender, transcurridos 5 o 7 años desde su incorporación.

El rendimiento medio contemplado por este tipo de inversión se sitúa entre el 20% y el 25% anual, pudiendo alcanzar el 30% a 35%.[33]

[32] Extraído de: http://www.ventureslatinas.com/investigacion/index.htm

[33] http://www.khumano.com

6- Capital de Riesgo (Venture Capital)

Para financiar los nuevos proyectos que se están generando, que buscan financiamiento, se requiere de capital de riesgo o venture capital, que es una industria de fondos privados que se dedican a prestar montos que fluctúan entre US$ 200 mil hasta US$ 1,5 millón a empresas en expansión. De la mano de estos fondos se han consolidado multinacionales como Apple, Compaq o Microsoft.[34]

Para comenzar, entendamos qué se entiende por Capitalistas de Riesgo en términos generales:[35]

"Este es un mercado de intermediación financiera. Los capitalistas de riesgo toman fondos de un grupo de inversores y los invierten en empresas emergentes, las que se caracterizan por su escasa información relevante, para la toma de decisiones de inversión.

Los capitalistas de riesgo seleccionan empresas, hacen contratos, monitorean y determinan la forma y oportunidad de salida. Para ello, los capitalistas de riesgo son un inversor activo que participa en la planificación estratégica y frecuentemente en el proceso de la toma de decisiones operacionales relevantes, la etapa de recopilación de antecedentes de la empresa emergente."

La teoría nos dice que los fondos de inversión participan en la empresa sin necesariamente controlarla, sino que más bien aportando gestión a las mismas, permitiéndoles acceder a estándares de administración que no necesariamente están al alcance del emprendedor, además de

---

[34] Extraído del Artículo: "No hay dinero para el segundo salto"
Santiago, 9 de enero de 2003
Fuente: El Mercurio
Por: Fernando Cano Cadiz
Puede ser consultado en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28260.html

[35] FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EMERGENTES
Proposición de un modelo de Capital de Riesgo para Chile.
UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
ESCUELA DE NEGOCIOS DE VALPARAISO
Executive MBA para profesionales Universitarios
TRABAJO DE TITULACION
septiembre de 1998

proveerle una red de contacto necesarios para lograr el éxito del proyecto.[36]

Como señalamos anteriormente, pueden ser personas o instituciones que se dedican a colocar fondos no propios, que han captado con una clara dirección a empresas nuevas, para colocar en negocios que tenga retornos significativos.

FIDE:
El Caso Chileno de los Fondos de Capital de Riesgo[37]

En Chile, la industria de Capital de Riesgo se crea al amparo de la ley 18.815 de 1989 en la que se permite a cada AFP colocar hasta un 20% del Fondos de Inversión.

Se distinguen 3 tipos de fondos: Fondos de Inversión Inmobiliario (FII), Fondos de Inversión Mobiliarios (FIM) y Fondos de Inversión de Capital de Riesgo (FCR), siendo estos últimos los que realmente nos interesan a efectos del presente trabajo. La magra evolución de la inversión lleva al gobierno a introducir cambios a través de la leyes 19.301 (1994) y 19.389 (1995) en las que se flexibilizan algunas normas y se cambia el nombre de los FCR a Fondos de Desarrollo de Empresas **(FIDE)**.

Al año 2000, existían sólo 10 FIDE.

En cuanto a las rentabilidades de los fondos de inversión, ésta ha sido históricamente muy pobre.

En el año 2000, la rentabilidad de la industria fue de sólo un 1,05%. Estas rentabilidades están muy lejos de ser lo que esperaban los aportantes o inversionistas, y es una de las principales razones por la que las AFP han mostrado muchas reservas sobre su participación en esta industria."

---

[36] Extraído del Artículo: "Capital de riesgo"
04 de septiembre de 2003
Fuente: Diario Financiero

http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-37769.html

[37] **"**Capital de Riesgo, una revisión del caso chileno**"**
Raúl Alée G.
Octubre de 2002
Programa Doctoral Universidad de Lleida

7- Proveedores

Los proveedores propiamente tal no son una fuente directa de financiamiento, pero pueden transformarse en un importante aliado a la hora de comenzar operaciones, con políticas de crédito ventajosas.

Antes de partir un negocio, se debe conocer cuáles son las políticas de crédito con que trabajan los proveedores de la industria en que se encontrará la empresa que formaremos.

Indudablemente si su empresa es nueva, le será muy difícil partir con condiciones de crédito, pero ahí está la capacidad de negociación que posea el emprendedor. En pedir no hay engaño.

8- Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas, pueden llegar a ser un mecanismo de obtención de recursos, en la medida que se haga una planeación adecuada de cuales empresas nos podrían "colaborar" para evitar incurrir en costos adicionales.

Debemos circunscribirnos en la realidad de una empresa nueva, que esta recién comenzando, y en la que cada inversión que se efectúa debe ser analizada con detenimiento, de manera de mejor aprovechar los escasos recursos con que se cuentan.

Bajo este prisma, se pretende que se sea capaz de recurrir a otras empresas que nos puedan brindar apoyo en ciertas áreas de nuestro negocio.

"Las Alianzas estratégicas son una alternativa muy interesante, ya que considera dos empresas con intereses paralelos que unen esfuerzos con un fin común.

La idea es buscar sinergia en la relación, de manera que el resultado obtenido beneficie a ambas partes. Los ejemplos clásicos son: ellos ponen el dinero, nosotros el plan. O ellos ponen la distribución, nosotros el producto. Para seleccionar el socio adecuado hay que analizar cuales son las fortalezas y debilidades de la propia empresa y buscar cuales se beneficiarían si a ésta le va bien."[38]

[38] Extraído de: http://www.ventureslatinas.com/articulos/comofinanciar.htm
Alicia Castillo Holley

CAPÍTULO III :

PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS

A través del establecimiento de hipótesis se constituyen las guías que una investigación, ante un problema descrito, tendrá. Así, una investigación puede tener una o varias hipótesis.

Las hipótesis, guían la investigación al dirigir la búsqueda de información, con la finalidad de resolver o dar una explicación tentativa de ellas. Así, pueden formularse como proposiciones referente al tema en concreto.

La comprobación de una hipótesis, busca concluir algo sobre determinado aspecto, lo cual puede ser verdadero o no, como pueden o no ser comprobadas, por lo que no se constituye en hechos ciertos o en la afirmación de un hecho, hasta que son apoyadas o refrendadas con hechos indesmentibles, libres de cuestionamientos.

Así, el investigador que establece una hipótesis, desconoce si ellas serán verdaderas o no, de ahí su carácter de explicaciones tentativas de una realidad, las que, dentro del perfil de una investigación como la que se ha abordado, se nutre de conocimientos organizados y sistematizados.

Las hipótesis de esta investigación son:

H0:

No existen instancias de financiamiento dirigidas al emprendedor, que puedan ser utilizadas por personas naturales sin historia empresarial, en cualquier tipo de proyecto de negocio, tanto para el estudio de la idea empresariable, como para la puesta en marcha de la empresa.

H1:

Existen instancias de financiamiento dirigidas al emprendedor, que puedan ser utilizadas por personas naturales sin historia empresarial, en cualquier tipo de proyecto de negocio, tanto para el estudio de la idea empresariable, como para la puesta en marcha de la empresa.

CAPÍTULO IV :

DETERMINACION DE LOS METODOS DE ANALISIS

La elección de un tema de investigación, requiere, previo a su desarrollo, un pre estudio de la información disponible, de manera que se valide o no el interés de prosperar en ella.

Una vez sorteada la etapa anterior, la forma de enfrentar el estudio y análisis del tema en particular, dependerá del tipo de investigación que se desarrolle. Así, los tipos de investigaciones que existen, de acuerdo a lo que indican algunos autores, son: Estudios Exploratorios, Descriptivos y Explicativos.

No es requisito que una investigación se centre en exclusividad en alguno de los estos tipos, sin recurrir a los otros, pudiendo tomar una estructura mixta en las distintas etapas en que se desarrolle el estudio.

La diferencia entre los tipos de investigación depende, en líneas generales, del estado de conocimiento del tema de investigación y del enfoque que se pretende dar al estudio abordado.

El estudio efectuado, se apoyó en el tipo de investigación Exploratoria, donde el objetivo era indagar en un problema poco estudiado y abordado muy cercenadamente, pues la información que se encuentra aparece dispersa en innumerables fuentes de información, destacando internet como una de las principales, para responder a una pregunta, como lo es la planteada en este trabajo, que no debiera ser de difícil respuesta.

El estudio exploratorio, con su carácter de obtención de información sobre fenómenos no abordados de manera concluyente, se presentaba como ideal ante el contexto de la información con la cual nos encontraríamos: Dispersa e indirecta (indirecta, por cuanto no responden de manera inmediata a la pregunta de la investigación).

CAPÍTULO V :

PRESENTACION Y DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Comentario Inicial

La poca praxis que posee la sabia nueva empresarial, en la creación de empresas, los lleva, casi por tendencia natural, a golpear las primeras puertas en los Bancos, ya que se les entiende como las instituciones que conceden financiamiento por naturaleza, pero, no necesariamente son la alternativa correcta, por cuanto el negocio de un banco, no es precisamente financiar empresas sin historia.

Por otro lado, hay que comenzar entendiendo, que una empresa nueva o la simple idea de una empresa, no es suficiente garantía para que un tercero se atreva o arriesgue a entregarnos recursos, ni tan sólo basta con explicar que el negocio es "bueno".

Las opciones de financiamiento que existen, para esta etapa inicial, son variadas y como tales, presentan distintos requisitos o exigencias, algunas más de carácter formal, y otras bordeando aspectos subjetivos.

Pero queremos ir más allá, y entender que más que financiamiento expresado en una cantidad de dinero, lo que se requiere son recursos, algunos de ellos serán en dinero y otros se referirán a contar con ciertos implementos para llevar a cabo nuestra empresa.

En el capítulo siguiente, Conclusiones y Recomendaciones, se apuntará a mostrar cuales son las circunstancias que se han de conocer antes de comenzar un negocio, y que se reconozcan aquellas que implican contar con recursos, de manera tal que se llegue a determinar las necesidades o requerimientos para poder iniciar las actividades de nuestra empresa, diferenciándose los tiempos o momentos en que nos encontramos.

Así, al hablar de estos "momentos" nos referimos a las diferentes etapas que vive una empresa y las diferentes opciones o caminos que se abren para la búsqueda de financiamiento.

En concordancia con lo señalado, es válido otro enfoque de la vida financiera de una empresa, y de las vías de financiamiento a las cuales puede acceder, enfoque que fue extraído de www.sitioempresa.cl, del cual destacamos la gráfica de la figura 1 que ayuda a la comprensión de esta temática:

El ciclo financiero de la empresas pequeñas y emergentes [39]

Las empresas pequeñas y emergentes enfrentan un ciclo financiero en el cual sus necesidades y opciones financieras cambian a medida que el negocio crece, gana experiencia, y acumula mayor información financiera. La figura 1 muestra este ciclo en forma estilizada, en el cual las empresas se ubican sobre un continuo tamaño / edad / información. Las empresas más pequeñas, jóvenes y opacas, se ubican cerca del polo izquierdo del continuo, indicando que ellas deben descansar inicialmente en financiamiento interno, crédito de proveedores y/o el llamado "financiamiento ángel". [40]

Se define el Financiamiento Interno como los fondos proporcionados por el equipo inicial, la familia y los amigos, antes y al momento del lanzamiento.

A medida que la empresa crece, gana acceso a Financiamiento Intermediado de tipo patrimonial (venture capital) y de deuda (bancos, factoring, leasing). Eventualmente, si la empresa permanece en el mercado y continúa creciendo, puede ganar acceso a Mercados de Oferta Pública de renta variable y fija. [41]

Las firmas que recién comienzan suelen tener poca historia e información financiera que mostrar y, por lo tanto, tienen las mayores dificultades en obtener financiamiento externo intermediado (crédito). El financiamiento interno inicial es a menudo necesario en etapas muy tempranas del desarrollo de la empresa, cuando el empresario todavía está implementando el producto o concepto de negocios y cuando la mayor parte de los activos de la firma son intangibles.

---

[39] Extraído de www.sitioempresa.cl
http://www.sitioempresa.cl/docs/DesarrolloProductivo/Ciclo%20Financiamiento/CicloFinanciamiento_deEmpresa2.html?idTitDoc=418
El esquema siguiente se basa en un Estudio contratado por el Ministerio de Economía

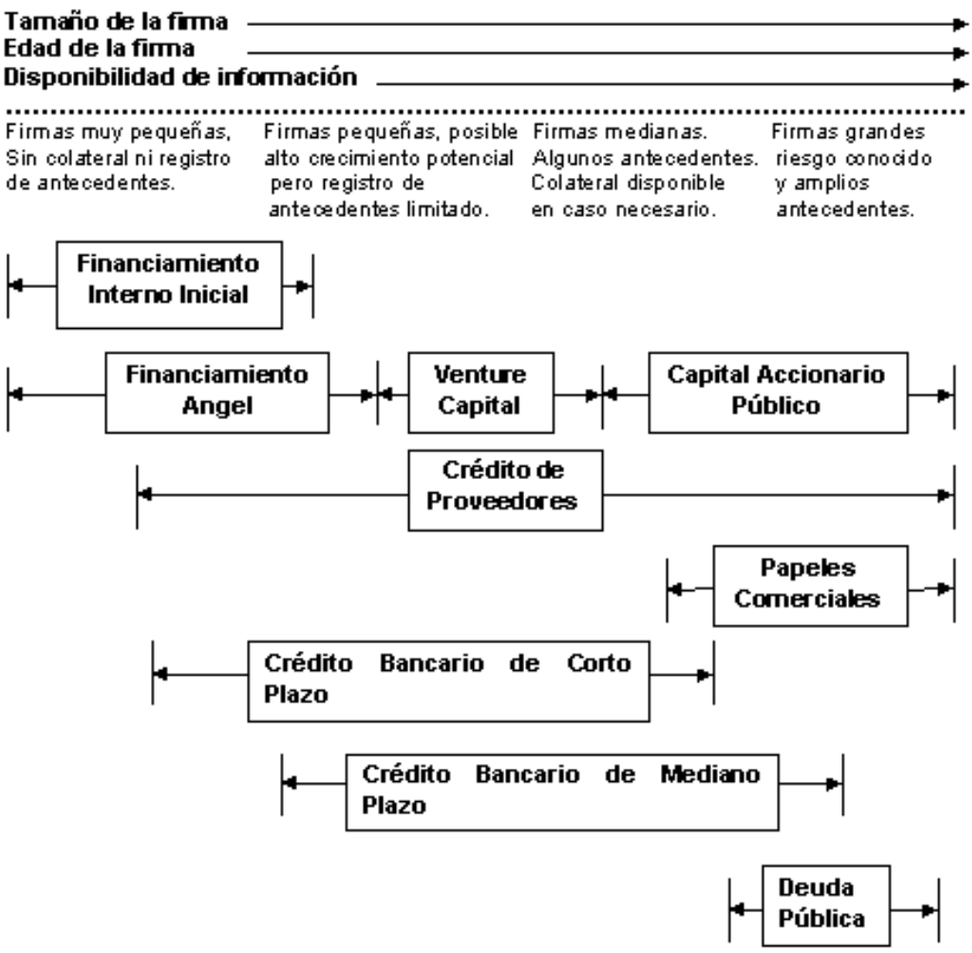
[40] "Financiamiento ángel" difiere marcadamente de otras categorías de financiamiento externo, en el sentido de que este mercado no es intermediación. En cambio, se trata de un mercado informal para financiamiento donde los individuos invierten directamente en pequeñas empresas a través de contratos de participación en el capital. En general, se trata de individuos con alto patrimonio, cercanos a la empresa dispuestos a arriesgar capital en empresas que se inician, normalmente cercanos familiar o localmente al empresario.

[41] Evidentemente, la figura tiene limitaciones, y no pretende ajustarse plenamente a la totalidad de situaciones. En particular, aplicada al caso chileno puede tener limitaciones derivadas del insuficiente desarrollo de algunos instrumentos como el Capital de Riesgo.

Esta etapa inicial está asociada a la elaboración de un plan de negocios formal el cual es usado como un instrumento para conseguir "financiamiento ángel". El "Capital de Riesgo" llegará más tarde, después que el producto ha sido probado exitosamente en el mercado, para financiar el marketing y la producción en gran escala.

Según la sabiduría convencional el financiamiento bancario o para bancario no estará disponible para empresas pequeñas antes de que alcancen un nivel de producción tal que su balance refleje activos tangibles sustanciales que puedan ser utilizados como colateral, tales como cuentas por cobrar, inventarios y equipos.

FIGURA 1
CICLO DE FINANCIAMIENTO DE LA FIRMA



La mayor parte de los créditos a pequeñas empresas otorgados por la banca están personalmente garantizados por uno o más de los dueños, dándole al banco un recurso en contra de su riqueza personal en caso de que el préstamo no sea pagado. En muchos casos, los activos personales están explícitamente garantizando los créditos.

Entonces, la mayor parte de este financiamiento externo de parte de instituciones financieras es al menos parcialmente interno, en el sentido de que los dueños están legalmente comprometidos a asumir la mayor parte de las pérdidas si el préstamo no es pagado.

El uso de activos personales para facilitar el financiamiento externo es otro importante aspecto del financiamiento de pequeñas empresas, y enfatiza la interconexión existente entre los dueños y sus negocios. Los inversionistas externos e intermediarios a menudo ponen considerable énfasis en las condiciones financieras y reputación de los dueños, y en sus propias relaciones con aquellos.

Para empresas emergentes, a menudo puede ser más fácil e informativo evaluar el riesgo de crédito del empresario, que puede tener un mayor historial de crédito, activos colateralizables y datos personales, los cuales son más fáciles de evaluar usando técnicas de "credit scoring".

Por último, cabe señalar que las empresas pequeñas generalmente sólo tienen acceso a mercados privados de deuda y capital, mientras que las grandes empresas tienen acceso a los Mercados de Oferta Pública. Como ya se ha dicho, una de las razones es la falta de información financiera de las pequeñas empresas, pero no la única. La emisión pública de capital y/o deuda se caracteriza por significativos costos asociados con el "due diligence" del mercado, la distribución y registro de valores. Muchos de estos costos son esencialmente fijos y crean economías de escala dependiendo del tamaño de la emisión. Dado que el tamaño de la emisión y el tamaño de la empresa están fuertemente correlacionados, estas economías de escala en el tamaño de la emisión son difícilmente alcanzables por empresas pequeñas.

De lo expuesto en los artículos precedentes, se aprecia los diversos momentos que atraviesa una empresa, desde su concepción como una simple idea, y las opciones de financiamiento que se presentan y se abren en su andar.

Sin embargo, las cifras y recursos que se requieren, han de ser lo suficientemente flexibles, para adecuarse a las distintas alternativas de financiamiento que se pueden presentar u obtener. Hay que tener un

plan de contingencia, en el cual conozcamos el mínimo necesario para arrancar, como el máximo ideal como para competir a lo grande. Por ello, el involucramiento de los gestores y desarrolladores de la idea, con los aspectos más íntimos de los costos de la empresa es indispensable, de manera que conozcan todo el abanico de posibilidades que les permitan partir.

Se debe tener claro que, cuando se trata de financiar un proyecto, un emprendimiento o una empresa, no necesariamente es preciso acudir sólo a una fuente de financiamiento, muy por el contrario, conociendo las alternativas que existen, deberemos encontrar lo que cada una de ellas nos puede aportar, de manera de echar a andar nuestro emprender.

Como se reforzará en las siguientes páginas, la consecución de Fondos de Riesgo, requiere de una preparación de la Presentación de la Idea, para exponerla a terceros, la que debe ser convincente para motivar a los potenciales inversionistas[42].

Lo mínimo es presentar un Plan Comercial, a través del cual se debe dejar muy en claro el conocimiento que se tiene del negocio y la industria de la que formará parte.

Complementariamente, la preparación de Plan Financiero es esencial, en donde se explique las cantidades o montos requeridos para partir (inversión Inicial), y un flujo en el que se sea capaz de explicar lo que se pretende vender (la cantidad de artículos vendidos multiplicado por su precio) y los costos asociados a la venta como a la operación normal de la empresa. Con estas cuentas claras, determinaremos los montos que pretendemos capturar de potenciales inversionistas de nuestra idea, como el tiempo en que requeriremos esos montos.

Así, como señalamos anteriormente, el emprendedor, o equipo de emprendedores, con el conocimiento y sensibilidad que tienen del negocio, deben tener preparado un Plan de Contingencia, o Alternativo, que dependerá de las Cantidades de Fondo que logren capturar, de manera de tener claro cuánto se requiere para un Plan de Partida a lo Grande, cuando la idea es tan convincente que permite una gran recaudación de fondos, o un Plan más Austero, cuando las disponibilidades financieras son reducidas.

Llevándolo a palabras más sencillas, se trata de determinar lo que debemos invertir para comenzar, saber cuáles serán los costos fijos mensuales (sueldos, arriendos, gastos de servicios, etc.), proyectar las

[42] Consultar Anexo III.

ventas que pretendemos, ver los costos que las ventas generan (costos de insumos o materia prima), y así determinar las utilidades o pérdidas que se producirán. Es llegar a una gran suma, restando todos las salidas de dineros y sumando los ingresos. No podemos pensar que un negocio va a comenzar a dar utilidades inmediatamente, por lo que también debemos determinar las inyecciones de capital que necesitaremos, cuánto y cuándo, más aún en los comienzos, en donde hay un período en que el negocio se debe consolidar para comenzar a ser un buen negocio.

ANÁLISIS PARTICULARIZADO de LAS ALTERNATIVAS de FINANCIAMIENTO:

1- Las 3 F´s : Family, Friends, Fools (familia, amigos y confiados)

La segunda vía más inmediata de financiamiento, después de los recursos propios, es la familia, la que tiene una ventaja con la que ningún banco o entidad financiera puede contar: conocer a la persona y saber si confiar en ella (o no).

Más explicación, no es necesaria, pero si es preciso señalar que es la vía más directa, sin cumplimiento de exigentes requisitos, y una vía rápida de consecución de financiamiento. La única máxima que rige a esta opción de financiamiento, es la cercanía del lazo consanguíneo (padre, madre o hermano, versus primos, tíos) o la relación de confianza que se ha estrechado entre el solicitante de financiamiento y quien lo concede.

Vale la pena el comentario que aparece en www.portalincubacion.cl, que entrega información respecto a este tópico, y que nos dice: *"En momentos tempranos de esta etapa las alternativas de apoyo son limitadas; las principales son los recursos de los fundadores y de los amigos (3F: family, friends, fools).* ***Invertir recursos propios*** *es fundamental para demostrar a los posibles inversionistas que los fundadores están convencidos con las bondades del producto o servicio y asumen el riesgo inicial."*[43]

Dentro de este grupo de financistas, también se engloban a aquellos que sin tener una relación de parentesco, confíen en la persona. Se les ha llamado los "Confiados". Si bien parece que en Chile es difícil pensar en encontrar estos seres, esta instancia ha dado origen a historias de

[43] Extraído de www.portalincubacion.cl:
http://www.portalincubacion.cl/Contenidos2.asp?pagina=281
Guía de Instrumentos para la creación de nuevos negocios, la idea de empresa.

emprendimiento que se han transformado en un verdadero ícono [44], por lo que vale la pena el intento.

Hablar de reglas establecidas y claras para la consecución de recursos, en donde la motivante es algo tan subjetivo, es acaso imposible de establecer, tan sólo podemos pensar que el elemento esencial es el convencimiento que manifiestan los mismos emprendedores y que logran transmitir a sus "financistas".

Es esencial, para transmitir una señal fuerza, de confianza, que los propios ideadores del negocio sean sus primeros financistas, aun cuando los montos de que dispongan no sean de gran cuantía, sino, ¿cómo podemos esperar que otros inviertan en algo en lo cual ni nosotros estamos dispuestos a invertir?

La cantidad o monto que se podrá obtener o levantar (término muy utilizado en la jerga del emprendimiento), dependerá en primera instancia, de lo atractivo de la idea (por lo que se hace esencial, como explicáramos, generar una presentación de ella), y, en segunda instancia, de la cantidad de sujetos a los que se solicita, como de sus disponibilidades financieras prescindibles o arriesgables, porque muy difícilmente, alguien apostará todos sus recursos en este emprender.

[44] Ver Anexo Historias de Emprendimiento: La Historia de Google.

2- Los Bancos

Tal como señalamos, los Bancos, en su esencia no están llamados a ser financistas de proyectos sin historia, empresas nuevas o emprendimientos, en palabras de los ejecutivos bancarios: "no es nuestro negocio".

Además, en palabras de la Profesora Alicia Castillo Holley, columnista de ventureslatinas.com:

"Una empresa que comienza operaciones tendrá dificultad para obtener préstamos bancarios a corto o largo plazo sin una sólida base de financiamiento por patrimonio o deuda subordinada.

Desde el punto de vista del prestamista, una nueva empresa no ha probado su capacidad para generar ventas, rentabilidad, y efectivo para pagar siquiera deudas a corto plazo. Menos aun puede probar que alcanzará un nivel adecuado de operaciones rentables a lo largo de varios años como para optar por un crédito a largo plazo.

Aun considerando un colateral personal –de los fundadores o de los inversionistas- es posible que la protección no sea suficiente para la mayoría de los bancos. Por otro lado, los activos no pueden considerarse como colaterales estáticos, pues su valor disminuye con el tiempo.

En Chile, el Banco de Desarrollo, a través de su banca para empresarios, posee una metodología para evaluar alternativas de crédito a micro y pequeños empresarios, con colateral personal cruzado, los resultados no han sido muy alentadores."[45]

Se les podrá criticar a las instituciones financieras, que teniendo toda la experticia en la entrega de Créditos, podrían tomar una actitud más riesgosa e invertir en este tipo de empresas o ideas, pero no debemos olvidar que los Bancos son una empresa intermediaria, que por un lado hace captación de fondos de parte de ahorrantes, depositantes, etc. y por otro lado hace colocaciones de esos dineros, los que poseen una

[45] Extraído de:
http://www.ventureslatinas.com/articulos/comofinanciar.htm

baja tolerancia al riesgo, operando la máxima de bajos retornos, por bajo riesgo.

Ahora bien, la crítica que si se puede aceptar, es que las Instituciones Bancarias poseen infraestructura, experticia y un sin número de ventajas para armar, como nuevo negocio, un instrumento que tenga como nicho de trabajo la colocación de fondos (préstamos) en empresas nuevas, para lo cual bastaría contar con una cartera de clientes dispuesta al riesgo mayor, bajo la esperanza de un retorno mayor.

Hoy, la Ley de Bancos, no permite que las entidades bancarias inviertan parte de sus activos en acciones de sociedades anónimas, así como tampoco en cuotas de fondos mutuos accionarios. Sólo les están permitidos que inviertan en renta fija.[46]

Esta prohibición responde a una herencia de la crisis de 1982, cuando la banca tenía una participación importante en diversas empresas, lo que agravó el colapso del sistema.

Sin embargo, y en concordancia con la afirmación anterior, John Bays, vicepresidente para Latinoamérica del fondo de capital de riesgo Small Enterprise Assistance Funds (SEAF) agrega que el tema pasa por complementar el sistema bancario nacional, esto porque existe financiamiento bancario hacia empresas en crecimiento pero no lo suficiente para su desarrollo.[47]

Esta figura, es la que recogen los Fondos de inversión que analizaremos más adelante, pero que en Chile han tenido un lento despertar.

Adicionalmente, Patricio Arrau, de Gerens Consultores, sostiene que lo principal es abrir y flexibilizar otros aportes privados a estos Fondos de Inversión made in Chile, que no sean sólo AFP a los FIDE, de manera de aislar la cautela de estos inversionistas.

Esto implicaría la creación de un cuarto tipo de fondo de inversión - los fondos de inversión de capital de riesgo- , no ligados a las AFPs y sin las

[46] Extraído de :" Banca busca convertirse en la impulsora del capital de riesgo"
30 de diciembre de 2003
Fuente: Diario Financiero
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-56911.html

[47] Extraído de: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28260.html
"No hay dinero para el segundo salto"
Santiago, 9 de enero de 2003
Fuente: El Mercurio
Por: Fernando Cano Cadiz

limitaciones que actualmente se les impone a los FIDE.[48] Acaso sean los Bancos los llamados a tomar esta posición, desarrollando el mercado del Capital de Riesgo.

En conclusión, basado en el acontecer actual, los bancos son útiles en la consecución de recursos a través de créditos que no se orienten a la empresa propiamente tal, sino más bien a la persona que lo solicite, otorgándolos en base del patrimonio que el individuo, como tal, posee y con el cual puede ser capaz de responder.

Así, el monto al cual se podrá optar, dependerá de quién lo pide, y no para qué lo pide.

Por tanto, no son un instrumento utilizable para las nuevas empresas, y sólo indirectamente, basado en la capacidad de crédito del individuo, pueden ser reorientadas para la creación de la nueva empresa.

[48] Extraído del Artículo: "No hay dinero para el segundo salto"

3- El Estado y algunos Instrumentos

El rol del Estado en la entrega de alternativas de financiamiento, independiente de las razones de fondo y peso que existan, ha tenido un trato burocrático, que hace que el camino a recorrer no sea sencillo, muy por el contrario, se generan obstáculos que entorpecen el correcto cumplimiento de los fines con los cuales cada uno de los instrumentos que se han creado, justificaron su instauración.

El rol que ha desempeñado CORFO, ha ido orientado para transformarse en un aliado al emprendimiento. Así, "*En 2002 CORFO entregó a más de 18 mil empresas chilenas US$ 55,6 millones en subvenciones, cantidad que movilizó un aporte e inversión privados de US$ 235 millones.*"[49]

Sin embargo, en la consecución de Capital Semilla de CORFO, son los Patrocinadores el primer paso a sortear, pues es indispensable contar con ellos para acceder a esta línea de financiamiento, por lo que habrá que tener en consideración la orientación que cada uno de estos patrocinadores tiene para conseguir su apoyo en la postulación de estos recursos. Luego, los extensos informes para la postulación, son el siguiente extenuante paso.

Si bien las cifras expuestas y otras que se pueden revisar[50] dan una señal de avance en el contexto de apoyo al emprendimiento, más aún cuando han contribuido con importantes sumas a la creación de incubadoras, ligadas principalmente a Universidades, lo cierto es que aún no se ven los efectos en la masa general de creación de empresas, donde encontramos como principales dificultades, las exigencias para la consecución de fondos, que provocan una lenta obtención de ellos, como el entorno de búsqueda de información que es poco amigable y de difícil acceso, esto último que se ve de manifiesto al querer conocer los instrumentos que el estado posee.

[49] Extraído de http://www.corfo.cl

[50] Revisar Anexo: "Chile y sus Cifras".

4- Incubadoras

Las incubadoras se han convertido en un puntal del emprendimiento. Se estima que en el mundo hay unas 400.000, sin embargo, no más de 10% son sustentables y sólo 5% son rentables.

Si bien les falta mucho por avanzar, estamos seguro que las acciones que emprendan serán responsables de las cifras de creación de empresas, y su éxito, de los próximos años.

El caso de Chile, en que vemos los primeros pasos de estas instituciones, contrasta con el ejemplo de Estados Unidos, el cual ha sido lleno de éxitos, tan sólo opacado por la burbuja de las punto com[51].

Una de las con más historia en el país es Access Nova, de la Universidad de Chile. Partió formalmente en 2000 y en casi cuatro años ha formado 70 empresas. "En el primer año tira la toalla el 20% de las empresas nuevas, pero la meta es lograr que pasados 10 años 40% subsista", dice su gerente general Alex Visic.[52]

Las incubadoras no son entes que contribuyan en la entrega de fondos. Han surgido como una institución de apoyo a los emprendedores que busquen la creación de nuevas empresas.

Sin embargo, se les menciona como una alternativa para la consecución de Fondos, ya que cuentan con importantes nexos con instituciones ligadas a la entrega de Capital de Riesgo, además de ser una vía de contacto con redes de capitalistas que están dispuestos a invertir en iniciativas empresariales innovadoras (Capitalistas Ángeles).

---

[51] La "Era de Internet", abrió un interesante desarrollo de la Industria del Capital de Riesgo en los EE. UU., en donde se inició una loca carrera de creación de empresas virtuales, montadas en Internet, llegando al absurdo de una aceptación ciega de negocios inciertos, en los que las proyecciones de ingresos (de estas empresas en internet), mostraban utilidades mágicas, sin un rigor en cuanto a sus mediciones. Luego de unos años en que se generaron grandes fortunas al amparo de esta "Nueva Economía", vino la cordura de los negocios y la consiguiente debacle de este mundo imaginario; se le llamó la Burbuja de Internet, que despertó con grandes caídas accionarias y con pérdidas cuantiosas.

[52] Extraído de: "El contraataque de los emprendedores"
21 de septiembre de 2003
Fuente: El Mercurio

http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48258.html

Sin embargo, en Chile falta mucho para ser partícipes de algunas de las cifras que se ven a nivel mundial [53], donde conjugan múltiples factores, como por ejemplo:

Del lado de los Emprendedores:

- Falta rigor en la presentación de sus proyectos.

Del lado de las Incubadoras:

- Chile es un mercado pequeño, por lo que las proyecciones de un buen negocio, al nivel que buscan las incubadoras, requieren que el negocio sea un éxito sin precedentes, siendo que la mayoría de las nuevas empresas se basan en negocios comunes, que no necesariamente proyectan ingresos cuantiosos. Sin embargo, este comentario tiene un gran componente basado en nuestra idiosincrasia, el cual puede ser reorientado con asesorías adecuadas, papel que les corresponde a las incubadoras, pero que no han estado llanas a cubrir.

Las incubadoras son hoy un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, entregándoles bases mas sólidas para su permanencia en el tiempo.

De acuerdo a estudios realizados por la Asociación Americana de Incubadoras de Empresas, un 80% de las empresas que se crean en general fracasa. En el caso de las empresas adecuadamente incubadas esta relación se invierte: un 80% de las empresas incubadas sobrevive en el mercado y sólo un 20% fracasa.[54]

Es una realidad hoy, que el motor de crecimiento de las economías es el dinamismo empresarial para un País en desarrollo, como lo es Chile. La creación de nuevas empresas, resulta mas que beneficioso, ya que

[53] Un ejemplo importante de Incubación de Empresas ocurre en el MIT, en donde las 4.000 empresas relacionadas a la institución otorgan empleo a 1.1 millones de personas y tienen ingresos por ventas anuales de US$ 232 billones.

Extraído del artículo: UC pone en marcha una incubadora de negocios para alumnos emprendedores que quieran ser empresarios
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28565.html

[54] Extraído del artículo: UC pone en marcha una incubadora de negocios para alumnos emprendedores que quieran ser empresarios
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28565.html

genera empleo, amplia las fronteras de lo mercados ya existentes, aumenta la producción de bienes y servicios, y genera un dinamismo contagioso.

Una incubadora debe ser una institución dinámica y con una cultura propia, que asegura la existencia de los recursos, los conocimientos, la creatividad, la capacidad operativa y la infraestructura necesaria para el cumplimiento y funcionamiento completo y oportuno de los procesos que comprende su Metodología de Incubación.

Las incubadoras se diferencian positivamente de otros instrumentos, ya que dan lugar a un proceso de creación y acumulación de valor en el tiempo que produce un retorno creciente de la inversión inicial en la medida que se va multiplicando el numero de empresas creadas, con el consiguiente aumento de la actividad económica, del empleo y de la tributación.

Algunas cifras respaldan la existencia, funcionamiento y permanencia de las incubadoras, por ejemplo:

- Según la National Small Business Administration de los Estados Unidos, al cabo de tres años, la tasa de éxito para empresas incubadas oscila entre el 75 y el 80%, frente al 20 o 25% que reportan los nuevos negocios no incubados.

- El país líder en este campo, Estados Unidos, aspiraba a tener para 1995 unas 800 incubadoras instaladas, y para ello organizó la National Business Incubator Association NBIA con las ya existentes; sin embargo en la primavera de 1998 "únicamente" 587 programas de incubación estaban incluidos en la base de datos de la Asociación.

- 87% de los incubados graduados en los viveros agremiados por la NBIA continúan gestionando su negocio.

- Luego de diez años, la tasa de éxito para empresas que han sido gestadas en incubadoras es de entre el 80 y el 93%.

- 80% de las empresas innovadoras cierran antes de completar un año; entretanto, este número cae al 20% cuando se trata de empresas innovadoras instaladas en incubadoras

5- Capitalistas Ángeles

Para entender mejor qué se entiende por Capitalistas Ángeles, un estudio publicitado por Ventures Latinas nos entrega un perfil y realidad de estos personajes:[55]

Este estudio fue realizado a 59 inversionistas ángeles reales o potenciales de diversos rubros de Latinoamérica.

El 46% de la muestra fueron inversionistas chilenos, el 90% correspondió al género masculino.

El trabajo busca recolectar información sobre inversionistas privados para definir cómo ciertos factores influyen en su comportamiento en relación al financiamiento por capital de riesgo en sus fases iniciales.

La encuesta constó de 50 preguntas cerradas, incluyendo preguntas sobre la actitud de los inversionistas frente a inversiones generales, inversiones en empresas emergentes, propuestas de inversión e información individual para caracterizar la muestra.

De este trabajo se concluye lo siguiente:

1. Los inversionistas de la muestra han invertido principalmente en depósitos bancarios (66,4%) y empresas que cotizan en Bolsa (60,4%), aludiendo a portfolios diversificados de inversión.

2. El 62% de los inversionistas muestreados creen que han aportado a los negocios relevantes estrategias alternativas (know how y conocimientos), en tanto que el 52% de ellos siente que ha aportado una importante red de contactos y otros inversionistas.

[55] Extraído de: Angels Investors: Agentes Estratégicos en las Primeras Etapas de Formación de Emprendimientos
María de los Ángeles Romo - Ventures Latinas
Año de Edición 2001

www.ventureslatinas.cl/investigacion/angeleslatinoamerica1.htm

3. La principal limitante para no haber aumentado la inversión en empresas emergentes no ha sido la falta de Capital, sino la falta de propuestas atractivas y con información confiable.

El 66,7% de los inversionistas declaró no haber recibidos propuestas interesantes y el 51,8% dijo no haberlas recibido con información confiable.

Sin embargo, aparentemente el problema no radica en la falta de proyectos atractivos sino más bien en el desconocimiento de la existencia de estos proyectos y/o en muchos casos la mala presentación de los mismos.

Esta falencia se transforma en disminuidas inversiones en el sector, porque para los inversionistas ángeles los Planes de Empresas bien estructurados y de acuerdo a los criterios que consideran indispensables, parecen ser una esencial herramienta para definir las inversiones que pretenden hacer.

4. En su mayoría (84,6% de la muestra) quieren un Miniplan de Empresa, real y con proyecciones válidas, para condicionar sus inversiones.

El 80,8% de los encuestados considera importante además el contacto cara a cara con los emprendedores del proyecto y su equipo de trabajo.

En este sentido, dadas las características de los negocios, los inversionistas esperan información muy detallada, real y con proyecciones válidas, para condicionar sus inversiones. Una conclusión como esta puede ser muy importante para el desarrollo de una estructura de mercado tendiente al acercamiento entre emprendedores e inversionistas enfocada a lograr negociaciones exitosas y la posterior creación de riqueza. Específicamente para desarrollar programas de capacitación y entrenamiento.

5. El 54,2% de los inversionistas (32 de los 59 inversionistas muestreados) recibió entre 1 y 5 propuestas de inversión. Sólo el 56,3% de ellos consideró alguna de las propuestas interesantes. El 77,8% de estas propuestas consideradas interesantes fueron seguidas seriamente, condujeron a una reunión con el emprendedor y su grupo y a una investigación de antecedentes.

Todas las propuestas que llegaron a una reunión y un análisis de antecedentes (las propuestas que fueron seguidas seriamente) se convirtieron en inversiones reales.

6. Las principales referencias para considerar una propuesta de inversión son Personales y Profesionales, en general no se organizan en sistemas estructurados y consultan la opinión a otros inversionistas para decidir invertir.

La inversión en empresas emergentes por primera vez y el aumento de sus inversiones en el rubro están condicionados por las características personales del fundador y su equipo y, sin importar el rubro, es relevante la rentabilidad esperada del proyecto.

Los inversionistas de la muestra creen que en este tipo de proyectos gran parte del éxito y fracaso es responsabilidad de la capacidad de fundador para llevarlo a cabo.

7. El 37,5 % de la muestra reveló no haber invertido nunca en empresas emergentes.

Si consideramos que el porcentaje de inversionistas que no invierten en empresas de este tipo dado el riesgo asociado son una minoría (20%), esta estadística respecto a inversiones hechas en empresas emergentes revela que existe poco conocimiento sobre este tipo de inversiones, su estructura y las tasas de retorno potencialmente obtenibles.

Por otro lado, las luces de mercado respecto a las inversiones riesgosas podrían justificar que en el último año los inversionistas consideran menos invertir en este tipo de empresas con respecto a evaluaciones anteriores.

El mayor paso que los inversionistas han debido dar es decidir invertir en estas empresas, pero una vez hecho pierden el temor y deciden seguir en el rubro. No son relevantes las inversiones hechas sobre 4 empresas emergentes durante los últimos 12 meses y previo al año.

8. El 21% de los encuestados declaró considerar muy importante en el éxito de un proyecto emergente, la capacidad del fundador y su equipo directivo versus el 9% de ellos que lo asignó al proyecto.

9. Con respecto al capital disponible para sus inversiones y lo que realmente han invertido en empresas emergentes, los inversionistas consideran más invertir menores montos en empresas emergentes (80% de la muestra). Prefirieren invertir montos menores, de hasta US $250.000 en empresas emergentes por sobre otras alternativas.

Para montos superiores a ello, las inversiones disminuyen para empresas emergentes y aumentan para los otros tipos de inversión.

Probablemente asociado al riesgo que significa invertir en empresas emergentes y a las necesidades de capital de empresas emergentes.

En general para montos menores de inversión, los inversionistas invierten menos de lo que realmente habían dispuesto para empresas emergentes: Esto alude nuevamente pocas propuestas válidas de inversión, poco atractivas o más estructuradas.

Al contrario, para montos superiores de inversión, los inversionistas invierten más que lo que han lo que hace a pensar en atractivísimas propuestas de emprendedores emergentes.

La siguiente muestra correspondió a 79 inversionistas Ángeles, 60 de ellos seleccionados por los alumnos del curso de Entrepreneurship, del MBA International Programme de la Universidad Adolfo Ibáñez, y 19 respuestas recopiladas a través de internet, invitaciones dirigidas principalmente a cargos ejecutivos de las principales empresas del país.

El trabajo busca recolectar información sobre inversionistas privados para definir cómo ciertos factores influyen en su comportamiento en relación al financiamiento por capital de riesgo en sus fases iniciales.

La encuesta constó de 50 preguntas cerradas, incluyendo preguntas sobre la actitud de los inversionistas frente a inversiones generales, inversiones en empresas emergentes, propuestas de inversión e información individual para caracterizar la muestra.

De este trabajo se concluye lo siguiente:

1. Los inversionistas de la muestra han invertido principalmente en depósitos bancarios (54,4%) y empresas que cotizan en Bolsa (51,9%), aludiendo a portfolios diversificados de inversión.

2. El 68,9% de los inversionistas muestreados creen que han aportado a los negocios relevantes estrategias alternativas (know how y conocimientos), en tanto que el 53,3% de ellos siente que ha aportado una importante red de contactos y otros inversionistas.

3. La principal limitante para no haber aumentado la inversión en empresas emergentes no ha sido la falta de Capital, sino la falta de propuestas atractivas y con información confiable.

El 83,3% de los inversionistas declaró no haber recibidos propuestas comerciales atractivas y el 57,4% dijo no haberlas recibido con información confiable.

Sin embargo, aparentemente el problema no radica en la falta de proyectos atractivos sino más bien en el desconocimiento de la existencia de estos proyectos y/o en muchos casos la mala presentación de los mismos.

Esta falencia se transforma en disminuidas inversiones en el sector, porque para los inversionistas ángeles los Planes de Empresas bien estructurados y de acuerdo a los criterios que consideran indispensables, parecen ser una esencial herramienta para definir las inversiones que pretenden hacer.

4. El 52,2% de la muestra quiere recibir un Miniplan de Empresa, real y con proyecciones válidas, para condicionar sus inversiones. El 40% de los encuestados considera importante además el contacto cara a cara con los emprendedores del proyecto y su equipo de trabajo.

En este sentido, dadas las características de los negocios, los inversionistas esperan información muy detallada, real y con proyecciones válidas, para condicionar sus inversiones.

Una conclusión como esta puede ser muy importante para el desarrollo de una estructura de mercado tendiente al acercamiento entre emprendedores e inversionistas enfocada a lograr negociaciones exitosas y la posterior creación de riqueza. Específicamente para desarrollar programas de capacitación y entrenamiento.

5. El 59,5% de los inversionistas (47 de los 79 inversionistas muestreados) recibió entre 1 y 5 propuestas de inversión.

El 48,9% de ellos consideró alguna de las propuestas interesantes.

El 82,6% de estas propuestas consideradas interesantes fueron seguidas seriamente, condujeron a una reunión con el emprendedor y su grupo y a una investigación de antecedentes.

Todas las propuestas que llegaron a una reunión y un análisis de antecedentes (las propuestas que fueron seguidas seriamente) se convirtieron en inversiones reales.

6. Las principales referencias para considerar una propuesta de inversión son Profesionales (63,3%) y Personales (60,0%), en general

no se organizan en sistemas estructurados y consultan la opinión a otros inversionistas para decidir invertir.

La inversión en empresas emergentes por primera vez y el aumento de sus inversiones en el rubro están condicionados por las características personales del fundador y su equipo y, sin importar el rubro, es relevante la rentabilidad esperada del proyecto.

Los inversionistas de la muestra creen que en este tipo de proyectos gran parte del éxito y fracaso es responsabilidad de la capacidad de fundador para llevarlo a cabo.

7. Si consideramos que el porcentaje de inversionistas que no invierte en empresas de este tipo dado el riesgo asociado son una minoría (20,4%), el relevante porcentaje de inversionistas que no invierten en emergentes revela que existe poco conocimiento sobre este tipo de inversiones, su estructura y las tasas de retorno potencialmente obtenibles o alternativamente, que existe poco conocimiento de cómo acceder a este tipo de proyectos para financiar.

Por otro lado, las luces de mercado respecto a las inversiones riesgosas podrían justificar que en el último año los inversionistas consideran menos invertir en este tipo de empresas con respecto a evaluaciones anteriores.

No son relevantes las inversiones hechas sobre 4 empresas emergentes durante los últimos 12 meses y previo al año.

8. Definitivamente los inversionistas evalúan proyectos y personas al invertir en una empresa emergente, pero a la hora de dar grados de importancia, el 17,5% considera muy importante en el éxito de un proyecto emergente (asigna entre 50 y 70 puntos promedio), la capacidad del fundador y su equipo directivo versus el 7,5% de ellos que lo asignó al proyecto.

9. Con respecto al capital disponible para sus inversiones y lo que realmente han invertido en empresas emergentes, en general los inversionistas consideran más invertir menores montos en empresas emergentes: El 82,7% de la muestra declaró que su capital disponible para hacer inversiones en empresas emergentes fluctuaba entre US$10.000 y US$250.000.

Para montos superiores a $US250.000, el capital disponible para inversiones en empresas emergentes disminuye y aumenta comparativamente para los otros tipos de inversión.

Es probable que este fenómeno sea asociado al riesgo que significa invertir en empresas emergentes.

Destaca del gráfico que en general para montos menores a US$250.000, los inversionistas invierten menos y más de lo que realmente habían dispuesto para empresas emergentes: Esto alude nuevamente a que no todas las propuestas de inversión son válidas, atractivas o bien estructuradas, por lo que invierten sólo en aquellas que satisfacen sus expectativas.

Sin embargo, para montos superiores de inversión (superior a $US250.000), los inversionistas invierten más de lo que habrían dispuesto para invertir en emergentes lo que hace a pensar en atractivísimas y bien estructuradas propuestas."

Ahora la pregunta es cómo encontrar estos financistas, *"en Estados Unidos, por ejemplo, los ángeles típicamente proveen financiamiento en el rango de US$ 50.000 a US$ 1.000.000."* [56], cifras con las cuales perfectamente se podría dar arranque a un nuevo negocio.

Para acceder a este tipo de inversionistas, lo que se concluye de las encuestas mostradas, resulta esencial que el emprendedor haya estudiado el contexto en que se desenvolverá su idea empresa, y generar un plan de negocio coherente, de manera de definir el negocio y calcular sus potencialidades de ingresos, como además, tener claro cuánto necesita y cuándo.

Sin lugar a dudas el elemento que cobra mayor preeminencia para la consecución de Fondos de Capitalistas Ángeles, es el Plan del Negocio, pero no deja de tener relevancia la capacidad de convencimiento, de venta de su idea, que el equipo gestor o equipo de emprendedores tenga al enfrentarse a un potencial inversionista, pues no hay segundas buenas impresiones, por lo que la principal recomendación es tener seguridad de la información que se va a compartir, pues cualquier duda que le transmitamos a este eventual financista, puede alejar la posibilidad de conseguir su auspicio.

[56] FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EMERGENTES
Proposición de un modelo de Capital de Riesgo para Chile.
UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
ESCUELA DE NEGOCIOS DE VALPARAISO
Executive MBA para profesionales Universitarios
TRABAJO DE TITULACION
septiembre de 1998

Y cuales aspectos subjetivos mirará este inversionista en el emprendedor o equipo de emprendedores. Entre ellos destacamos:

- Desarrollo de la Idea
- Exposición de la Idea: los cinco minutos de la fama
- Conocimiento del Negocio
- Capacidad de los realizadores, basada en su experiencia profesional o en sus capacidades personales
- Transparencia en la presentación de la Información
- Tener claro qué es lo que se le va a pedir. Si es una cifra de dinero, saber cuánto, cuándo y por qué.
- Confianza, seguridad. Quien invertirá en nuestra idea, invierte más en nosotros, en la confianza que somos capaces de transmitir. Así los "yo creo", los "tal vez", los "quizá" o los "podría", deben exterminarse de nuestro vocabulario.

Y algo muy importante que un potencial emprendedor no puede olvidar, es que el negocio debe ser rentable, pues si pretendemos conseguir financiamiento externo a nuestras capacidades y no tenemos certeza o no confiamos en que el proyecto de empresa será lo suficientemente interesante como para generar jugosos dividendos, malamente podrán invertir en nuestra idea.

6- Capital de Riesgo (Venture Capital)

La burbuja de las punto com dejó a muchos fuera de combate, mareados con el éxito efímero. Pero lejos de desalentar a los espíritus emprendedores, fue una inmejorable lección en cuanto a que la osadía es insuficiente para flotar en el mercado.[57]

La industria del Capital de Riesgo en los Estados Unidos, ha marcado la pauta a nivel mundial, donde se han creado una innumerable cantidad de Fondos, algunos de ellos especializados en determinados tipos de inversiones.

La era de las punto com, y todo el desarrollo financiero que impulsaron en los mercados de valores norteamericanos, permitió un despegue insospechado de esta industria, y, una vez producido el derrumbe de la burbuja de la "Nueva Economía", produjo un sinceramiento que les ha llevado por un camino más escrupuloso a la hora de tomar decisiones en cuanto a las empresas en las cuales invertir.

Si bien es cierto que, por el momento negativo que vivieron muchos Fondos de Riesgo en los Estados Unidos, con la debacle de las empresas tecnológicas, podría haber significado un freno en la creación de ellos, el resultado fue llevarlos a un depuramiento y reorientación en sus inversiones.

Así, la búsqueda que hacen estos inversores, tienen ciertos parámetros en cuanto a dónde invierten, qué buscan de estas nuevas empresas, lo que queda de manifiesto en los siguientes párrafos: [58]

"Salvo el ángel, que puede ser tu madre, todos los inversionistas buscan proyectos estructurados y con grandes posibilidades de éxito.

---

[57] Extraído del artículo: "El contraataque de los emprendedores"
21 de septiembre de 2003
Fuente: El Mercurio
Se puede obtener desde: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48258.html

[58] Extraído de:
http://www.gestiopolis.com/canales/emprendedora/articulos/no%202/vcr.htm
Escrito por Carlos López.

Los venture capitalists, buscarán negocios o start ups, los equity negocios en plena producción y los estructuradores mirarán por firmas cercanas a cotizar en bolsa [59] *o que requieran de una inversión mayor a los U$10 millones.*

Las características que buscan en un emprendimiento son:

***Diferenciación**: prefieren invertir en ideas y modelos de negocio novedosos, mercados o segmentos de mercado inexplorados o donde pueda lograrse aun el liderazgo.*

***Barreras de entrada**: no basta con ser diferentes, te pueden copiar. Las barreras de entrada deben permitirle a un proyecto mantener y aumentar su mercado, aun cuando se presenten entradas de nuevos competidores. Una barrera de entrada puede ser el registro en el site o la suscripción a una newsletter.* [60]

***Gente**: los inversionistas ponen su plata en gente en que confían, ya sea por su experiencia o por su habilidad. Ya se acabo la etapa en que invertían en los green hair, ahora prefieren hacerlo en equipos que cuenten con gray hair.*

***Potencial de Resultados**: cuánto dinero va a ganar y cuándo lo va a ganar. Si es mucho dinero y el plazo es corto, éxito seguro."*

En el caso chileno, el desarrollo de estos fondos, llamados FIDES, no ha sido explosivo, pues se han orientado a financiar proyectos de grandes empresas, restringiendo sus apoyos a empresas pequeñas o menores, lo que se ha justificado por una serie de factores, que se indicarán.

Ya el Chileno Carlos Osorio nos advierte que "Tampoco va a valer la pena si creamos capitales de riesgo que sólo financian proyectos que facturen entre US$ 2 millones y US$ 10 millones, porque ahí no existe riesgo, esos serían fondos de capital comunes y corrientes." [61]

---

[59] Que es la manera por la cual los Fondos de Riesgo hacen sus utilidades y que se ha transformado en una de las grandes debilidades del modelo Chileno.

[60] El alcance de: "registro en el site o la suscripción a una newsletter" está pensado en empresas del Área tecnológica o sobre Internet. Llevado a "Empresas Terrestres" o del "Mercado o Economía Tradicional", puede ser pensar en un producto único o nuevo, que en su calidad de tal, no pueda ser producido por la competencia.

[61] Carlos Osorio es Investigador visitante del Media Lab del MIT e investigador asociado del Grupo TI del Centro para el Desarrollo Internacional de Harvard University, ha estudiado el tema por los últimos 5 años.
Fuente: América economía, 03 de septiembre de 2003

CORFO ha creado líneas de financiamiento para colocar recursos financieros en las FIDE´s, bajo una fórmula muy especial, buscando la eficiencia en la administración o colocación de estos recursos, pero lo cierto es que los ejemplos han sido poco alentadores como para esperar un desarrollo masivo.

Así vemos en la prensa artículos que son categóricos al referirse a la industria local del Capital de Riesgo, como al caso de los FIDE:

"En Chile, esta industria no funciona, pues a pesar de que en el papel está compuesta por nueve Fondos de Inversión en Desarrollo de Empresas - los denominados FIDE- , en la práctica estos organismos distan mucho de realizar la función para la que fueron creados.

Las cifras son categóricas. Mientras que en nuestro país los fondos disponibles por los FIDE alcanzan los US$ 200 millones anuales, en Estados Unidos el dinero que se levantó en el año 2000 llegó a los US$ 100 mil millones de dólares. Y otro dato: el primer fondo de capital de riesgo estadounidense se creó en 1946; en Chile, en 1991.

Para diferentes expertos nacionales en el tema, los FIDE paradójicamente aceptan proyectos que estén ajenos a todo riesgo, debido a su estricto régimen de inversión, circunscrito sólo a las Administradoras de Pensiones (AFP).

Ante este panorama, los emprendedores nacionales deben conseguir el dinero para dar este segundo salto financiero - monto que nunca supera US$ 1 millón- mediante su red de contactos con empresarios conocidos, lo que nuevamente pone una insalvable barrera de entrada a los jóvenes empresarios, quienes precisamente carecen de estos contactos debido a su inexperiencia en las lides comerciales."[62]

[62] Extraído del Artículo: "No hay dinero para el segundo salto"
Santiago, 9 de enero de 2003
Fuente: El Mercurio
Por: Fernando Cano Cadiz

Puede ser consultado en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28260.html

"Principales Problemas en Chile [63]

Según las experiencias observadas tanto en Estados Unidos como España, para la existencia y desarrollo de una industria de capital de riesgo sólida, es necesario:

1.- Que exista una cultura emprendedora.

Esto es esencial para lograr un portafolio diversificado de inversiones por parte de los fondos.

En Chile la capacidad emprendedora del sector privado ha sido el motor del crecimiento económico observado en las últimas décadas.

Sin embargo, la **falta de fuentes de financiamiento formales diferentes a las bancarias es un impedimento a que muchas iniciativas de emprendimiento se materialicen**. La industria de capital de riesgo es incipiente y **no apoya empresas en sus etapas iniciales de creación**. Los caminos de financiamiento existentes son informales como el recurrir a los familiares, amigos y conocidos.

2.- Qué exista un mercado secundario bien desarrollado para liquidar las inversiones en empresas emergentes.

Esta característica es esencial para que las administradoras puedan salir de sus posiciones en empresas en que han invertido y poder liquidar los fondos.

En Chile se creó en Noviembre del 2001 una Bolsa de Valores para Empresas Emergentes, en la que rigen las mismas normativas de control que exige la Superintendencia de Valores a las grandes corporaciones. La evolución que ha tenido esta bolsa a la fecha es muy pobre. Junto con la creación de esta bolsa se permitió la exención de pago de impuestos a los inversionistas que obtengan ganancias de capital durante los 3 años siguientes a que se abren las acciones a esta bolsa y hasta el año 2006.

Sin embargo, esta exención sería útil para el fondo que haya invertido en estas empresas, pero no es traspasable a los inversionistas del

[63] **"Capital de Riesgo, una revisión del caso chileno"**
Raúl Alée G.
Octubre de 2002
Programa Doctoral Universidad de Lleida

fondo. Primero, el beneficio tributario debiera ser útil para los inversionistas en el fondo, y luego, el período de exención es muy limitado. Además, aun persiste la carga impositiva por la ganancia de capital desde que se forma una empresa hasta que se abre a esta bolsa.

3.- Que existan incentivos a las ganancias de capital en empresas nacientes.

En Chile el incentivo es nulo, toda vez que los fondos de capital de riesgo deben tributar por las ganancias de capital que se obtengan y luego los accionistas individuales que han invertido en el fondo están sujetos a tributar en segunda categoría una vez liquidado el fondo con tasas marginales relevantes que van desde el 33% a un 43%.

Estas tasas son ridículas comparadas con lo que ocurre en Estados Unidos y Europa. Por ejemplo, Bill Gates obtuvo una ganancia de capital personal de US$204 millones al abrir Microsoft a la bolsa en 1986 (Nasdaq). Por esta ganancia de Capital en Chile habría tenido que pagar una tasa marginal del 43%, mientras que con la normativa imperante en Estados Unidos estaría exento <Arrau, 2002>."

Complementando lo anterior, vemos que también ha contribuido a este lento despegue las tímidas intenciones de empresas que se vislumbran por nacer, al alero de los emprendedores chilenos, ya que sus proyecciones son de negocio mediano, lo que confabulado a lo pequeño del mercado chileno, hacen prever que el poco desarrollo de estos Fondos, no será catapultado hasta que los emprendedores generen negocios de mayor cuantía, con mayor ambición, teniendo como una potencial vía el que se proyecten al mercado latino como mercado objetivo, evitando la restricción al mercado local.

Ahora, si se trataré de empresas orientadas al mercado exportador, sentimos que la recomendación se cumple, ya que se evita el encasillamiento en un mercado tan reducido como el nacional.

Lo señalado queda de manifiesto, en que no existen fondos de inversión de capital de riesgo a nivel local para financiamiento para empresas de tamaño medio.

Así un grupo de empresarios chilenos reunidos por la administradora general de fondos Econsult dan vida a la iniciativa, que tiene el nombre de Fondo Halcón, cuenta con un capital de US$ 14 millones, de los cuales US$ 7 millones serán aportados por Corfo, y US$ 7 millones de parte de los empresarios Eduardo Fernández León (dueño del Consorcio

Financiero y del grupo inmobiliario FFV), José Antonio Garcés (dueño del Consorcio Financiero y Embotelladora Andina), José Yuraszeck (propietario de Sal Lobos), Marcelo Brito (ex ejecutivo de Enersis), Alvaro Saieh (accionista de Corp Banca y presidente de Copesa, empresa que edita La Tercera) y sociedades de inversiones de la Cámara Chilena de la Construcción y la Compañía de Seguros de Vida La Construcción.[64]

Hemos omitido referirnos en mayor detalle, o como un punto adicional, de la Bolsa Emergente, por cuanto hoy no es una real herramientas para empresas que emergen, pero hacemos la mención, ya que de lograr los emprendedores encumbrar sus proyectos con horizontes mayores que el mercado local, en ella, y el desarrollo futuro que se espera, podrán encontrar una nueva arma para entrar a las grandes ligas.

Hoy, en sentido negativo, algunos de los actores que se esperan que tengan una participación preponderante, como son las AFP´s, a través de Guillermo Arthur, presidente de la Asociación de AFP, nos señalan que las administradoras "no son las llamadas a destinar recursos para fomentar esta riesgosa industria".[65]

Es así como este escaso desarrollo del capital de riesgo en el país decidió a la Bolsa Electrónica de Chile (BECH) a ir más allá del discurso y realizar una serie de propuestas que propendan a que éste, de una vez por todas, se convierta en un mercado atractivo para los inversionistas.

La cuestión a resolver, según el gerente general de la Bolsa Electrónica, Juan Carlos Spencer, es "si esta nueva alternativa de inversión puede ser elegible por las Administradoras de Fondos de Pensiones, si pueden ser transables en bolsa y cuál es el rol de las AFP y de las bolsas de valores en esto".

---

[64] Extraído del Artículo: "Grandes empresarios lanzan primer fondo de capital de riesgo en cinco años"
05 de julio de 2003
Fuente: La Tercera
Por: Miguel Vega
Se puede consultar en: http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-33441.html

[65] Extraído del Artículo: "Piden cambios para profundizar capital de riesgo"
01 de octubre de 2003
Fuente: Diario Financiero
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48652.html

El ejecutivo agrega que, en efecto, el capital de riesgo es un nicho que se debe explotar a nivel de ambos actores. La idea, por tanto, es mejorar la liquidez general para cumplir con un doble objetivo: potenciar los fondos de capital de riesgo y que sus cuotas se valoricen a precios de mercado (gracias a que sus activos se negociarán activamente); y, por otro lado, que las empresas involucradas, además, se trancen como acciones. "El punto es masa crítica", acota Spencer; es decir, se necesita que haya muchos proyectos donde los inversionistas puedan colocar sus capitales para obtener rentabilidades promedio atractivas.[66]

Acaso, para lograr el despegue que se espera de esta Bolsa Emergente se necesite de iniciativas más elaboradas como lo señala el académico William Díaz[67], quien indica que hay mucho que hacer antes de que entren con mayor intensidad institucionales como las AFP, ya que el **gran problema de liquidez que tiene la industria de capital de riesgo** se origina cuando los fondos de inversión financian un proyecto y este se demora de cinco a seis años en madurar y poder recuperar la inversión que se hizo.

Ante ello, se elaboró una propuesta que flexibiliza este mecanismo, donde la idea es que el fondo de inversión invierta y las empresas que reciban estos recursos garanticen vía bono o cualquier instrumento financiero esos dineros, de manera que los inversionistas tomen esos instrumentos y los securiticen en los mercados secundarios. Ello se traduce en que recuperan automáticamente los mismos recursos y vuelven a ocuparlos en otros proyectos, lo que permitiría que los fondos de inversión puedan generar cuotas de alto nivel de transacción y un reciclaje de los recursos en forma mucho más flexible y expedita.[68]

Por lo señalado, nuestra recomendación, para poder acceder a Capitales de Riesgo o Ventures Capital, es que se deben crear negocios atractivos para inversionistas, dejando de lado la timidez, de manera de

---

[66] Extraído del Artículo: "Bolsa Electrónica adelanta propuesta para incentivar el capital de riesgo"
Santiago, 08 de enero de 2003
Fuente: El Diario
Por: Jorge English G.
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28265.html

[67] Director del Programa de educación para ejecutivos de la Universidad del Desarrollo.

[68] Extraído del Artículo: "Mayor fomento tributario a Capital de Riesgo generaría más recaudación y empleo"
01 de octubre de 2003
Fuente: Estrategia
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48654.html

crear productos o servicios que sean capaz de ir más allá de nuestras fronteras, y, así, el mercado interno sea usado tan sólo como Mercado de Prueba.

Hoy, con los tratados de libre comercio, las condiciones están dadas, para proyectar los negocios al Mercado Global, que ya sólo en número de potenciales consumidores, genera un apetito distinto, no sólo en los emprendedores, sino también en las cuentas felices que podrán sacar los Fondos de Inversión, los Capitalistas Ángeles, e inclusive, nuestros familiares y amigos que puedan ayudarnos con el capital semilla de nuestra idea.

7- Proveedores

Su análisis como instrumento, y su alcance para ser parte de una empresa en su nacimiento, no reviste mayor pronunciamiento. Será una alternativa viable como apoyo al inicio del emprender, y no será un aporte a todos las inversiones que ser deben realizar para partir.

No podemos dejarlos de lado, porque cobrarán, en algunas empresas más que en otras, una importancia relevante, en la medida que apoyen al emprendedor y le permitan contar con condiciones adecuadas a los inicios, en donde las necesidades de efectivo pueden verse favorecidas por las condiciones de crédito que otorguen.

8- Alianzas Estratégicas

Tampoco son un apoyo directo a todas las inversiones que se deben realizar para comenzar una empresa, pero el conseguir ciertas ventajas o consideraciones de parte de ciertas empresas, puede ser un gran apoyo, y hay empresas que están llanas a aportar, más en la medida que el éxito de nuestro negocio se transforme en un real beneficio para ellos, por lo que es importante preguntarse, al buscar alianzas estratégicas, qué puedo obtener y qué puedo ofrecer a cambio.

SÍNTESIS del ANÁLISIS de LAS ALTERNATIVAS de FINANCIAMIENTO:

A través de la indagación efectuada, de las distintas alternativas de financiamiento que eventualmente pueden entregar recursos a empresas sin historia, se pretendió conocer la realidad de cada una de estas opciones, sus circunstancias y entorno en el cual se desenvuelven.

Ahora, la pregunta que nos ha movido en esta investigación, ¿Existe en Chile Financiamiento para Empresas Nuevas, sin historia?, debe ser respondida desde un análisis que sea útil y eficiente para el potencial empresario que se enfrenta a la necesidad de fondos para llevar a cabo su empresa, por lo que, para que los resultados de la investigación efectuada, revistan una utilidad real, nos ubicaremos en la perspectiva del emprendedor.

ANÁLISIS 1: [69]

Distinguiremos dos momentos del todo relevantes para el emprendedor, en la consecución de financiamiento.

1er Momento:
Estudio de la Idea Empresariable

Acá estamos centrados en la búsqueda de Capital Sudor.

La complejidad del negocio tendrá directa relación con la facilidad de su estudio para implementarlo.

Es indudable que las Ideas Empresariables de mayor contenido técnico (legal, tecnológico o de alguna ciencia o proceso específico) requerirán de un mayor estudio, el que se debe centrar principalmente en resolver:

1. **Factibilidad del Negocio**
   Se buscará responder la viabilidad del negocio en cuanto a su implementación, conocer si existe la tecnología para su desarrollo o si es posible su creación.

2. **Inversiones Necesarias**
   Cuánto es lo que se requiere como Capital Inicial para el desarrollo de la empresa, y cuánto Capital adicional, o de operación, se debe incorporar hasta la consecución del punto de equilibrio (Costos = Ingresos).

3. **Potencial del Negocio**
   ¿Existen otros productos o servicios que resuelven la misma necesidad?
   Es importante entender que un producto es una solución, solución a una necesidad, la que puede verse satisfecha con varias opciones, e indudablemente quien consume, busca el producto que le otorgue la mayor cantidad de beneficios posibles, versus los costos que esa alternativa representan.

[69] Para mayor detalle consultar Anexo III "**EVALUAR LO QUE SE NECESITA PARA CREAR UNA EMPRESA**"

Un automóvil lujoso, en esencia, satisface la necesidad de transporte, pero se le han integrado una serie de elementos que van desde aspectos tangibles, como la seguridad y confort, hasta aspectos subjetivos como lo es la marca.

Sin embargo, existe el transporte público que también satisface la misma necesidad, pero a otros costos, y con una paleta de beneficios mucho más restringida.

Estos aspectos, al analizar un posible producto, deben considerarse, para ver el potencial atractivo y aceptación que encontraremos en el mercado objetivo (o grupo de potenciales compradores) a los cuales dirigiremos nuestro producto.

Siguiendo con el ejemplo, El Mercado Objetivo al cual está dirigido un vehículo lujoso, no es el mismo que el Mercado Objetivo que el del transporte público, pero si apareciera una marca de automóvil muy económica, probablemente, el mercado al cual debe convencer con su oferta, será justamente el que utiliza el transporte público.

¿Existirá un mercado al cual dirigir la oferta?
¿Este mercado me permitirá generar ventas que sean capaces de sostener la empresa en el tiempo?

Analizado el Mercado al cual dirigir la oferta, también se debe tener presente el número potencial de consumidores, que podrán aceptar mi producto o servicio.

Existen empresas que no tienen un mercado masivo, pero su bajo número les permite sostenerse a través del tiempo, pero indudablemente están en una posición de riesgo mayor que una empresa que cuenta con un mercado potencial de mayor tamaño.

¿Los Beneficios esperados, las ganancias, son lo suficientemente atractivas como para desarrollar el negocio?
Se trata de analizar el Costo de Oportunidad de destinar recursos en la idea en cuestión o destinarlos a otra alternativa.

Lo más usual que un emprendedor debe analizar es si la alternativa de empresa que pretende es más rentable que emplearse.

Ello no significa sólo el análisis frío de las cifras que una u otra opción puede aportarnos, también tiene que ver con una forma de

vida, pues no todos están dispuestos a enfrentar los riesgos del emprendimiento o la vida independiente, sin lugar a dudas, muchas personas prefieren el camino del empleo, que el de la independencia, punto que también debe tener en consideración quien pretende desarrollar una empresa.

¿Cuál es la condición Competitiva de la Empresa?
Conocer las Barreras de Entrada para nuevos competidores o si las empresas existentes pueden acomodar, o cambiar, su oferta para competir con nuestro producto o servicio.

2do Momento:
Puesta en Marcha de la Empresa

Una vez sorteada la investigación de la Idea Empresa, encontrando los fundamentos que la convierten en una opción real de empresa, debemos contar con los recursos para constituir la empresa, y comenzar su proceso productivo y comercial.

Se le ha llamado el Financiamiento de Arranque o Star Up.

En el cuadro siguiente, se analizarán cada una de las vías de financiamiento vistas, y responderemos si ellas contribuyen con capital para uno de estos dos momentos, o para ambos.

CUADRO ANÁLISIS 1

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresarial	Puesta en Marcha de la Empresa	
Las Tres "F" Familia, Amigos y Confiados	Si	Si	Está fuertemente afectado por el círculo social de la persona del emprendedor.
Bancos	Si	Si	Se puede solicitar financiamiento pero en razón de la capacidad de crédito de la persona.
Capital Semilla de CORFO	Si	Si	Se debe contar con Patrocinio de las entidades que CORFO determine.
FONTEC Línea 1 **Financiamiento para Proyectos de Innovación Tecnológica**	Si	No	Se puede acceder a él, postulando a través de una empresa existente, consolidada en su actividad y con disponibilidad y disposición a invertir.
Línea 2 **Financiamiento para Proyectos de Infraestructura Tecnológica**	Si	Si	Se puede acceder a él, postulando a través de una empresa existente, consolidada en su actividad y con disponibilidad y disposición a invertir.
Línea 3 **PROYECTOS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA** - Misiones al Extranjero - Contratación de Expertos o Consultorías Internacionales	No	No	
Línea 4 **PROGRAMA DE APOYO A LA CONSTITUCION DE CENTROS DE TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA**	No	No	

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresariable	Puesta en Marcha de la Empresa	
FONTEC Línea 5 **ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA ESCALAMIENTO PRODUCTIVO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN**	Si	No	Se puede acceder a él, postulando a través de una empresa existente.
FONDEF 1. **Proyectos de Investigación y Desarrollo** 2. **Programa de Promoción de la Transferencia Tecnológica** 3. **Proyectos de Infraestructura Científica y Tecnológica**	Si Si Si	No No No	En Líneas generales, se condicionan estas tres Líneas: Se debe postular a ellos a través de la asociación con instituciones nacionales sin fines de lucro, que tengan como objetivo realizar actividades de I+D: universidades, institutos profesionales, institutos tecnológicos y de investigación, públicos o privados. Se debe contar con la participación activa de empresas u otras entidades que aseguren la transferencia tecnológica de sus resultados, lo que deberá reflejarse en contribuciones a la ejecución y al financiamiento de los mismos.
FIA: **Fondo de Innovación Agropecuaria**	Si	No	Debe tratarse de iniciativas con orientación productivo-comercial, de carácter exploratorio y que generen información que pueda difundirse, de tal manera que la experiencia pueda replicarse posteriormente más allá del ámbito específico en que se desarrolló el proyecto.

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresarial	Puesta en Marcha de la Empresa	
INNOVA BÍO BÍO **Líneas de financiamiento tipo A** Innovación y desarrollo, ejecutados por empresas de bienes o servicios			
A1 : Proyectos de innovación tecnológica que prueben nuevos procesos productivos o aprovechen recursos de manera innovadora	Si	No	Se puede postular a través de Empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la VIII Región.
A2 : Proyectos de inversión en infraestructura tecnológica que permitan aumentar la productividad de las empresas	No	Si	Se puede postular a través de Empresas privadas de bienes o servicios instaladas en la VIII Región. Inversión debe hacerse en la Región.
A3 : Actividades de intercambio de tecnologías de gestión o de producción - Misiones tecnológicas al extranjero - Traída de expertos al país.	No	No	
A4 : Capital semilla	Si	Si	Para empresas emergentes (de hasta dos años de vida). Este capital cubre costos de investigación, creación, promoción, compra de activos y capital de trabajo. Se dará prioridad a los proyectos que cumplan con los requisitos de novedad en su oferta de producto o servicio a nivel regional, intensidad tecnológica o desarrollo de capacidades locales.

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresariable	Puesta en Marcha de la Empresa	
INNOVA BÍO BÍO **Líneas de financiamiento tipo B** Fortalecimiento precompetitivo e impacto sectorial para el desarrollo productivo.			
B1 : Proyectos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica que contribuyan al fortalecimiento precompetitivo de empresas de producción y servicios de la Región	Si	No	Se puede postular, pero por intermedio de Institutos Tecnológicos, Fundaciones, Universidades y Consorcios Empresariales de la VIII Región.
B2 : Proyectos de formación de Centros de Transferencia Tecnológica presentados por consorcios tecnológico-empresariales de la Región	No	No	
B3 : Proyectos de innovación tecnológica en su fase de conformación de empresa o atracción de socios tecnológicos o comerciales, que permitan iniciar la producción o introducir el proyecto al mercado.			Se puede postular, pero por intermedio de Institutos Tecnológicos, Fundaciones, Universidades y Consorcios Empresariales de la VIII Región.
B 3.1 Financiamiento prospectivo	Si	No	
B 3.2 Financiamiento semilla	No	Si	

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresariable	Puesta en Marcha de la Empresa	
INNOVA BÍO BÍO **Línea de financiamiento tipo C:** Estudios de preinversión tecnológica de interés regional			
C1 : Financia estudios que permitan evaluar cualitativa y cuantitativamente proyectos de inversión para determinar los recursos necesarios para el escalamiento productivo de dichos proyectos	Si	No	Se puede postular a través de Empresas privadas de bienes y servicios instaladas en la VIII Región. Preferentemente orientado a empresas que hayan desarrollado exitosamente proyectos de la línea A1.
C2 : Investigaciones de interés tecnológico regional que estudien el impacto regional de planes de desarrollo, programas e iniciativas tecnológicas	Si	No	Se puede postular a través de Consorcios tecnológico-empresariales de la Región. Centros establecidos en la Región.
Apoyo a la Promoción, Atracción y Materialización de Inversiones a Regiones	Si	No	Para proyectos de inversión en regiones. Pueden acceder a él Inversionistas privados chilenos y extranjeros, que actúen individualmente o agrupados en consorcios, que acrediten experiencia, capacidad técnica y financiera para realizar el proyecto de inversión. En el caso de inversionistas extranjeros deben acreditar un representante legal para la formalización de la subvención.
Apoyo a la Promoción y Atracción de Inversiones para la creación de empresas de Alta Tecnología no tradicionales	No	No	

FUENTE O INSTRUMENTO	MOMENTO		CONDICIONANTE
	Estudio de la Idea Empresariable	Puesta en Marcha de la Empresa	
FOGAPE	No	Si	Dependerá de los criterios de la institución bancaria que lo intermedia.
Incubadoras	Si	Si	En la etapa de Estudio contribuirá con el apoyo de asesorías profesionales, para el desarrollo de la Idea Empresa. Esta etapa es la de Pre Incubación. En la etapa de Puesta Marcha, permiten contar con el lugar físico para operar en los inicios.
Capitalistas Ángeles	Si	Si	Un Capitalista Ángel, puede financiar cualquier etapa, lo que dependerá de la exposición que se haga respecto del potencial negocio, como la claridad que tenga el Emprendedor en cuanto a qué necesita.
Capital de Riesgo	No	Si	En líneas generales, el Capital de Riesgo está llamado a estar en las etapas de Star Up de una empresa, sin embargo, en Chile han adoptado una estrategia de participación en negocios consolidados, por lo que hoy su aporte a la puesta en marcha es nulo.
Proveedores	No	Si	Serán un aporte a la puesta en marcha, en relación con las condiciones de crédito que otorguen a la nueva empresa. Ello dependerá mucho de la persona del emprendedor.
Alianzas Estratégicas	Si	Si	También se encuentra fuertemente influenciado por la persona del emprendedor o equipo gestor, pues podrán conseguir apoyo de otras empresas, en la medida que sean capaces de abrirse puertas.

ANÁLISIS 2:

¿Y qué piensa un emprendedor cuando busca financiamiento?

1. **Requisitos:**
   ¿Con qué deberé cumplir y qué presentar?

Si alguien nos concediera una suma de dinero, con la cual podamos partir con una empresa, sin exigencias, sería la forma ideal para emprender, pero la realidad dista bastante de este supuesto, y no existe un financista, que nos entregue algún monto sin cumplir algunos requisitos.

Así, en el caso de las instituciones y los instrumentos que se han creado para el otorgamiento de capitales de riesgo, la exigencias de cumplir ciertos requisitos se constituye en un elemento esencial de su tramitación, los que variarán de acuerdo al tipo de instrumento, a la institución, los montos, etc.

La regla es que a mayor cantidad de exigencias, la consecución de los montos solicitados se hace más lejana e indudablemente va en contra del tiempo de la disponibilidad de ellos.

2. **Oportunidad:**
   ¿En qué Momento podré contar con esos Fondos?

Las oportunidades de negocio requieren una respuesta rápida, por lo que contar con el financiamiento para una idea de empresa, requiere de una expedita disponibilidad, tener los recursos listos para el momento en que el negocio se presenta.

La inmediatez con que se requiera dependerá, en gran medida, del tipo de negocio, pero esta cualidad, en cuanto a la disposición del financiamiento, es bien evaluada por un empresario tentativo, pues hay muchos negocios que llevan implícito un componente de tiempo, ya que deben aprovechar una oportunidad latente. Además, al esperar demasiado tiempo, surge el desaliento y desazón, los que se confabulan para transformarse en factores desmotivantes, en verdaderos obstáculos, y pueden echar atrás los deseos de emprender.

3. Monto:
¿Cuánto es lo que me entregarán?

El monto de los fondos dependerá de la idea de empresa, de las habilidades de los emprendedores de plantear distintos escenarios (ante la consecución de los recursos), e indudablemente, de las disponibilidades de fondos que puedan y/o quieran aportar las alternativas a las que se recurra.

4. Costo:
¿A cambio de qué me entregarán ese dinero?

Cuando se utilizan fondos propios, se debe analizar los costos de oportunidad que implica invertir en determinada alternativa. La máxima que guía es Retorno v/s Riesgo.

Ahora, si se piensa en recurrir a terceros, se debe analizar los costos que esa alternativa implican: Un porcentaje de la propiedad, un costo financiero (expresado en una tasa de interés), u otro, donde indudablemente se valorarán aquellas alternativas que nos ofrezcan mejores condiciones.

Ya conocidas las preguntas que rondan a quien busca financiamiento, analicemos las posibles vías de financiamiento que hemos presentado, bajo la perspectiva de cómo resolver las inquietudes de un emprendedor.

Nota:
Sólo serán analizadas las alternativas que responden al esquema de análisis de este trabajo, es decir que son una opción de financiamiento a los momento descritos en el Análisis 1 :

- Estudio de la Idea Empresariable
- Puesta en Marcha de la Empresa

CUADRO ANÁLISIS 2

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
Las Tres "F": Familia, Amigos y Confiados	Bajos. Creer en la Idea Empresa, Convicción, y lograr transmitirlo a nuestro financista tentativo.	Rápida. Supeditado a la disponibilidad de Fondos que posea.	Variable. Supeditado a la disponibilidad de Fondos que posea el o los financistas.	Variable. Puede se la Devolución del monto con una tasa de interés, parte de la propiedad de la empresa u otro.
Bancos	Altos. Principalmente poseer garantías personales para responder por el crédito entregado.	Rápida. Dependerá de la rapidez con que se pueda dar respaldo a la solicitud de crédito.	Variable. Dependerá de lo que pueda garantizar (propiedades, ingresos, otros)	Bajo (actualmente). La Tasa de Interés.
Capital Semilla de CORFO	Altos. Contar con el apoyo de instituciones que patrocine al emprendedor ante CORFO. Destinación de los Fondos sólo a ciertos ítem de financiamiento. No son para financiar cualquier necesidad.	Lenta. Primero se debe presentar la idea a un Patrocinador que desee apoyarnos. Luego estar sujeto a la fecha de postulación que CORFO establece.	Fijo. Confinanciamientoi de un 90%, con un tope de MM$ 35.	Variable. El patrocinador puede pedir algo a cambio.
FONTEC Línea 1 **Financiamiento para Proyectos de Innovación Tecnológica**	Altos. Está acotado al marco de acción del instrumento, además de establecer variados requisitos a la empresa solicitante.	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso.	Variable. Es un 50% del costo del proyecto.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
Línea 2 **Financiamiento para Proyectos de Infraestructura Tecnológica**	Altos. Está acotado al marco de acción del instrumento, además de establecer variados requisitos a la empresa solicitante.	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso.	Variable. Es un 20% ó 30% del costo del proyecto, dependiendo si la empresa se presenta en forma individual o con otras 2 ó más empresas, debiendo éstas aportar el monto restante.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
FONTEC Línea 5 **ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN PARA ESCALAMIENTO PRODUCTIVO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN**	Altos. Está acotado al marco de acción del instrumento, además de establecer variados requisitos a la empresa solicitante.	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso.	Variable. Hasta un 50% del valor del estudio, con un tope de US$ 15.000.-	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
FONDEF 1. **Proyectos de Investigación y Desarrollo**	Altos. Sólo pueden postular Instituciones sin fines de lucro, con participación activa de empresas.	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso y técnico.	Variable. Hasta un 60% del proyecto.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
2. **Programa de Promoción de la Transferencia Tecnológica**	Altos. Sólo pueden postular Instituciones de I+D Sin Fines de Lucro, Universidades e Institutos, que hayan participado o participen en en Proyectos de I+D	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso y técnico.	Variable. Hasta un 60% del proyecto.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
3. **Proyectos de Infraestructura Científica y Tecnológica**	Altos. Sólo pueden postular Instituciones sin fines de lucro.	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso y técnico.	Variable. Hasta un 60% del proyecto.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
FIA: **Fondo de Innovación Agropecuaria**	Altos. Está sujeto a bases de licitación, las que varían	Lenta. La preparación de la postulación es un proceso extenso y técnico.	Variable. Hasta un 70% del proyecto, con un tope de $ 25 millones de promedio anual por año.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
INNOVA BÍO BÍO **Líneas de financiamiento tipo A** Innovación y desarrollo, ejecutados por empresas de bienes o servicios				
A1 : Proyectos de innovación tecnológica que prueben nuevos procesos productivos o aprovechen recursos de manera innovadora	Altos. En cuanto a la presentación del proyecto. Deben postular empresas instaladas en la región del Bío Bío.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. **Modalidad Individual** Hasta US$ M150 50% Entre US$ M150 y M400 40% Entre US$ M400 y M600 30% Sobre US$ M600 0% **Modalidad Asociativa** Hasta US$ M250 50% Entre US$ M250 y M400 40% Entre US$ M400 y M600 30% Entre US$ M600 y MM1.- 20% Sobre US$ MM1.- 0% (Mínimo: 3 empresas no relacionadas)	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
A2 : Proyectos de inversión en infraestructura tecnológica que permitan aumentar la productividad de las empresas	Altos. En cuanto a la presentación del proyecto. Deben postular empresas instaladas en la región del Bío Bío.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. **Modalidad Individual** Hasta un 20% con un Tope de US$ 400.000.- **Modalidad Asociativa** Hasta un 30% con un Tope de US$ 400.000.-	No tiene. Es un Subsidio del Estado.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
INNOVA BÍO BÍO				
A4 : Capital semilla	Altos. Deben postular empresas instaladas en la región del Bío Bío. Se debe contar con el patrocinio de determinadas entidades. Empresas emergentes de hasta 2 años de vida.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Fijo Hasta $ 25 millones.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
Líneas de financiamiento tipo B Fortalecimiento precompetitivo e impacto sectorial para el desarrollo productivo.				
B1 : Proyectos de investigación, desarrollo e innovación tecnológica que contribuyan al fortalecimiento precompetitivo de empresas de producción y servicios de la Región	Altos. Deben ser Institutos tecnológicos, Fundaciones, Universidades, y consorcios empresariales de la Región. Proyectos establecidos en la Región.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. US$200.000 por año y US$500.000 en total, salvo decisión calificada del Consejo Directivo aprobando financiamiento mayor, a solicitud de la Dirección Ejecutiva del Fondo. Este financiamiento podrá distribuirse por un período máximo de 3 años. Se requieren aportes de contraparte. El aporte porcentual del Fondo varía conforme a los méritos y alcances de cada proyecto. Límite absoluto al financiamiento de proyectos, salvo decisión explícita del Consejo Directivo ante expresa solicitud de la Dirección Ejecutiva.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
INNOVA BÍO BÍO **B3 :** Proyectos de innovación tecnológica en su fase de conformación de empresa o atracción de socios tecnológicos o comerciales, que permitan iniciar la producción o introducir el proyecto al mercado. **B 3.1** Financiamiento prospectivo **B 3.2** Financiamiento semilla	Empresas privadas de bienes y servicios, Institutos tecnológicos, Fundaciones, Universidades, y consorcios empresariales de la Región. Proyectos establecidos en la Región.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. Un 80% del proyecto con Tope de US$ 80.000.- Variable. Un 60% del proyecto con Tope de US$ 400.000.-	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
Línea de financiamiento tipo C: Estudios de preinversión tecnológica de interés regional **C1 :** Financia estudios que permitan evaluar cualitativa y cuantitativamente proyectos de inversión para determinar los recursos necesarios para el escalamiento productivo de dichos proyectos	Altos. Empresas privadas de bienes y servicios instaladas en la Región. Preferentemente orientado a empresas que hayan desarrollado exitosamente proyectos de la línea A1.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. **Modalidad Individual** Un 50% del proyecto con Tope de US$ 15.000.- **Modalidad Colectivo** Un 50% del proyecto con Tope de US$ 25.000.-	No tiene. Es un Subsidio del Estado.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
INNOVA BÍO BÍO **C2 :** Investigaciones de interés tecnológico regional que estudien el impacto regional de planes de desarrollo, programas e iniciativas tecnológicas	Altos. Consorcios tecnológico-empresariales de la Región. Centros establecidos en la Región.	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. Un porcentaje Variable, de acuerdo a los alcances y características del estudio del proyecto con Tope de US$ 15.000.-	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
Apoyo a la Promoción, Atracción y Materialización de Inversiones a Regiones	Altos. Inversionistas privados chilenos y extranjeros, que actúen individualmente o agrupados en consorcios, que acrediten experiencia, capacidad técnica y financiera para realizar el proyecto de inversión	Lento. Por lo extenso de la preparación y el proceso de evaluación.	Variable. Cubre hasta el 50% del costo total de estudios de preinversión que requieran las empresas, con un tope máximo de $ 5,000,000.- por empresa, en el caso que la inversión total estimada fluctúe entre US$500.000 y US$2.000.000. Si la inversión es superior a los US$2,000,000.- el tope máximo por empresa es de US$50,000.	No tiene. Es un Subsidio del Estado.
FOGAPE	Altos. Fundamentalmente por el uso restringido que le dan las instituciones bancarias que exigen cumplir con variados requisitos.	Lenta. Se deben cumplir los requisitos que los Bancos soliciten.	Fijo. No es un Financiamiento directo, sino una garantía para solicitar un crédito bancario. El monto a garantizar depende del tipo de empresa que lo solicite, para qué lo solicite y existen escala de garantía, de acuerdo al monto solicitado.	Alto. Es una comisión máxima anual de un 2% del monto garantizado, que es adicional de la tasa de interés bancaria.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
Incubadoras	Medios. Se debe presentar la idea empresa a la incubadora, la que decidirá si aceptar o no la incubación, y posteriormente podrá patrocinar la búsqueda de Capital de Riesgo, a través de las alternativas que otorgue el mercado.	Lenta. Se requiere un período previo de incubación, después del cual se verán las alternativas de financiamiento a las que la incubadora puede optar u ofrecer al proyecto específico.	Variable. La incubadora no otorga financiamiento de manera directa, sino que después de la incubación, ayuda al emprendedor a buscar financiamiento. No hay claridad de cuánto es el monto que puede gestionar la incubadora.	Variable. Algunas incubadoras están estableciendo tarifas de servicio, y otras no dejan muy en claro cómo recuperarán la inversión que han hecho en la empresa incubada.
Capitalistas Ángeles	Medios. El primer requisito es la búsqueda de un Capitalista Ángel, los que no son conocidos. Posteriormente se debe ser lo suficientemente elocuente como para convencerlo de invertir en nuestra idea. Los requisitos posteriores dependerán de la persona en cuestión.	Lenta. La búsqueda del Capitalista Ángel, es lo que más tiempo toma, y está la incertidumbre de si aceptará la idea o no.	Variable. Dependerá de lo que el capitalista Ángel esté dispuesto a invertir y de las necesidades de capital del proyecto.	Variable. Lo más común será que se deberá compartir la propiedad, por lo que se le hará participe de las utilidades y riesgos del negocio.
Capital de Riesgo	Altos. En Chile, se han orientado a empresas que ya se encuentran en funcionamiento. Además, buscan invertir en empresas que proyecten grandes retornos, por lo que debe existir una estructuración del proyecto, de manera de contar con basta información para el análisis que efectúe el Fondo de Capital de Riesgo.	Media. Va a depender del compromiso que asuma en su análisis	Variable. Es importante el momento en que se encuentre la empresa (Inicial, en Desarrollo) como de la sustentabilidad del proyecto. En la medida que el nivel de conocimiento de la idea empresa es mayor, con un conocimiento más acabado de las proyecciones, podrá accederse a mayores capitales.	Variables. Generalmente va asociado a una parte de la propiedad de la empresa. Es importante tener presente que en el caso de los Fondos de Riesgo, lo que buscan es que la inversión pueda ser liquidable en un lapso de tiempo, de manera de hacer efectiva la ganancia, por lo que deben existir proyecciones del negocio al mediano plazo (ideal cinco años) de manera que permita hacer la evaluación del valor que podrá tener la inversión actual que realizan.

Opción de Financiamiento	Requisitos	Oportunidad	Monto	Costo
Proveedores	Medios. Dependerán del proveedor.	Media. Dependerá del proveedor.	Variable. Dependerá del riesgo que está dispuesto a asumir el proveedor.	Variable. Generalmente está dado en no poder acceder a precios preferenciales.
Alianzas Estratégicas	Medios. En términos generales dependerá de la persona del emprendedor.	Rápida. Generalmente una alianza estratégica permite contar con beneficios permanentes en la medida de la necesidad.	No está asociado a un monto, sino a ciertos beneficios que se pueden obtener.	Variable. Dependerá del acuerdo al que se llegue.

Ninguna de las opciones analizadas da una respuesta definitiva y tajante a las cuatro preguntas que un potencial emprendedor presentará al querer conseguir financiamiento.

Es correcto pensar que existe una fuerte dosis de persistencia y convencimiento en su idea, de parte de quien desea iniciarse en la actividad empresarial al no contar con recursos propios.

CAPÍTULO VI :

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Debemos ser concluyentes: No existen instancias de financiamiento que respondan de manera eficiente a las necesidades del emprendedor: Requisitos, Oportunidad, Monto y Costo.

Es muy probable que una idea de empresa, de mediana calidad, planteada por una persona que posea una gran capacidad de persuasión, podrá encontrar financiamiento de manera más expedita que una persona que no posea dichas cualidades, aun cuando su idea de negocio sea mejor aún.

Vemos que existe una extremada cuota de subjetividad en la consecución de fondos, y que la idea pasa a ser un elemento secundario.

Así, también cobra importancia el círculo natural de desempeño de la persona que busca financiamiento. En la medida que su red de contactos sea "mejor", las posibilidades de obtención de fondos aumentarán considerablemente.

No deja de ser importante quién es el emprendedor, por esa razón, algunas instituciones han dado gran importancia a la persona del emprendedor, pues si bien el negocio puede no ser una total novedad, el matiz propio que le impregnará, puede marcar la diferencia entre un negocio exitoso y un fracaso.

Lo explicado, nos muestra que existe un tenue límite entre la idea de empresa como tal y la persona del emprendedor, límite que no va al caso explayar en el presente trabajo, y que, muy probablemente, pueda ser fuente para una nueva investigación.

Complementariamente, vemos que estos factores subjetivos alejan la posibilidad de consecución de fuentes de financiamiento de muchas alternativas de empresas, que pueden surgir bajo el alero de personas que no posean estas cualidades o que estando apremiadas por problemas económicos, dejan de lado sus iniciativas de emprendimiento personal, para dar paso a la opción de sustento más segura o rápida, como es la vida dependiente o de empleado, pues es más expedito encontrar trabajo dependiente (aún cuando esté mal remunerado) que conseguir fondos para financiar un emprendimiento.

En el caso de Chile, de cada 100 adultos, 7 emprenden por necesidad, cifra que engloba a un 40% del emprendimiento nacional, donde el 60% restante invierte al buscar oportunidades.[70] Ello nos explica que la Urgencia en la consecución de Fondos, puede ser determinante para

[70] Extraído de: Global Entrepreneurship Monitor, CHILE 2002

algunos emprendimientos, pues quien está en una situación económica apremiante, mirará la opción que menos riesgo y que más prontamente resuelva su situación.

Además, en Chile, el nivel de endeudamiento de las personas naturales es tal (se habla que cada chileno, como particular, debe más de dos ingresos mensuales), que difícilmente podrán financiar sus ideas con recursos propios, por lo que deben pensar en contar con recursos externos, los que, como se ha mostrado a lo largo de esta investigación, no son de fácil obtención.

Complementariamente, algunos de los instrumentos que el Estado ha creado, generan una serie de incertidumbres, en cuanto a la posibilidad de acceder a ellos. Ya en el sólo planteamiento de los requisitos exigidos para la postulación a un determinado Fondo, Línea de Financiamiento, Cofinanciamiento, o como se le catalogue, se ubican en un plano conceptual, lejano, distante al lenguaje de cualquier emprendedor, dando la sensación, muy subjetiva por cierto, que su focalización u orientación queda ajena a la realidad que se busca cubrir.

Cabe preguntarse, con cierta dosis de ingenuidad, si el interés nacional de generación de nuevas empresas es real, ¿no debieran generarse iniciativas que permitan subsidiar el comienzo de estas empresas, de manera que el emprendedor, con una buena idea de empresa, no tenga que colocar en riesgo total su manera de subsistir?

Al parecer, hoy no sólo se nos pide ser innovador y emprendedor en la creación de una idea empresariable, también se nos pide ser emprendedor, y muy creativo, en la búsqueda de financiamiento.

Podría pensarse, siguiendo la ruta de la ingenuidad, que los Fondos de Capital de riesgo asuman un rol más activo y formador, al tomar emprendedores y hacerlos trabajar como generadores y desarrolladores de ideas empresas, invirtiendo el papel que han tomado, siendo hoy entidades estáticas a la espera que los buenos negocios lleguen a tocar a su puerta.

Se puede pensar que las incubadoras de empresas están realizando este rol más formador, pero vemos que algunas de ellas han establecido tarifas respecto a sus servicios, lo que aparece como una barrera infranqueable para quién, teniendo una idea, no cuenta con el financiamiento para llevarla a cabo.

En nuestra opinión, si se sigue la ruta de invertir en "ideas geniales", muy difícilmente se revertirán los magros resultados que ha mostrado la industria del Capital de Riesgo chileno. Por el contrario, sentimos que se

debe buscar a personas que posean el espíritu del emprendimiento, de la creación empresarial, para adoptar sus capacidades y desarrollarlas bajo el alero de instituciones que estén dispuestas a invertir (no a cobrar) en el mediano plazo y disfrutar de los dividendos que esas ideas aportarán en el largo plazo.

Las palabras de Ingrid Rosten Cofundadora y directora administrativa del International Business Incubator (IBI), nos dan más luces de lo afirmado al decir: [71]

"El verdadero emprendedor es aquel que germina ideas y las pone a crecer para después salir a sembrar de nuevo con su creatividad y su ingenio. Y las mejores ideas son aquellas que después vuelan solas sin que su inventor tenga que conducirlas toda la vida.

Debe haber más apoyo de capital por parte de los inversionistas "ángeles" (aquellos que entran en una etapa muy temprana de la iniciativa empresarial) y capitalistas de riesgo. Tienes que tener más inversionistas en la región dispuestos a apostar."

Para meditar la importancia del emprendimiento: en Chile , a los personas que se encuentran en alguna etapa de emprendimiento, se les consultó sus proyecciones de generación de empleo relacionado a su proyecto. De las respuestas obtenidas, si tan sólo un 10% acertara, tendríamos 2.000.000 de nuevos empleos. Tengamos presente, que el desempleo en nuestro país ronda por las 600.000 plazas de trabajo.[72]

Para finalizar, queremos hacernos participes del siguiente artículo[73] escrito por Guillermo Ramírez, Columnista de ww.emprendedor.com:

"Un buen negocio

En cualquier grupo de estudiantes de administración o de asistentes a cualquier conferencia o seminario, cuando se hace la pregunta de qué es un buen negocio, la primera respuesta es que sea rentable. Pero al poner sobre el tapete qué es rentabilidad, surgen tantas definiciones

[71] Extraído de: http://www.emprendedor.com/ser_emprendedor.htm
Entrevista de Magdalena Álvarez, periodista de AméricaEconomía.com

[72] Extraído de: Global Entrepreneurship Monitor, CHILE 2002

[73] Extraído de www.emprendedor.com:
http://www.emprendedor.com/ser_emprendedor.htm

como personas haya en la audiencia. Todos tienen una fórmula lista para presentar a los demás: la rentabilidad de los activos, la de la inversión, la del patrimonio, la de los productos, la del activo fijo...

Luego surgen otros términos que debería tener un buen negocio: liquidez, solidez, respaldo, retorno de la inversión, rotación de inventario, de cartera, de activos...

Mito #3
"Un buen negocio es un negocio rentable"

Cualquier definición que se limite a dar un veredicto basado en los informes contables de un negocio, no sólo es limitada y miope sino muy poco imaginativa. Si voy a fundar una empresa para que las cifras de una hoja de cálculo sean las máximas jueces de mi obra, prefiero no empezar.

¡Claro que los números deben ser los adecuados! Eso se da por descontado. Es obvio que no se crea una empresa para perder dinero. Pero lo que no es obvio es que el verdadero emprendedor generalmente tiene muchas otras cosas en mente.

El tema de los números debe ser la preocupación del inversionista. El emprendedor, ante todo, tiene que buscar que su negocio cumpla estas tres características para que sea un buen negocio:

1. ***Debe ser entretenido.***

   Esto es esencial. Si a usted no le gusta lo que va a hacer, va a fracasar aunque sea un negocio extremadamente rentable. Si no resiste embarrarse los zapatos o aplicar una vacuna, no se dedique a la ganadería. Si no siente un placer supremo dejando caer los granos de cereal por sus dedos, no siembre. Si el estruendo de las máquinas no le acelera el pulso, no abra una fábrica. Si no tiene la voluntad de servicio suficiente para atender un comprador insistente, no ponga un almacén. Busque algo que a usted le gusta hacer y vuélvalo un negocio rentable.

2. ***Debe ser saludable.***

   Nadie dice que uno tiene que matarse por su negocio. Ni tampoco que sus empleados lo deban hacer. Las empresas que exigen "sangre, sudor y lágrimas" a todos sus participantes terminan desangradas y deshidratadas. Los negocios no se hicieron para sacrificar a los dueños, ni a sus familias, ni a sus empleados. Si esto

es lo que está ocurriendo en su empresa, algo está funcionando muy mal. Recuerde que su empresa es el lugar de vida de mucha gente. Ojalá que sea de buena vida.

3. ***Debe ser enriquecedor.***

En todos los sentidos. Económicamente, espiritualmente, socialmente. Su negocio debe ser capaz de generar la riqueza suficiente para que todos los involucrados participen de ella. Pero no solamente hablamos de dinero, sino también de enriquecimiento personal. Cada una de las personas que pase por su empresa debe salir con más de lo que entró. De lo contrario, su empresa... le quedó mal hecha."

FUENTES DE CONSULTA

TEXTOS, MANUALES e INFORMES:

1. "PROGRAMA PUBLICO PRIVADO DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO"
INFORME FINAL de Diciembre 2002
Ministerio de Economía

2. "Obstáculos y Oportunidades de Inversión para el Desarrollo de las Pequeñas y Medianas empresas en Chile"
Proyecto para el Ministerio de Economía del Gobierno de Chile.
Realizado por La Universidad de Ferrara y la Consultora Nomisma, Bologna, Italia

3. "INFORMACION DE LA PYME CHILENA"
Información obtenida de CORFO.
Autora: Sra. Sara Cabrera, La Directora regional Metropolitana

4. "Global Entrepreneurship Monitor"
GEM CHILE 2002
13 de noviembre de 2002
Estudio que mide el nivel de emprendimiento que tienen economías de distintos países

5. "CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS EN CHILE"
Fundación Empresarial Comunidad Europea Chile Enero 2003

6. "Chile: un Mercado de Capitales Confiable y Eficiente. Avances y Perspectivas"
Dieter Linneberg A., Superintendencia de Valores y Seguros, Chile
Diciembre 2002

7. "MANUAL PARA EMPRESAS: Fórmulas para conseguir apoyo y financiamiento en proyectos de mejoramiento para la Pequeña y Mediana empresa"
Departamento de Fomento y Desarrollo de Empresas. MIPYME
CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE CHILE

8. "Fuentes de Financiamiento Óptimo según el Estado de Desarrollo de la Empresa"
Por Alicia Castillo H.,
Centro de Entrepreneurship,
Universidad Adolfo Ibánez.

9. "Análisis Comparativo Patrocinadores Línea FDI CORFO"
Ventures Latina

10. "Angels Investors: Agentes Estratégicos en las Primeras Etapas de Formación de Emprendimientos"
María de los Ángeles Romo - Ventures Latinas
Año de Edición 2001

11. "Estudio del Sistema de Innovación a través de Incubadoras"
Octubre 1999
INTEC-CHILE

12. "MANUAL INSTRUMENTOS DE FOMENTO PRODUCTIVO"
Julio 2001
Micro, Pequeña y Mediana Empresa
Sectores: Agricultura, Minería, Manufactura, Comercio, Pesca, Turismo y Sectores Emergentes
Comité de Desarrollo Productivo de la Intendencia Metropolitana
Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa – APYME, de la Universidad de Santiago de Chile
Financiado por la Secretaria Regional Ministerial de Planificación y Coordinación RM SERPLAC – Metropolitana

13. "Guía de Instrumentos para la creación de nuevos negocios, la idea de empresa"
www.portalincubacion.cl

14. "FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EMERGENTES"
Proposición de un modelo de Capital de Riesgo para Chile.
UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
ESCUELA DE NEGOCIOS DE VALPARAISO
Executive MBA para profesionales Universitarios
TRABAJO DE TITULACION
septiembre de 1998

15. "Capital de Riesgo, una revisión del caso chileno"
Raúl Alée G.
Octubre de 2002
Programa Doctoral Universidad de Lleida

16. "Cómo cultivar empresarios"
Estudio realizado por el BID, con el apoyo del gobierno de Japón.
Santiago 17 de septiembre de 2002, Fuente: Intec

17. Estudio inversionistas ángeles
Ventures Latinas, año de edición: 2001

18. "LINEAMIENTOS PARA LA CREACION Y GESTION DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS"
Noviembre 2000
Marcela Angulo G.
Gerente Programa Incubación de Negocios

19. "Evaluación de Proyectos de Inversión"
Apuntes del curso
Universidad del Desarrollo
profesor Roberto Darrigrandi U.

20. "MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET"
(Versión Preliminar)
Oscar Barros V.
Septiembre, 2001
Centro Gestión (CEGES)
Departamento de Ingeniería Industrial
Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas
Universidad de Chile

21. "Como Financiar Proyectos"
Elementos Básicos
Francisco López Alonso
Ingeniero Civil Químico, M.Sc.
MBA IESE

22. "El Espíritu Creativo"
Daniel Goleman, Paul Kaufman y Michael Ray.

23. "Creatividad & Marketing"
Roberto Duailibi y Harry Simonsen Jr.

24. "Presentación del Superintendente de Bancos e Instituciones Financieras ante la Cámara de Diputados sobre el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa"
Martes, 11 de Julio de 2000

25. "Desarrollo del Mercado de Capital de Riesgo en Chile. Actitudes y Percepciones frente a Capital de Riesgo"
Preparado por Maria de los Ángeles Romo
ventureslatinas

26. "Estudio del Sistema de Innovación a través de Incubadoras"
Preparado por INTEC-CHILE
Proyecto "Incubadora Física y Virtual de Empresas de Alta Tecnología"
Financiado por el Fondo de Desarrollo e Innovación de CORFO y patrocinado por el Centro de Información en Ciencia y Tecnología de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile, ICTAccessNova y la empresa Tecnonáutica
Octubre de 1999

27. "Productos y Servicios Bancarios"
Banco Estado

28. "FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS EMERGENTES"
TRABAJO DE TITULACION
UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
ESCUELA DE NEGOCIOS DE VALPARAISO
Executive MBA para profesionales Universitarios
Proposición de un modelo de Capital de Riesgo para Chile
Profesor Guía : Sr. Roberto Bonifaz Ph.D.
Alumnos:
Verónica Fisher Arancibia
Fernando López Fredes
Pedro Paiva Reinero
Santiago de Chile, septiembre de 1998

29. "CAPITAL DE RIESGO E INVERSIONISTAS ÁNGELES"
Para qué sirven los Ángeles y El Capital Semilla
Marcelo Rabba Apara, Santiago de Mayo de 2000
www.circulo.cl

30. "El Rol del Espíritu Innovador en el Desarrollo productivo"
Gerardo Martí
Profesor del ESE (Universidad de los Andes)
Colaborador de CELA (Centro Para la Empresa en Latinoamérica del IESE –España)

31. "Creando Empresas Fácilmente"
Fundación Chile

32. "POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYME"
Wilson Peres y Giovanni Stumpo

33. "SER (O NO SER) EMPRENDEDOR"
Jaime Villarreal
Director Diplomado en Marketing Gerencial
Escuela de Postgrado
Facultad de Economía y Empresa
Universidad Diego Portales

34. "El ciclo financiero de la empresas pequeñas y emergentes"
Estudio contratado por el Ministerio de Economía

35. "INCENTIVOS COMERCIALES O TRIBUTARIOS ESPECIALES"
Deloitte & Touche División Tributaria y Legal

36. "MECANISMOS PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO INNOVADOR EN CHILE"
UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ
Escuela de Negocios de Valparaíso

37. "ESTUDIO PARA LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES Y EXPORTACIONES Y UN DESARROLLO EQUILIBRADO DE LAS REGIONES DE CHILE"
MINECON-CORFO-JICA Cooperación Técnica

38. LA SITUACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA EN CHILE
MARZO 2003
Informe basado en el Estudio de Caracterización de la Micro y Pequeña Empresa (MIPE), elaborado por la empresa consultora I&G, por encargo del Comité de Fomento de la MIPE. Este Comité está presidido por el Jefe de la División de Desarrollo Productivo del Ministerio de Economía (MINECON) e integrado por SUBDERE, CORFO, FOSIS, INDAP, SERCOTEC, SENCE, Banco Estado y Pro Chile.
La selección del contenido y la redacción del Informe fue realizada por la Corporación para el Fomento y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa, (CEFOPE).
La revisión y edición final estuvo a cargo de SERCOTEC, en su calidad de Secretaría Técnica del Comité de Fomento MIPE.

PORTALES de INTERNET:

1. www.ideaincuba.cl
2. www.ventureslatinas.com
3. www.ceo.cl
4. www.sitioempresa.cl
5. www.portalincubacion.cl
6. www.corfo.cl
7. www.noticiasdot.com
8. www.economia.cl
9. www.todochileinversiones.cl
10. www.fogape.cl
11. www.bancoestado.cl
12. www.innovabiobio.cl
13. www.minagri.gob.cl
14. www.gestiopolis.com
15. www.endeavor.cl
16. www.accessnova.cl
17. www.iee.cl
18. www.incubacion.cl
19. www.incubatec.cl
20. www.cdeubb.cl
21. www.3ie.cl
22. www.generauc.cl
23. www.innova.cl
24. www.khumano.com
25. www.municipium.cl
26. www.intec.cl
27. www.capitalsemilla.cl
28. www.ine.cl
29. www.pyme.cl
30. www.redcaraysen.cl
31. www.fernandovigorena.cl

32. www.cec.uchile.cl
33. www.gobiernobiobio.cl
34. www.quepasa.cl
35. www.gemconsortium.org
36. www.cefope.cl

ARTÍCULOS de PRENSA:

Diario El Mercurio

1) 21 de septiembre de 2003
Artículo "El contraataque de los emprendedores"

2) 9 de enero de 2003
Artículo: "No hay dinero para el segundo salto"
Por: Fernando Cano Cadiz

3) 12 de enero de 2003
Artículo: "Los capitalistas aventureros"
Por: Alejandro Sáez Rojas

4) 07 de agosto de 2003
Artículo: "A apurarse: ¡se acaba el plazo para tu invento!"

5) 04 de septiembre de 2003
Artículo: "Liderazgo y emprender"

6) 11 de septiembre de 2003
Artículo: "Disponibles US$ 300 millones para innovadores"

7) 07 de agosto de 2003
Artículo: "A apurarse: ¡se acaba el plazo para tu invento!"

8) 11 de agosto de 2003
Artículo: "La aventura de atreverse a emprender en la edad madura"
Por: Mónica Cuevas

9) 21 de agosto de 2003
Artículo: "Habilidades de los emprendedores"

10) 21 de agosto de 2003
Artículo: "¿Sin financiamiento? ¡$20 millones te esperan!"

11) 03 de julio de 2003
Artículo: "Chile busca revertir su debilidad en innovación"

12) 03 de julio de 2003
Artículo: "La Corfo suspende capital semilla para reimpulsarlo en octubre"

13) 04 de julio de 2003
Artículo: "Lanzan segunda versión del premio 3M"

Diario El Mercurio de Valparaíso
14) 29 de septiembre de 2003
Artículo: "Claves del éxito para emprendedores"

15) 04 de agosto de 2003
Artículo: "La gran industria tecnológica de Valparaíso"
Por: Mauricio Mondaca

Diario El Mercurio de Antofagasta
16) 25 de agosto de 2003
Artículo: "Potencian incubadora de negocios del norte"

Diario El Sur
17) 22 de septiembre de 2003
Artículo: "¡Quiero ser empresario!"
Por: Roberto Fernández Ruiz

18) 9 de enero de 2003
Artículo: "U. de Concepción arrasó con fondos para ciencia"

19) 27 de agosto de 2003
Artículo: "Premian en dólares a los ganadores de concurso 3M"

20) 05 de julio de 2003
Artículo: "Incubadora de U. de C. premió a 88 jóvenes innovadores"

Diario La Tercera
21) 03 de octubre de 2003
Artículo: "Reabren postulaciones al capital semilla del FDI-CORFO"

22) 05 de julio de 2003
Artículo: "Grandes empresarios lanzan primer fondo de capital de riesgo en cinco años"
Por: Miguel Vega

23) 04 de agosto de 2003
Artículo: "Innovación y desarrollo"

24) 05 de julio de 2003
Artículo: "Grandes empresarios lanzan primer fondo de capital de riesgo en cinco años"
Por: Miguel Vega

Revista Mouse, La Tercera
25) 17 de junio de 2003
Por Daniel Contreras

26) 18 de agosto de 2003
Lanix: notebooks criollos
Por: DanielContreras

Diario Financiero
27) 22 de septiembre de 2003
Artículo: "Recursos estatales para emprendedores"

28) 04 de septiembre de 2003
Artículo: "Capital de riesgo"

29) 01 de octubre de 2003
Artículo: "Piden cambios para profundizar capital de riesgo"

30) 08 de enero de 2003
Artículo: "Bolsa Electrónica adelanta propuesta para incentivar el capital de riesgo"

31) 25 de septiembre de 2003
Artículo: "Proponen cambios a Reforma al Mercado de Capitales II"

32) 29 de septiembre de 2003
Artículo: "Tecnología "Made in Chile" que marca pauta"

33) 18 de agosto de 2003
Artículo: "Los emprendedores"

34) 21 de agosto de 2003
Artículo: "Claves tributarias de la reforma al mercado de capitales II"

35) 03 de julio de 2003
Artículo: "Reforma de capitales II acota riesgo de uso de información privilegiada"

36) 03 de julio de 2003
Artículo: "Acusan falta de inversión en tecnología"

37) 09 de julio de 2003
Artículo: "Capital de riesgo enfrenta nueva oportunidad"

Revista América economía
38) 03 de septiembre de 2003
Entrevista a Carlos Osorio, Investigador visitante del Media Lab del MIT e investigador asociado del Grupo TI del Centro para el Desarrollo Internacional de Harvard University
Entrevista a Ingrid Rosten
Cofundadora y directora administrativa del International Business Incubator (IBI)
Por Magdalena Álvarez, periodista de AméricaEconomía.com

39) 03 de septiembre de 2003
Artículo: "El capital de riesgo es importante, pero no es lo único"

Diario Estrategia
40) 01 de octubre de 2003
Artículo: "Mayor fomento tributario a Capital de Riesgo generaría más recaudación y empleo"

Diario La Segunda
41) 7 de enero de 2003
Artículo:"El capital de riesgo es una alternativa válida para reactivar la economía chilena"

42) 07 de agosto de 2003
Artículo: "Concurso de ideas e inventos sobre Internet"

43) 18 de agosto de 2003
Artículo: "CCS: Empresas chilenas desaprovechan potencial de Internet"

Portal www.ceo.cl
44) 01 de septiembre de 2003
"Quedan pocos días para el primer "reality" de negocios"
Fuente: Chiletech

45) 04 de agosto de 2003
Artículo: "Un año de incubación gratuita para el ganador de ELO"
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María

46) 15 de septiembre de 2003
Artículo: Premian a estudiantes de informática por proyecto de "casa inteligente"
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María

47) 01 de septiembre de 2003
Artículo: "Convocan a primer concurso de proyectos de biotecnología"
Fuente: El Mostrador

48) 01 de septiembre de 2003
Artículo: "Premiación de Concurso de Innovación Emprendedora en la Octava Región"
Fuente: Sitio Empresa

49) Artículo: "Elías Méndez: entre el pan y las tuercas"
Fuente: Sitio Empresa

50) Artículo: "17 nuevos proyectos serán apoyados por Fontec de CORFO"
Fuente: Fontec

51) Artículo: "UC pone en marcha una incubadora de negocios para alumnos emprendedores que quieran ser empresarios"

52) Artículo: "Endeavor elige a cuatro nuevos emprendedores locales"
Fuente: Endeavor

53) 02 de septiembre de 2003
Artículo: "Red de emprendedores forestales reciben apoyo millonario"
Fuente: Diario El Gong

54) 04 de septiembre de 2003
Artículo: "UC inicia Concurso de Planes de Negocios para emprendedores"
Fuente: Pontificia Universidad Católica de Chile

55) 10 de septiembre de 2003
Artículo: "Empresas regionales apuestan por innovaciones tecnológicas"
Fuente: Infonegocios

56) 15 de septiembre de 2003
Artículo: "Chile y Brasil se unen para fortalecer el emprendimiento entre los jóvenes"
Fuente: Mundo en línea

57) 15 de septiembre de 2003
Artículo: "Premian a estudiantes de informática por proyecto de "casa inteligente""
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María

58) 16 de septiembre de 2003
Artículo: "Egresados de USM desarrollaron videojuegos disponibles en teléfonos móviles"
Fuente: Chiletech

59) 29 de septiembre de 2003
Artículo: "Emprendedores analizan el emprendimiento"
Fuente: Incubación

60) 04 de agosto de 2003
Artículo: "Santiago Innova inicia ronda de negocios con empresarios"
Fuente: Santiago Innova

61) 04 de agosto de 2003
Artículo: "Un año de incubación gratuita para el ganador de ELO"
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María

62) 04 de agosto de 2003
Artículo: "Nuevo Software optimiza consultas médicas"
Fuente: CORFO

63) 07 de agosto de 2003
Artículo: "50% de las iniciativas aprobadas por Fontec-Corfo son de regiones"
Fuente: Fontec

64) 11 de agosto de 2003
Artículo: "La Web del Futuro"
Fuente: CIW (Centro de Investigación de la Web)

65) 11 de agosto de 2003
Artículo: "Experiencia de emprendedores"
Fuente: Innova Bío Bío

66) Artículo: "Reforma de Capitales II (parte I)"
por Arie Gelfenstein Freundlich
gerente general Bolsa de Valparaíso

67) Artículo: "Reforma de Capitales II (parte II)"
por Arie Gelfenstein Freundlich
gerente general Bolsa de Valparaíso

68) 25 de agosto de 2003
Artículo: "Crea innovador coche para centros comerciales"
Fuente: Chiletech

69) 25 de agosto de 2003
Artículo: "Concurso capital semilla para proyectos acuícolas"
Fuente: CORFO

70) 25 de agosto de 2003
Artículo: "Concurso capital semilla "Turismo Regiones"
Fuente: CORFO

71) 25 de agosto de 2003
Artículo: "20 nuevas empresas para el 2004"
Fuente: CEO

72) 04 de julio de 2003
Centro de Entrepreneurship
Fuente: Universidad Adolfo Ibáñez

73) 09 de julio de 2003
Artículo: "Abren convocatoria a Concursos de Proyectos y Eventos EXPLORA 2003"
Fuente: Mundo en Línea

Notas de la CEPAL

74) Julio 2002, N° 23

ANEXOS

ANEXO I

HISTORIAS de EMPRENDIMIENTO

En el siguiente anexo, hemos querido incluir diversas historias de cómo algunas empresas vieron sus inicios, como la casualidad, la persistencia dieron vida a una idea que se transformó en empresa.

El Objetivo es acostumbrar a las personas, que ven en el emprendimiento una real alternativa, a encontrar esas posibles ideas en cosas tan triviales como puede ser cualquier idea, y, sobre todo, entregarles historias para que conozcan que el presente de aquellas empresas no estuvo exento de fracasos en el pasado.

Si tiene una idea de empresa, esta puede ser buena, pero si falta el convencimiento de llevarla al éxito, los deseos de salir adelante, mejor no lo intente.

Si en cambio siente que es el momento de iniciar el camino de la independencia laboral, que no habrá obstáculo que le impida salir adelante, pues no lo piense más: Hoy es el día de ser empresario.

Si necesita algo que le de mayor motivación, lo invitamos a leer el siguiente anexo, donde encontrará historias acaso parecidas a la suya y, por qué no, acaso en unos años, estén escribiendo la historia de su propia empresa.

Lava Móvil lleva tres años en el mercado con ventas que se empinan por los US$600 mil anuales

El carrito que lava 200 mil autos al año [74]

Opera en cinco lugares de Santiago y dos de regiones. Da empleo a 140 personas y al creador ya lo han contactado desde México, Argentina y Uruguay para pedirle asesoría en el tema.

María de los Angeles Avilés

Como un kamikaze. Así se lanzó Eric Steck en 1998 cuando, de la noche a la mañana, decidió que la gente no podía seguir perdiendo el tiempo en una fila para lavar autos.

"Tenía que ser snob, porque a la gente le gustan las cosas simpáticas", explica Eric Steck para referirse a cómo surgió la idea de crear un carro de lavado móvil.

(Foto: Andrés Pérez)

Fue una verdadera obsesión durante siete meses. Tenía que encontrar la solución perfecta. E invirtió hasta lo que no tenía para, finalmente, dar con ella: un carrito eléctrico con una manguera que se instalaría en algún estacionamiento de la capital. Era el nacimiento de Lava Móvil Chile.

El gran invento. La gran solución. Pero perdió millones de pesos, porque no sabía manejar el negocio. "Si hubiera sido ingeniero comercial, hubiese sido otra cosa", dice Steck.

Es que nunca fue un buen administrador. "Entonces, de repente un trabajador me duraba tres días, de repente el tipo no cuidaba bien los autos y rompía una plumilla, cargábamos mal las baterías y en vez de durarnos dos años duraban seis meses. Todo con unos costos horrorosos. Fue la ineficiencia absoluta".

Pero el proyecto le acomodó tanto a la gente que tras algunos tambaleos no sólo logró subsistir en el tiempo, sino que ya opera en siete puntos (cinco en la Región Metropolitana y dos en regiones), lava más de 200 mil autos al año y están contactándolo del exterior para exportar el concepto.

De bus hueco a carro snob

"Nosotros lavamos autos igual que el que está con balde en la calle, pero lo hacemos mejor. Aunque no dejamos de ser un lavado de auto", aclara.

De hecho, mientras planeaba su proyecto pensó en un bus hueco por donde pasara el vehículo. En un carro de supermercado. En uno de golf. Hasta que se inspiró en una silla para inválidos.

"Tenía que ser snob, porque a la gente le gustan las cosas simpáticas", cuenta Steck.

[74] Extraído de Diario La Tercera
29 de Octubre de 2001

Con un estanque con capacidad para 45 litros de agua que pudiera lavar 10 autos, una bomba y una manguera pulverizadora que mojara lo menos posible, Steck adaptó la silla y creó el primer lava móvil del mundo.

Le puso colores sobrios, para pasar lo más inadvertido que se pudiera. Humildemente llegó hasta Parque Arauco a presentar el proyecto. Y le creyeron. Pagó el arriendo correspondiente y los carritos de Lava Móvil llegaron hasta los estacionamientos del mall.

Limpieza a fondo
Tenía grandes esperanzas. Pero, para su sorpresa, no le fue tan bien. "Al principio la gente no quería nada y yo pensé que todo se me iba a la punta del cerro", dice.

Otra sorpresa. Lo que querían los clientes era un trabajo más completo: un lavado por dentro y por fuera. Una idea que se le había pasado por la cabeza, pero que pretendía poner en marcha a los dos meses de estreno, cuando conociera bien a sus trabajadores.

Sin embargo, las peticiones de los clientes adelantaron sus planes. "A las dos semanas ya estábamos lavando por dentro y por fuera. Le dábamos un tarjetón a los clientes, en el cual se comprometían a no dejar nada de valor, y así nos liberábamos de responsabilidad", explica Steck.

Lava Móvil respondió tan bien a una necesidad de mercado, que a los tres meses ya estaba en el mall Plaza Vespucio.

Sus precios son un 15% más caros que el promedio. "Porque tenemos un valor agregado que es la comodidad, el tiempo que te ahorras", afirma. Además, agrega, "tenemos una imagen corporativa, con un uniforme, con un jockey y con un carrito que se desplaza cuando lo llamas".

Red de control
Pero este éxito iba acompañado de grandes gastos. La falta de experiencia se estaba consumiendo todos los ingresos de la compañía. A los problemas de administración se sumaba el elevado precio de los carritos: $ 2,5 millones cada uno. De esa forma, Steck se había gastado más de $ 120 millones.

Había que hacer algo para recuperar el capital invertido y para pagar los créditos repactados con los bancos. Pero como "echando a perder se aprende", con el tiempo Steck empezó a ordenar las cuentas y a disminuir costos innecesarios. De partida, para tener un balance claro y preciso de los lavados, se instaló toda una red de operadores que velan porque el sistema funcione a la perfección. Es así como sobre los encargados de lavar los autos hay un supervisor, luego un jefe de operaciones y sobre éste un gerente.

Luego, y una vez que Lava Móvil logró posicionarse en el mercado, dejaron de fabricar los carritos eléctricos. Así nacieron unos alternativos cuya única diferencia es que funcionan manualmente. Y vaya que redujeron costos, porque este nuevo aparato tiene un valor de $ 1,4 millones.

Este ordenamiento ya comienza a dar sus frutos. Lava Móvil está a punto de guardar parte de sus ventas, que en promedio han alcanzado los US$ 600 mil anuales (unos $ 420 millones), y no a gastarlas sólo en pagar deudas.

Steck ya está pensando en desarrollar nuevas técnicas para hacer más eficiente el servicio. "Luego vamos a salir con un producto para lavar sin agua", dice.

Por el momento, las expectativas siguen siendo altas: lavan un promedio de 22 mil autos mensuales, le da trabajo a 140 personas y lo están llamando de México, Argentina y Uruguay para pedirle asesoría en el tema.

Produce Inspectors of America revisa fruta de Chile, Brasil, Perú y Centroamérica

El censor de la fruta que llega a Miami [75]

Hace dos años que el chileno Edmundo Elissetche se fue rumbo a Miami para trabajar con la nacional Vital Berry Marketing. Sin embargo, al poco andar, su suerte e ingenio lo convirtieron en el primer chileno que se instaló con una empresa norteamericana de inspección de frutas.

María de los Angeles Avilés

Es el primer chileno que llegó a Estados Unidos y se instaló con una empresa norteamericana de inspección de frutas. Y para lograrlo no necesitó de mucho dinero. La suerte y la astucia fueron suficientes para que Edmundo Elissetche Infante (33) levantara en pleno Miami la compañía Produce Inspectors of America (PIA).

Este chileno partió hace dos años rumbo a Miami para prestarle servicios a la Vital Berry Marketing. "Con el negocio amarrado" llegó hasta Florida para certificar las 800 mil cajas que la compañía exportaba a Estados Unidos por ese estado.

La empresa de Edmundo Elissetche cobra entre 5 y 12 centavos de dólar por las cajas que inspecciona. Una cifra nada despreciable si se considera que con sólo uno de sus clientes inspecciona 5 millones.

(Foto: Gentileza Edmundo Elissetche)

Su éxito fue tanto que no alcanzó a instalarse cuando ya estaba creando una empresa propia. No le quedaba otra. Porque su crecimiento fue como una verdadera cadena. "En el camino me encontré con unos peruanos, que son los más grandes esparragueros de su país. A ellos les gustó como trabajaba y me contrataron para que certificara un millón de cajas", cuenta Edmundo Elissetche.

Como si eso fuera poco, el holding Bounty Group LLC, donde llegaban los espárragos, tuvo una muy buena impresión del trabajo que realizaba Elissetche. "Y ellos me dieron un contrato de cinco millones de cajas de diferentes productos", agrega.

Es así como hoy en día la compañía inspecciona fruta de Chile, Brasil, Perú y Centroamérica. Todo un acierto, sobre todo si se considera que por cada caja PIA cobra entre 5 y 12 centavos de dólar.

Vendedores, compradores y distribuidores

Y el éxito de este negocio se explica por la necesidad de contratar a un servicio de arbitraje entre el comprador y el vendedor. De lo contrario, no hay quién verifique si las exportaciones de fruta son de buena calidad o no.

Entonces, o el exportador debía ir personalmente a verificar la llegada de los productos o "se confía sí o sí en la persona a la que se le vendía", cuenta Elissetche. Pero ¿quién asegura que ese informe sea realmente apegado a la realidad?. "Puede que al exportador le llegue un informe con un rechazo de 500 cajas, pero en realidad son 200 las malas", añade.

[75] Extraído de Diario La Tercera
Santiago de Chile, 14 de Enero del año 2002

Y esa es una pérdida enorme. "Un embarque mínimo son 2.000 cajas, lo que equivale, más o menos, a US$ 30 mil. Entonces, si te dicen que llegaron 500 malas estamos hablando de mucha plata". Para evitar todo ese conflicto PIA se encarga de inspeccionar.

Es un negocio que no sólo le conviene al que vende. A los que compran y a los distribuidores también. Simplemente es una manera de hacer más transparente la operación. Es así como Elissetche se compromete a tener la información para su cliente en 24 horas.

"Mis inspectores van al frigorífico, revisan el producto para ver cómo llegó. Y desde la oficina central mandan un reporte de calidad: si llegó con pudrición, si viene bien calibrado, si cumple las normas para entrar a Estados Unidos", comenta.

Entonces, a través de la página web (www.pia.cl) sale el informe. Y así el cliente, con su password, puede obtener toda la información.

Mangos, espárragos y piñas
Fue ese el trabajo que le gustó a los norteamericanos. Y les gustó como lo hacía Elissetche. Con la llegada de esa cantidad de cajas (cinco millones) nacía PIA en marzo del 2001.

Los clientes han crecido y es así como "en este minuto estamos inspeccionando mangos de Perú y Brasil, espárragos de Perú y Chile, fruta tradicional de Chile, melón y piña centroamericana y berries chilenos y norteamericanos en las diferentes temporadas", cuenta.

La idea de Edmundo Elissetche es hacerle una asesoría completa a sus clientes, que vaya más allá de la inspección. "También queremos hacer seguimiento, ver quién le vende la fruta y defender productos en cualquier parte de USA", indica.

En esa línea están desarrollando un servicio de representación y ayuda logística de la llegada del producto. Porque la fruta va a diferentes mercados (supermercados, regular market, foodservice, etcétera) y cada uno de ellos exige diferentes calidades. "Entonces nosotros guiamos la repartición del producto", cuenta Elissetche.

"También defendemos cargas", agrega. Sucede que Miami es sólo un centro de distribución no de venta, donde llega casi toda la carga aérea y se distribuye a diferentes partes de Estados Unidos. Pero en ese trayecto también hay que realizar inspección. "Si desde otro punto reclaman que el producto llegó malo, se manda a un experto para que lo verifique".

De ese modo, el centro de operaciones de Elissetche se ha expandido por el país del norte. "Tenemos gente que nos ve las inspecciones que no podemos ver en Miami. En el fondo, cubrimos lo que quiera el cliente".

El futuro
Vender ese paquete completo a todas las empresas que contraten los servicios de PIA es un gran desafío para Elissetche. Aunque es una tarea que ya realizan con Bounty Group (empresa norteamericana), el interés va por expandirlo a otros clientes.

Y como la fruta que llega desde Chile es de una temporada diferente a la norteamericana, el otro gran reto que tiene PIA es abarcar a todo ese mercado, "porque es monstruoso", señala, y porque "la idea es estar las dos temporadas full".

Es así como este chileno residente en Miami no tiene de qué quejarse. A su juicio, "aquí sobran los negocios". Por eso que "en dos años he hecho lo que no hubiera podido hacer durante toda mi vida en Chile", concluye.

Pescados: la otra faceta
El pescado es la faceta a la que Edmundo Elissetche se dedica también desde octubre del año pasado.

La inspección, eso sí, siguió siendo el fuerte. De hecho, revisan salmones que son exportados desde Chile para la empresa norteamericana Windward Seafood LLC.

Otro gran negocio, ya que debe visar nada menos que 15 millones de libras. El cobro en este rubro es diferente, ya que se realiza por embarque no por caja, como es el caso de la fruta. Y los precios van desde los US$ 50 y US$ 130, por inspección, dependiendo de la cantidad de pescados.

La compañía lleva 20 años en la industria nacional

El chileno que compite en el mundo de los juegos infantiles [76]

Los famosos y clásicos autitos de madera que le dan movimiento, sonido y entretención por sólo $ 100 a los niños de hasta ocho años, ya no sólo se encontrarán a la salida de los supermercados, en algún mall o en los locales de juegos nacionales. A partir de la próxima semana estarán nada menos que en el mercado de la entretención más importante de Latinoamérica.

María de los Angeles Avilés

Desde su participación en la Feria Internacional de Entretención Salex, en Sao Paulo (Brasil) el pasado julio, un ambicioso proyecto de expansión se ha presentado ante los ojos de la empresa chilena Samoa, que compite en el mercado de los juguetes infantiles.

Sus clásicos autitos que le dan movimiento, sonido y entretención por sólo $ 100 a los niños de hasta ocho años, ya no sólo se encontrarán a la salida de los supermercados, en algún *mall* o en los locales de juegos nacionales. A partir de la próxima semana estos juegos -cuya particularidad es que están hechos de madera- estarán en el mercado de la entretención más importante de Latinoamérica: llegarán hasta la capital de Brasil dieciséis unidades.

"Fuimos de chicos a grandes", cuenta el gerente general de la compañía, Fernando Toro. Esta pyme llegó hasta Brasil apoyada por ProChile, luego de adjudicarse la distinción al mejor producto de exportación. "Y yo gané", continúa Toro, porque los juegos corporativos que Samoa realizó especialmente para el pueblo brasileño utilizando su tradicional materia prima, la madera, tuvieron tan buena aceptación, que en plena crisis económica, esta compañía tiene la gran oportunidad de insertarse al mundo globalizado de hoy al exportar sus caparazones.

Para eso la empresa decidió incorporar a su proceso productivo tecnología de última generación para favorecer la optimización de su trabajo y la ampliación de sus plantas laborales. Y para lograrlo estiman una inversión de $120 millones.

Luego de ganar un concurso de ProChile, los autitos de Fernando Toro se presentaron en Salex, la feria más importante de Latinoamérica.

(Foto: RODRIGO CISTERNA)

Y es así como esta empresa nacional comienza a cambiar su destino. Ese que partió con Fernando Toro hace 20 años en Valparaíso, cuando luego de estudiar electrónica en la Universidad Domingo Santa María, decidió dedicarse a la industria del entretenimiento.

Opción electrónica

"Yo hice la práctica en Santiago y, como no conocía a nadie, todos los días iba al local de juegos que quedaba al frente de mi casa en República. Y ahí me nació la idea de poder congeniar lo que había estudiado con el asunto de la entretención", cuenta Toro.

[76] Extraído de Diario La Tercera
15 de Octubre de 2001

Partió con juegos electrónicos. Para eso vendió una camioneta de su padre y con ese pequeño capital se compró cinco máquinas y arrendó un local en Valparaíso en 1979. Y "me fue estupendo". Es que en la década de los '80 fue el boom de los videojuegos.

Con la férrea idea de que en Chile también se pueden realizar muy buenas cosas, "comencé a fabricar yo mismo, menos los *software*, que se traían de afuera", explica. El desarrollo fue rápido. Y al poco andar vinieron más locales. Así se instaló, además de Valparaíso, en Viña del Mar y en Quilpué.

Sin embargo, la llegada de la tecnología a los hogares le echó a perder el negocio. Los videojuegos entraron en crisis en 1995 con la aparición del Nintendo, Play Station e Internet. Y ese lucrativo rubro de los videojuegos, que sólo en la calle principal de Viña tenía 12 locales, sólo quedó con dos: los de Fernando Toro.

Entonces este empresario buscó diferentes alternativas para subsistir a la crisis de los videojuegos. Y calló en los juegos infantiles, hoy el gran sustento de Samoa. "Vimos que era un negocio más lucrativo que los videojuegos, porque no tiene competencia. Entre los uno y cinco años es difícil que los niños se metan al computador", indica.

Eliseo y ascensores
Y fueron pioneros en la producción en Chile. Hasta entonces los juguetes eran importados y de fibra de vidrio. Samoa, en cambio, prefirió la madera para elaborarlos. "En fibra hay que hacer un molde y cada molde vale un millón de pesos. Para sacar el costo hay que fabricar entre 20 y 30 modelos. Yo, en cambio, simplemente traigo un juguete en miniatura y lo hago a elección del cliente", cuenta Toro. Justamente el plus que tiene Samoa y que lo diferencia de sus competidores extranjeros. "Nosotros hacemos de acuerdo a las necesidades que se requieran, en cuanto al modelo, al color, al dibujo y a la música", acota.

Los primeros autitos los puso en sus propios locales. Pero al poco andar (1997) arrendó espacios en los supermercados. Y el auto de carrera de Eliseo Salazar, el ascensor de Valparaíso y toda la gama de vehículos de Samoa comenzaron a entretener a los niños de la V Región. Luego este éxito se expandió por el país donde Samoa tiene operadores desde la IV Región hasta Punta Arenas.

Las creaciones corporativas complementaron el negocio. Así, el Líder de El Belloto logró tener su propio automóvil. Situación que se repitió con Santa Isabel.

Los compradores no tardaron en aparecer. Este año Samoa consiguió dos interesados en comprar sus juguetes que cuestan entre $ 1,2 millones y $ 1,5 millones.

Es así como Marina Arauco, del grupo Said, compró 30 unidades. Y recientemente se sumó Jumbo, que solicitó tres juguetes para su local en Rancagua. Sin embargo, "tienen presupuestado comprar 12 unidades más para el Jumbo de Viña del Mar", precisa Toro.

El desarrollo de los juegos continúa. Sobre todo ahora que tienen en mira las exportaciones de sus productos. "Estamos haciendo ideas geniales. Estamos haciendo un juego infantil con movimiento que es un poco más grande, donde pueden caber el papá, la mamá y dos niños", comenta Toro.

Y es así como Fernando Toro se siente satisfecho con lo que ha logrado. "Soy el líder en lo que es entretenimiento en Chile y en cuanto a calidad también. No tengo competencia en el área infantil", asegura.

Rentabilizar el rol social

La crisis económica no ha dejado a Samoa desarrollarse mucho en el último tiempo. Así que, para sortearla, Fernando Toro le propuso a las municipalidades crear juegos corporativos para la ciudad. En ese plano, ya hicieron un barco pirata para Coquimbo y un ascensor para Valparaíso.

"La idea es que las municipalidades nos predestinen un lugar donde poner nuestros productos. El beneficio para ellos es que nosotros les arrendamos el espacio. Además, le damos trabajo al operador que está a cargo de los juegos. Otra alternativa es que la municipalidad distribuya *tickets* de juegos entre los niños de escasos recursos", explica Toro.

Toro espera que el proyecto se materialice con 12 juegos en la Plaza Bombal de Viña del Mar en un mes más.

Por el momento se encuentra negociando con otras municipalidades. De hecho en abril de este año viajó hasta Puerto Varas a la última reunión de alcaldes "y la recepción de la idea fue bastante buena", afirma Toro.

Carlos Amin Vázquez experimenta con malezas chilenas desde 1974

El descubridor mundial del aceite de rosa mosqueta [77]

Los agentes regeneradores de tejidos cutáneos y los fuertes componentes nutritivos que descubrió en la rosa mosqueta, dieron vida a Laboratorios Coesam, una empresa internacional que hoy comercia con más de 30 países distintas materias primas para la industria cosmética y farmacéutica.

María de los Angeles Avilés

Carlos Amin Vázquez, fundador del laboratorio, es el descubridor a nivel mundial del aceite de rosa mosqueta.

(Foto: PAMELA FERNANDEZ)

Aspirinas extraídas de una variedad del sauce. Antidepresivos de la hierba de San Juan. Regenerador de tejidos de la rosa mosqueta. Son sólo algunos de las materias primas que Laboratorios Coesam extrae de diversas malezas y plantas chilenas, para luego comercializarlas en más de 30 países del mundo (América Latina, Estados Unidos, Europa y oriente), donde destina el 95% de su producción. En Chile, sin embargo, no sólo es poco conocido, sino que su mercado es ínfimo.

Y no debería serlo. Mal que mal, Carlos Amin Vázquez, fundador del laboratorio, es el descubridor a nivel mundial del aceite de rosa mosqueta: el pie de arranque de Coesam, que ya lleva 27 años en la producción de cultivos con fines medicinales y cosméticos.

Es la historia de un laboratorio que nació por pura curiosidad. Porque Carlos Amin Vázquez pese a ser dentista se dedicó a la agricultura, a cultivos relacionados con asuntos médicos. Hoy en día la empresa ya lleva dos generaciones a su cargo, su marca está registrada en 18 países; además de materia prima exporta productos manufacturados; en el período de cosecha saca 100 mil kilos de materia prima al día y sólo el 2001 facturó US$ 2 millones.

El descubrimiento

En 1974 Amin comenzó con la producción de rosa mosqueta. Por casualidad, ya que por esos años llegaron a Chile un argentino y un alemán en busca de productos nuevos y distintos. La rosa mosqueta fue la elegida. Las características diuréticas de esta planta y su alto contenido en vitamina C (concentraciones de 970 mg, 20 veces más que la naranja y el limón) llamaron la atención de estos buscadores. Le pidieron a este chileno que les exportara dos toneladas del producto deshidratado.

Una simple transacción comercial que le cambió la vida a la familia Amin y a su campo en Cabrero. Después de dos años de vender la cáscara de rosa mosqueta deshidratada a Alemania, a este dentista le salió a relucir su lado científico. "Como la semilla de rosa mosqueta quedaba botada en la industria, porque no había uso para ella, mi papá le buscó una utilización y descubrió que tenía aceite", cuenta Carlos Amin Merino, vicepresidente ejecutivo del laboratorio.

[77] Extraído de Diario La Tercera
Santiago de Chile, 01 de Abril del año 2002

Inmediatamente se puso a investigar las bondades del aceite. Primero lo probó con animales y su pelaje se volvió brillante, entre otras cosas. Después motivó a unos alumnos de la Universidad de Concepción para que hicieran su tesis de grado e investigaran los usos que podía tener la rosa mosqueta. Con los años salieron las conclusiones: contenía un poderosos agente regenerador de tejidos cutáneos, que ayuda al tratamiento de tejidos quemados, cicatrices y atenuación de líneas de expresión, entre otras.

Con esa receta en la mano, en 1984 don Carlos Amin se decidió a "sacar de frentón productos cosméticos y así nació Laboratorios Coesam", cuenta su hijo. Los productos de rosa mosqueta conquistaron al mercado internacional. Es así como en 1985 ya exportaban tambores de aceite a Brasil, Francia y Estados Unidos.

Investigación científica
Desde esos años "la rosa mosqueta ha sido un tigre agarrado por la cola, no nos deja descansar", señala Amin.

"Es un producto bendito", dice Amin. Cómo no, si luego de investigar en el laboratorio las cualidades de la planta se llegó a la conclusión de que, además de la vitamina C, era una fuente natural alimenticia de alto valor que en países como Suecia forman parte obligatoria de la dieta en jardines infantiles y colegios. Asimismo, sus frutos son ricos en flavonoides, pectinas y minerales, especialmente el betacaroteno, que tiene una gran acción antioxidante y antiinflamatoria.

Entonces, para poder ser más competitivos en el extranjero, Laboratorios Coesam, en colaboración con ProChile, después de cinco años de estudio y de explorar 26 variedades de rosa mosqueta, determinaron el mejor tipo de fruto: "La Ap4 tenía las mejores características, el mejor rendimiento, la mayor resistencia a los problemas y enfermedades que pudieran existir", explica Amin.

En 1986 comienzan a vender el aceite manufacturado "en frasco". Algo que le dio un valor agregado al producto. Mercados como el asiático comenzaron a solicitar el aceite. En los stand del comercio chino, japonés y coreano, entre otros, se exhibían "en gloria y majestad", las cremas, champús y jabones, entre otros, que desarrollaban con la rosa mosqueta nacional.

Nuevos productos
Hace cinco años la familia Amin se sumó al boom de la Hierba de San Juan (Hypericum Perforatum). Luego de que en Estados Unidos y Europa descubrieran sus atributos antidepresivos por sus altos contenidos de hipericina e hiperforina, esta hierba de flor amarilla se convirtió en el elemento clave para el tratamiento de la depresión y el estrés.

El primer año exportaron 500 toneladas. Hoy proveen a Europa, Estados Unidos, Japón y Canadá con un producto formado sólo por hojas y flores con contenidos mínimos garantizados de hipericina cultivado en importante medida en las propias plantaciones.

Pero el negocio del momento es el del sauce. "No el típico llorón", sino el sauce negro amargo. Y es que las ramitas del último período de un tamaño de no más de cuatro milímetros contienen un alto volumen de Salicina, que es el componente de la aspirina. Coesam ya empezó su comercialización en mercados tan destacados como Alemania y España.

Ahora, el sueño de Amin es poder comercializar sólo productos manufacturados para entregarle más valor agregado. A través del portal www.coesam.cl espera vender por internet desde Chile, mecanismo que sirve para abaratar el producto que "acá vale US$ 16 y afuera US$ 70", concluye Amin.

Convalidación mundial
Desde junio de 2001 Carlos Amin Merino creó en España la Fundación Coesam en conjunto con sus clientes de España. El objetivo era muy simple: darle un marco científico a sus productos para que sean válidos en Europa.

Es que muchas veces la investigación que ya se ha hecho en Chile no es válida en el Viejo Continente. "Me dicen que mis productos son interesantes, pero que hay que revisarlos allá. Es como una especie de convalidación", dice Amin.

En este trabajo hay una serie de "profesionales que son de grueso calibre", porque "si yo me equivoco en esto, la compañía deja de existir", argumenta.

Un negocio frustrado y un experimento permitió crear una crema regenerativa en base a esta especie

El milagro de los caracoles [78]

La familia Bascuñán, creadora de Elicina, hoy fabrica mensualmente 17 mil unidades de esta crema cuya principal característica es que suaviza y regenera la piel.

María de los Ángeles Avilés

El gran problema que ha tenido Elicina, la primera crema con extracto de caracol en el mundo, es que la confunden con un medicamento. "No es un medicamento, y punto", enfatiza el dueño de la empresa Fernando Bascuñán.

Pero es para confundirse. Sucede que los milagrosos progresos que tiene la piel de las personas con su uso no sólo han llamado la atención de las personas que la utilizan, sino también la de los médicos que ya la están recetando a sus pacientes.

De hecho, hace dos años, junto a Coaniquem, hicieron un examen científico del producto. "El 75% de los pacientes tuvo resultados catalogados entre muy buenos y excelentes: la piel les quedó más suave, bajó la rugosidad y, lo que más les importa, la pigmentación bajó de tono", cuenta Bascuñán.

A pesar de estos excelentes resultados, la crema sólo es "para verse mejor", acota Bascuñán, cuya familia lanzó oficialmente Elicina en 1996, después de 16 años de prueba.

Manos suaves

Todo partió como un experimento a principios de la década de los '80. María Eugenia Igualt, la señora de Bascuñán, ojeaba una revista y descubrió que el negocio de los caracoles en Europa era bastante bueno. "¿Y por qué no lo hacemos nosotros acá?", se preguntó.

Fernando Bascuñán tiene un vivero de 13.000 caracoles ubicado en un local en Padre Orellana 1319, Santiago.

(Foto: Iván Alvarado)

Con la sola idea de exportar a Francia la carne de caracol armaron un criadero y se lanzaron en el proyecto. Con la ayuda de Sercotec se contactaron con unos franceses que estaban de paso en el país. "Probaron nuestro caracol y lo encontraron exquisito", dice. Pero las cantidades que solicitaban eran muy superiores a su capacidad. "Pedían cuatro millones de caracoles y nosotros teníamos 400 mil y su mantenimiento nos volvía locos", agrega. Y como el precio que les ofrecían tampoco era interesante, cerraron el criadero que llevaba dos años.

Sin embargo, una sensación quedó dando vueltas en la cabeza de María Eugenia. Cuando ella y sus hijas trabajaron en la mantención de los caracoles notaron que sus manos adquirían una extremada suavidad. Siete años estuvo pensando en el por qué de estos resultados, hasta que su hijo mayor, Fernando Bascuñán Igualt, tenía

[78] Extraído de Diario La Tercera
22 de Octubre de 2001

que buscar un tema para su tesis de medicina y ella le sugirió que averiguara las bondades del caracol en la piel.

"Hizo un estudio, asesorado por su profesora, sobre la baba del caracol y su acción sobre las cicatrices. Para eso tomaron ratas de laboratorio a las que se le hizo una incisión y luego se las suturó. A una se le puso extracto de caracol en la herida y a la otra no. Después de un tiempo se sacrificaron las ratas y se verificó al microscopio que la sanación de la cicatriz tratada con extracto de caracol había sido perfecta", cuenta Bascuñán.

Había que hacer una pomada. Partieron artesanalmente. A una crema inerte le agregaron la baba y Bascuñán Igualt la difundió en el hospital en el que trabajaba. "La gente empezó a llamar por los estupendos resultados que habían tenido con la crema. Unos hablaban de arrugas, otros de las cicatrices, del acné, de las manchas en la piel, de las estrías post parto. Ahí me di cuenta de que estábamos ante algo interesante", precisa.

El paso siguiente era patentar este descubrimiento. Y eso ocurrió en 1994, después de una intensiva búsqueda para asegurarse de que el producto no existía en otra parte del mundo. Luego se acercaron al Instituto de Salud Pública (ISP), que aprobó la crema, cuya fórmula consistía en 80% de baba de caracol y 20% de excipientes.

Pase no más
Una investigación hecha por el Laboratorio Condecal demostró que es hipoalergénica, orgánica natural, con elementos regeneradores de la piel, con alantoína, con colágeno y elastina. Tiene, además, un elemento que descama las células muertas, con ácido glicólico comenta Bascuñán.

El éxito de Elicina llegó en el momento preciso para la familia, porque el negocio de reparaciones de culatas para motores que tenía Bascuñán iba en decrecimiento. La crema hacía, entonces, otro milagro. "La gente hacía cola para entrar. Pase no más, le decíamos. Porque, como no teníamos locales de venta, llegaban hasta el taller y miraba las culatas de motores sin entender nada", recuerda Bascuñán.

Hoy siguen sin locales. Sólo distribuyen, de Arica a Punta Arenas, a través de las cadenas Farmacias Ahumada, Farmacias Knop y de las tiendas de productos naturales. Además, tienen un vivero con alrededor de 13 mil caracoles. Producen 17 mil cremas mensuales a un precio de $ 7.500 por unidad.

Telemarketing e internet
Desde el exterior el éxito también fue inmediato. En 1997 empezaron con sus primeras exportaciones con destino a Italia y España. Un mercado que después de un tiempo murió.

Por esos años, ProChile los invitó a participar en el Comité de Extractos Naturales. Las ferias de Moscú, Croacia, Rumania, Polonia, Portugal y de Estados Unidos, los recibieron entre el '97 y el '99. Pero no les fue tan bien, porque la gente asoció a Elicine con un medicamento.

"Hubo gente que nos empezó a contactar interesada en venderlo como tal. Estados Unidos fue el primero. A través de una firma que comercializa por telemarketing. Y continúa. De hecho, la semana pasada mandaron 10 mil cremas.
Luego vino Brasil, Puerto Rico y México. Y en este momento tienen requerimientos de Filipinas y Uruguay.

Pero donde más éxito han tenido es en internet. A través de la página www.bioskincare.com el producto se puede vender en todo el mundo. "Una persona tiene a cargo la página y nosotros le vendemos a él", precisa.

Gracias a los testimonios que aparecen en la web y a los buenos resultados que ha tenido la empresa a pesar de la crisis económica, Fernando Bascuñán se ha dado cuenta de lo agradecida que está la gente con el descubrimiento. Y eso "es lo que más nos satisface, que gente de lugares tan apartados como Nueva Zelandia y Estados Unidos te digan que están felices", concluye.

Método: La ordeña
"Nosotros no matamos a los caracoles, los ordeñamos. Le sacamos la baba y la mantenemos en unos refrigeradores" para mantener el extracto hasta el momento en que se produce la crema", enfatiza Fernando Bascuñán.

De esta ordeña se obtienen todas las bondades naturales que caracterizan a la cremaElicina. Entre ellas se encuentra la alantoína, que "está presente en las recetas de todos los remedios dermatológicos", porque hace posible la regeneración de la piel.

Tiene proteínas y vitaminas que otorgan nutrición y suavidad. Además, posee antibióticos naturales que son efectivos para combatir diferentes tipos de bacterias, como los estafilococos dorados.

Otros ingredientes que aporta la baba del caracol son el colágeno y la elastina, que son los principales componentes del tejido.

Finalmente, está el ácido glicólico, que hace posible la exfoliación o *peeling*, eliminando las células muertas que se encuentran en la superficie de la piel.

Licán Alimentos lleva 12 años procesando este elemento que los hace facturar US$ 2 millones anuales

La empresa que se dedica a explotar el negocio de la sangre [79]

Primero recogen la sangre de los mataderos, después la transforman en plasma y la secan. ¿Resultado? Materia prima para la fabricación de alimentos para animales y humanos.

María de los Ángeles Avilés

Recoger la sangre de animales desde los mataderos, transformarla en plasma, secarla para utilizarla en la fabricación de alimentos para animales y humanos e incluso para elaborar cosméticos y remedios puede sonar a locura. Pero no para Pedro Pablo Fernández y su padre Patricio -que murió hace dos años- que se embarcaron en la industria de explotar las bondades de la sangre animal.

A nueve años de su pitazo inicial, Fernández no se puede quejar del paso que dieron con la creación de Licán Alimentos S.A.. Y es que no sólo han ayudado a descontaminar las aguas, ya que la mayor parte de la sangre de los mataderos terminaba en los alcantarillados, sino que han desarrollado un negocio que ya tiene una filial en Paraguay, seis productos comercializándose en casi toda América y una facturación anual que el año pasado alcanzó los US$ 2 millones.

El problema de la contaminación

Los inicios de esta compañía, eso sí, está lejos de la sangre. Se remonta a septiembre de 1990 cuando esta dupla de padre e hijo decide comprar en un remate en Llay Llay un equipo de Secado Spray, una máquina que transforma los líquidos en polvo, como ocurre con el proceso de la leche líquida a polvo. "Era usada, estaba desarmada y en muy malas condiciones", recuerda Pedro Pablo Fernández.

El financiamiento estuvo a cargo de Patricio Fernández. Los conocimientos técnicos del proceso del secado y la gestión de la compañía estuvieron a cargo de su hijo Pedro Pablo, ingeniero agrónomo.

Gracias a ese aporte se logró "montar el equipo e iniciar el negocio de desarrollo y venta de aplicaciones de servicio de Secado Spray.

Como era un negocio muy específico, Pedro Pablo Fernández decidió que era el momento de desarrollar una línea propia, y es en ese transcurso donde aparece la sangre (1994). Fue la contaminación que ésta producía en las aguas la que los iluminó. "Nos dimos cuenta que en Santiago una parte muy importante de la sangre que se producía en los mataderos terminaba en los alcantarillados generando problemas de contaminación de las aguas servidas", comenta.

Dos enfoques para un negocio

Aunque no fueron la primera empresa que se dedicaba al procesamiento de sangre, Licán marcó la diferencia. "Enfocamos el negocio desde una perspectiva distinta. Nuestra empresa generó dos tipos de productos: el servicio de recolección de sangre, que da solución al problema de los Riles (residuos industriales líquidos) que está orientado a los mataderos y el de los hemoderivados de sangre. Esto es sangre entera

[79] Extraído de Diario La Tercera
Santiago de Chile, 24 de Junio del año 2002

en polvo, plasma sanguíneo y hemoglobina, que están orientados a la nutrición animal y a la industria cárnica".

Durante el primer año, todos los esfuerzos estuvieron puestos en el desarrollo de aplicaciones tecnológicas que "nos permitieron obtener materia prima de calidad junto con lograr altos niveles de eficiencia en la recolección de sangre en los mataderos", comenta Fernández.

Así en 1996 iniciaron la producción de plasma, un nuevo producto, más puro, con mayor valor agregado, que proporcionaba aplicaciones más específicas en la nutrición animal y en otras industrias.

En el afán de diversificar sus productos, ese mismo año iniciaron la producción de hemoglobina.

Internacionalización
Es también en 1996 cuando el plasma sanguíneo en polvo que fabrica Licán cruza las fronteras por primera vez. Y fue a España. "Ellos nos buscaron", señala Darío Salas, gerente comercial de la compañía. Sucede que la fábrica que producía el plasma allá necesitaba más materia prima. Se comunicaron con otros proveedores y llegaron hasta Licán. La relación comercial duró un año.

Había que seguir promocionando las bondades de la sangre en el extranjero. Es así como, el 2000, Licán realizó un fuerte programa de promoción: "Utilizamos todas las herramientas que entrega ProChile a las empresas exportadoras", complementa Salas. Este paso fue muy importante, ya que les permite contar con clientes activos en al menos 11 países del mundo, como México y Colombia, entre otros.

Pero el paso más importante que Licán da para su internacionalización se produce entre 1998 y 1999: "Constituimos una sociedad con agentes locales y establecimos filiales productivas en Argentina y Paraguay", comenta Fernández. Posteriormente, la sucursal en el vecino país fue cerrada. En Paraguay, en cambio, los resultados han sido auspiciosos: "Tenemos un buen producto y además allá hacía falta materia prima", complementa Salas. Asimismo, por su cercanía con Brasil están exportando hacia el país carioca desde hace un año y medio.

China es la última novedad. "A principios de este año hicimos algunos negocios y en abril fuimos a visitar a un posible distribuidor", señala Salas.

Sangre para humanos
Los humanos fueron el siguiente objetivo de esta compañía. Y lo lograron el 2000 gracias a una fuerte inversión orientada a mejorar el desarrollo de nuevos productos y a mejorar los procesos. Se desarrollaron emulgentes (para hacer emulsiones), sangre en polvo para prietas y recientemente un colorante cárnico natural.

Los cosméticos, los dietéticos y los remedios para uso humano y animal, entre otros, son sólo algunos de los diversos mercados donde la sangre de Licán se podría comercializar. Sin embargo, aún no hay nada concreto en estos ámbitos.

La concentración de Licán en estos momentos va por el lado del control de calidad. El 2001 iniciaron la "homologación de nuestro control de calidad bajo las normas de Buenas Prácticas de Manufacturas, con el apoyo financiero de la Corfo y con la asesoría técnica de Fundación Chile", cuenta Salas. Hasta el momento la compañía

funcionaba con su propio control de calidad, "ahora, nos ayudaron a revisar y formalizar nuestro procedimiento", añade.

El desafío para el 2003 va por la misma línea: homologar los procesos de control de calidad bajo las normas ISO 9.000.

Los derivados de esta inusual materia prima
Dos mil son las toneladas de hemoderivados de la sangre que anualmente produce Licán Alimentos sólo en Chile, donde tiene 27 trabajadores. A través de este proceso la compañía ofrece a sus clientes seis tipos de productos:

- Plasma en polvo.
- Prolechón: fuente de inmunoglobulinas plasmáticas que son altamente digestivas y sabrosas para los cerdos de la cría.
- Prolicán: emulgente de alto poder para la industria cárnica. Se aplica en carnes procesadas, carne envasada, pescado envasado, pastas, patés y salchichas.
- Hemoprot: fuente altamente concentrada en proteína. Es especial para la alimentación de aves de corral, pescados, cerdos, perros y gatos.
- Prietin: sangre natural entera en polvo especialmente manufacturada para el consumo humano.
- Mead Color: colorante cárnico natural. Se aplica en salames, jamones, carnes y salchichas.

Cansado de ver como sus ciruelos morían por las bajas temperaturas, empresario agrícola inventó la solución

El motor que terminó con las heladas [80]

Después de tanto buscar una solución para el problema de las heladas, Florencio Lazo la encontró. Fue una mera intuición que le ha cambiado la vida a los agricultores chilenos y también a los extranjeros.

María de los Angeles Avilés

La intuición. Sólo ese sentido le bastó a Florencio Lazo para iniciar en 1991 una verdadera travesía que lo llevaría a la solución definitiva de uno de sus peores problemas: las heladas. Esas que en más de una ocasión azotaron su producción de uvas y ciruelas en Rancagua y lo hicieron perder todo.

"El costo de operar mi máquina en Chile, incluyendo tractor, petróleo,gas... todo, cuesta $ 1.800 por hora por hectárea. Una helada de tres horas le cuesta $ 5.400 por hectárea. Con un control tradicional podría costar $ 500 mil por hectárea", explica este innovador al hablar de los beneficios de su ventilador gigante.

(Foto: XIMENA NAVARRO)

Buscando y buscando, este arquitecto de profesión, agrónomo de dedicación y piloto por *hobby*, logró dar en el clavo e inventar una máquina que lanza aire caliente hacia los lados, que no sólo revolucionaría a los agricultores chilenos -que sufren de estos problemas entre agosto y octubre-, sino a los mundiales. Tal fue su éxito, que hoy tiene derecho de propiedad intelectual en Estados Unidos, Australia y China.

Lo busquilla fue más fuerte. Simplemente, no podía aceptar semejantes pérdidas. Esas que en 1991 lo dejaron sin nada. Sin el esfuerzo, la inversión y casi la totalidad de la producción. "Traté de protegerme con uno de los métodos más tradicionales, las estufas que producen el calor que se reparte por todo el huerto. Pero no fueron suficientes para combatir la helada que fue de 5,5 grados bajo cero", recuerda Lazo.

Partió la búsqueda

"Inmediatamente empecé a pensar en algo distinto", cuenta Lazo. Como piloto pensó vender su avión y comprarse un helicóptero que, además de volar, le servía para la helada, ya que cumple la misma función que los molinos de viento: soplan la capa de inmersión térmica, que es de aire más caliente, hacia abajo. De esa manera, se logra mezclar los aires.

Sabía que no era la solución perfecta. De hecho, en la helada de tipo polar -como la sufrida en 1991- el helicóptero tuvo problemas. "Cuando no hay capa de inmersión térmica o está muy alta, no funciona porque no hay aire caliente para soplar hacia abajo. Y si vuelas el helicóptero en esas condiciones, haces más daño todavía".

Siguió su búsqueda. "Entonces, viendo un aviso en una revista de aviación norteamericana, descubrí uno que funcionaba con un motor especial: eran dos jet que iban en las puntas de las palas y que funcionaban con gas propano. Al dar vuelta tiraba aire caliente hacia abajo", indica Lazo.

[80] Extraído de Diario La Tercera
24 de Septiembre de 2001

Había descubierto la solución. Pero el camino no sería tan corto. Para poder controlar una helada necesitaría al menos seis de esos helicópteros y a seis personas que los vuelen de noche. Era una tarea complicada y que le significaría mucho dinero.

"Entonces pensé: por qué en vez de tirar aire para abajo no tiran aire para el lado", dice Lazo. Esa fue la idea que se le metió en la cabeza.

En el '92 partió haciendo las pruebas y un año después se dio cuenta que tenía algo muy interesante para explotar: una suerte de ventilador de aire caliente.

Otra helada
Fueron años de pruebas. Mucho pensamiento, pero nada en concreto. Hasta que en 1996 "se helaron todos mis ciruelos y ahí me dije: esta cuestión hay que hacerla".

A esas altura ya tenía la idea más clara. Junto a un maestro experto y a unos dibujos elaborados por él mismo, llegó a lo que quería: una máquina que insertaba una cuña de aire caliente en una masa de aire frío, que es el que provoca las heladas.

"Fue intuición. No lo tenía previsto así y me resultó", reconoce Lazo.

Fue el producto de un arduo trabajo. Muchas noches sin dormir midiendo con el termómetro constantemente para descubrir los fenómenos que sucedían en la naturaleza.

Un año después, Lazo se dio cuenta que la cosa ya funcionaba y bien. "Ahí fabriqué las primeras 20 máquinas", acota. La idea inicial era vendérsela a sus amigos de la zona para que la probaran en condiciones distintas.

Fue todo un éxito. Nadie podía creer que, después de tanto sufrimiento por las pérdidas, ésta simple máquina sería la solución. De hecho, el vecino de Florencio Lazo lo abrazó con un salto de alegría cuando fue a conocer el nuevo invento.

Era un aparato sencillo: un ventilador centrífugo de dos salidas con un calentador, que funciona con cuatro cilindros de gas de 45 kilos cada uno. Todo esto es transportado lentamente por un tractor.

Además, era barato. "El costo de operar mi máquina en Chile, incluyendo tractor, petróleo, gas... todo, cuesta $ 1.800 por hora por hectárea. Una helada de tres horas le cuesta $ 5.400 por hectárea. Con un control tradicional podría costar $ 500 mil por hectárea", precisa.

Parte la producción mundial
Las 20 máquinas que fabricó en el '97, aumentaron a 80 un año después. El '99 fueron 120 y actualmente la cifra alcanza los 400 aparatos repartidos a lo largo del país por un valor de US$ 6 mil.

A estas alturas, entre tanta prueba y con la ayuda del Fontec, ya había invertido unos $ 60 millones. La suma total, eso sí, fue de unos $ 80 millones. Es que en 1998 ambos se unieron para desarrollar un manual que explicara la manera de usar la máquina.

En 1999 el invento llegó a Estados Unidos. Causó sensación. "Allá me contactaron con Richard Snyder, la persona más experta en bioclimatología. Estaba muy sorprendido con esta solución. Inmediatamente empezó a ver qué otros usos podía tener esta máquina", cuenta. Ese mismo año recibió el Premio Nacional a la Innovación.

Así exportó 24 aparatos. Y a partir de marzo del 2001 la empresa Agtec las fabrica bajo licencia de Lazo y tienen un valor de US$ 12 mil.

Luego vino México. Desde Chile ya han salido 11 máquinas hacia el país azteca. Más tarde vino Argentina, hasta adonde han llegado con 30 aparatos a través de la distribuidora Tecnocampo.

Este año ha sido muy importante. Sólo bastó que un belga supiera de la existencia del invento para que lo buscara por el mundo. Y lo encontró en el norte de Portugal, en uno de esos viajes que hacía con la idea de promover su creación.

Se entendieron tan bien que ahora, a través de la compañía Lazo Europe -nombre puesto por el belga- van a difundir este invento por el continente viejo y el norte de Africa. Es así como ya hay dos prototipos que cumplieron con todas las normas de la comunidad, en cuanto a ruidos y otra serie de aspectos en que los europeos son muy exigentes.

A futuro espera conquistar al mercado chino, el australiano y el neozelandés. Ya empezó las conversaciones con estos últimos y espera estar allá el próximo año. A China, en tanto, viaja en octubre junto a la comitiva que acompaña al Presidente Ricardo Lagos. "En esa oportunidad espero estrechar lazos comerciales" indica satisfecho de su trabajo,"partiendo por el hecho de que puedo dormir tranquilo y porque creo que miles de agricultores pueden dormir tranquilos también", concluye.

Las otras funciones

La máquina que inventó Florencio Lazo no sólo sirve para las heladas, sino que tiene otras funciones. Como modifica la temperatura del aire, ayuda a solucionar los problemas que presentan las plantas en ciertos estados críticos, como la floración.

También se puede evitar el rocío. "Por ejemplo, si sé que el rocío tiene 6 grados de temperatura, llevo la temperatura a 8 grados y la mantengo",dice Lazo. Y hasta para la polinización de las abejas sirve. "Un amigo mío me decía que en esta época de primavera se necesitan ocho grados de temperatura para la polinización de las abejas. Entonces, en los días fríos, él prendía la máquina para que se calentara el aire y se produjera la polinización".

Los bombones incluyen ingredientes tan dispares como albahaca, mostaza o limón

La exótica mezcla del atelier del chocolate [81]

Cuando Félix Brunatto supo que los antiguos indígenas americanos mezdaban el cacao con distintas hierbas decidió innovar siguiendo la misma técnica. Hoy su chocolatería produce 10 mil kilos mensuales y sólo el 2000 vendió $ 300 millones.

M. de los Angeles Avilés

Félix Brunatto (73) tiene en su chocolatería al sustituto natural del viagra. Se trata de un bombón relleno con licor de albahaca. El dato se lo contó un chamán en Curacaví. "Estábamos hablando de hierba y me cuenta que hasta el día de hoy los incas mezdan el cacao y la albahaca para obtener un gran energético, que sirve como sustituto del viagra. Empecé a investigar y a probar y descubrí que era una mezcla muy agradable".

Desde Curacaví, Félix Brunatto produce y vende chocolates para los principales hoteles y empresa (Foto: CRISTIAN LARRAIN)

Descubrió también que los antiguos indígenas mexicanos, los mayas, los olmecas y los toltecas habían utilizado las hierbas y el cacao de mil maneras. Y luego de dedicarse por ocho años a la elaboración de chocolates tradicionales sumó a su producción una línea exótica.

Es así como del queso al ciboulette, el roquefort y el camembert son algunos de los rellenos que este empresario utiliza para los bombones que acompañan los vinos. Junto a ellos, el cacao a la pimienta, el licor de ají, de mostaza, de clavo de olor, entre otros, le dieron vida a la segunda línea de L¹ Atelier del Cioccolato.

Para ello obtuvo ayuda de la Corfo, que lo ayudó a desarrollar nuevas líneas de productos. Brunatto logró así una oferta de 90 chocolates entre los cuales hay 55 exclusivos.

Ha sorprendido tanto a chilenos como a extranjeros. Y "los han dejado con la boca abierta", cuenta Félix Brunatto. Cómo no, si es el primero en el mundo que tiene la ocurrencia de hacer bombones con elementos tan atípicos como los nombrados.

Es el ingenio lo que Brunatto ha desarrollado para salir exitoso de la crisis económica. Y al parecer lo ha logrado, porque produce 10 mil kilos mensuales y el volumen de ventas en el 2000 alcanzó los $ 300 millones. Hoy cuenta con dos locales: uno en Curacaví y otro en la calle Burgos, en Santiago. Asimismo, tiene 5 distribuidores.

Marcar la diferencia

El hecho de ser el pionero es lo que más enorgullece a este chileno descendiente de italiano. Ese que desde hace 10 años decidió dedicarse a los chocolates. Pero no como todo el resto, sino diferenciándose al máximo de la competencia.

Vaya que lo logró. Desde el principio Brunatto se empeñó en hacer cosas distintas. "Quería hacer un alimento balanceado y a la vez que fuera grato", comenta.

Partió en la calle Salvador, fabricando el chocolate tradicional y helados. Sin embargo, prefirió el cacao y se especializó. Viajó durante cuatro meses por los mercados más importantes de Europa, como Bélgica, y se instruyó del tema.

[81] Extraído de Diario La Tercera
19 de Noviembre de 2001

Se volvió un especialista. Con el innovador concepto de servir el chocolate fresco como el pan, marcó la diferencia inmediatamente. "No le agregamos ni azúcar ni preservantes, porque la gracia es que sea 100% natural. Es un chocolate liviano que puedes comer tranquilamente y que después no andas con complejo de culpa porque te cayó mal, engordaste, o porque produce espinillas... el cacao no es eso, es todo lo que se le agrega al cacao", explica.

Los clientes llegaron rápidamente. Y de los importantes. Fue así como llovían los llamados del Sheraton, del Crowne Plaza, del Radisson. Asimismo, estos chocolates comenzaron a ser un elemento importante de las reuniones y seminarios que organizaba el Banco de Chile, la CMPC, Copec, entre otras compañías. Con tanto éxito que, indica Brunatto, "hoy atendemos a las 500 empresas más grandes de este país".

Como para Félix Brunatto la mística es la clave del éxito de su negocio se trasladó hace dos años y medio con su fábrica a Curacaví. Una zona que se considera como la que más energía tiene en América Latina. Esa que, según Brunatto, es captada y transmitida por las campesinas entrenadas para la fabricación de sus exclusivos productos.

Este año decidió cambiar el rumbo de sus exportaciones. Ya había estado en Brasil entre 1994 y 1997. Con la ayuda de ProChile a principios del 2001 salió en grande hacia Italia, Canadá y Estados Unidos.

Los dejaron boquiabiertos con tanta originalidad. "Llegamos con una delicadeza de detalles que muy pocos europeos tienen", asegura.

Para las mujeres
Como Brunatto es un hacedor de cosas, no se quedó conforme con sus exportaciones y decidió sacar un nuevo producto al mercado. Se trata de Val D¹ Aosta -que será estrenado en Falabella del Parque Arauco y del Alto Las Condes el próximo 22 de noviembre- elaborado especialmente para las mujeres, "porque nos dimos cuenta que no había ningún chocolate que hubiera sido pensado para la mujer".

Fue así como el limón ácido, la frambuesa, la mandarina fresca y otras frutas se sumaron a la tercera línea de producción.

Y ya tiene una enorme cantidad de nuevos proyectos en carpeta. El lema de Brunatto es: "La entretención, el crecimiento y, como consecuencia de eso, ganar dinero".

La ceremonia
Para Félix Brunatto comer un chocolate no es una cosa que se haga al lote. Hay toda una ceremonia que impide saborear ciertos bombones antes que otros, de manera rápida y junto con el café, "porque mata al chocolate".

A juicio de Brunatto, "el chocolate es algo sensual y hay que usar todos los sentidos para comerlo. Nosotros incitamos al público a que haga un ritual... a que medite con el chocolate".

Y parte la ceremonia... "Un chocolatero fino parte disfrutando primero con los ojos antes que con el paladar, el color, el brillo y la delicadeza de las formas", dice Brunatto. Por eso este descendiente de italianos prepara desde las cápsulas donde se pone el chocolate hasta las cajas donde lo vende.

El de las cápsulas "es un papel finlandés, que es el único en el mundo y que se hace especial para chocolates", y en Italia se arman. Y jamás se venden en bolsas, "porque se pierde todo lo bonito", agrega.

El segundo encanto es el perfume del chocolate. Y el tercero "escuchar con los oídos y disfrutar ese Œcrac¹ que hace el chocolate puro".

Con cinco años de vida recién cumplidos el servicio está disponible en más de 80 idiomas y posee 3 mil millones de páginas indexadas

Buscador Google cumple cinco años de éxito con innovadora fórmula de trabajo [82]

Sergey Brin y Larry Page eran estudiantes de la Universidad de Stanford cuando lanzaron su motor de búsqueda en septiembre de 1998

Ovidiu Predescu, quien trabajó en Google (**www.google.com**) hace un par de años, no duda en señalar que ha sido el mejor empleo que ha tenido. Desde su sitio *web* en internet, uno de tantos *weblog* de culto que se dedican a hablar sobre el famoso buscador, comenta cómo fue su experiencia luego de pasar su primera semana en la empresa: "Fue la primera vez que vi un grupo de desarrolladores tan grande funcionando exclusivamente en Linux.

Todo el mundo parece ser un hacker".
Otras personas que han trabajado en Google coinciden en describir el ambiente al interior de la compañía como informal, relajado y tan innovador que en el casino sirven sólo comida orgánica. Pero aunque Google se ha convertido en uno de los 10 sitios más populares de internet, con 73,5 millones de usuarios únicos por mes y más de 200 millones de búsquedas diarias, pocos conocen detalles de la empresa y sus fundadores, quienes celebran este mes el quinto aniversario de la compañía.

En el dormitorio
En sólo cinco años Google se ha transformado en una poderosa empresa, tanto así que el año pasado fue elegida la marca del año, superando a gigantes como Coca-cola, Levis y Apple. Los creadores, Sergei Brin y Larry Page, tienen ambos 30 años y han construido un imperio avaluado en US$ 2 mil millones, que hasta ahora no tiene competencia. Todo comenzó en 1995, cuando ambos eran estudiantes de doctorado en la Universidad de Stanford (EE.UU.).

Ese año ambos comenzaron a trabajar en el desarrollo de un algoritmo para búsqueda que fue bautizado como BackRub, el que un año más tarde recibiría el nombre de Google. Según explican Sergei y Larry en el sitio de Google, el nombre fue escogido "por su parecido a la palabra googol, que en inglés es el nombre que se da a la cifra 10 elevado a 100 (un uno seguido de 100 ceros). Esa cifra refleja la misión de la compañía de organizar la inmensa cantidad de información disponible en la web y en el mundo". Actualmente el buscador tiene indexadas 3 mil millones de páginas.

Los inicios
Una vez desarrollado el algoritmo de búsqueda, ambos intentaron vender la idea, pero las ofertas no fueron de su agrado y decidieron crear ellos mismos su propia empresa. Entonces el dormitorio de Page se convirtió en el nuevo hogar de Google, con todos los equipos informáticos junto a la cama. La habitación de Brin, situada al lado de la de Larry, se convirtió en la oficina financiera.

Era 1998 y nadie parecía interesado en financiar Google, así que tuvieron que recurrir a sus familias y amigos para conseguir algo de dinero. En esa situación se encontraban cuando en casa de un amigo conocieron a Andy Bechtol- sheim (cofundador de Sun Microsystems y vicepresidente de Cisco Systems). Le hablaron sobre el proyecto y cuentan que, después de 30 minutos, Bechtolsheim les firmó un cheque por US$ 100 mil, a nombre de Google Inc., nombre oficial de la empresa a partir de entonces.

[82] Jueves 18 de septiembre de 2003
Fuente : Diario La Tercera

Llega la competencia
Han transcurrido cinco años y los empleados de Google han subido de sólo tres a más de mil personas, mientras que la compañía pasó de un modesto dormitorio a ocupar todo un edificio en Mountain View, California

Actualmente cuatro de cada cinco búsquedas pasan por sus manos, pero este reinado pronto comenzará a ser desafiado por empresas como Yahoo! y Microsoft, que trabajan aceleradamente en el desarrollo de nuevos motores de búsqueda que compitan con Google.

Tecnología "Made in Chile" que marca pauta [83]

¿Sabía usted que el 80% de los taxímetro se fabrica en Chile, que el people meter es tecnología chilena, que la tecnología de tv digital para el mundo se desarrolla en nuestro país, que el 30% de los monitores cardiorrespiratorios son hechos acá...? Seguramente la respuesta es no.

Precisamente por ello, la Asociación de la Industria Electrónica (AIE) y el Comité Embedded, a través del programa "Electrónica hecha en Chile", se han propuesto dar a conocer a la ciudadanía este tipo de inventos tecnológicos, los que hoy en día rondan los 26.

Sin embargo, tras esta idea subyace un objetivo claro: motivar a los inversionistas a desarrollar esta industria. Pero, cabría preguntarse, ¿por qué algunos podrían interesarse en aportar capital a este tipo de negocio?. La respuesta, según el director (S) del Comité Embedded y gerente general de Micrológica, Mariano Pola, es que los márgenes de ganancia son altos, pues lo que se paga generalmente es la inteligencia incorporada a materia prima.

Para que este desarrollo sea posible, además de capital, es necesario el trabajo en conjunto entre la industria, el gobierno –a través de capacitación y políticas adecuadas para la inversión - y las universidades, mediante la formación de profesionales y la producción de conocimientos.

Ejemplos

Cuando en 1990 la empresa TimeIbope ganó una licitación de la Asociación Nacional de Televisión se dio cuenta de que el people meter no se adecuaba a las necesidades chilenas, pues era muy invasivo. Fue, entonces, cuando Micrológica decidió crear un sistema de transmisión de datos a través de radiofrecuencia por medio del cual se miden las audiencias de televisión en tiempo real. Hoy son los únicos en el país que venden este tipo de servicio.

Lo hecho por Motorola es otro ejemplo. En 1999 esta compañía inauguró en Chile el Centro Chileno de Tecnología de Software, quienes desarrollaron distintas versiones de módulos de hardware que se incorporan a televisores análogos, permitiendo decodificar la señal y adecuarla a los estándares actuales, con un considerable ahorro para los consumidores.

[83] Fuente: Diario Financiero
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48515.html
29 de septiembre de 2003

Max Celedón y César Hernández

Egresados de USM desarrollaron videojuegos disponibles en teléfonos móviles [84]

La creatividad y el conocimiento de jóvenes chilenos están presentes en algunos de los últimos teléfonos móviles que salieron al mercado mundial: tres videojuegos desarrollados por dos egresados de la Universidad Técnica Federico Santa María ya fueron captados por los modelos de Sony Ericsson y Nokia, y hoy están disponibles en teléfonos celulares.

Se trata de los futuros ingenieros Max Celedón y César Hernández, quienes se han incorporado a un casi inaccesible mercado, donde participa sólo una treintena de personas a nivel mundial.

Algo de historia

A fines de febrero, la empresa sueca Synergenix abrió las puertas a los creadores de juegos para teléfonos celulares. Synergenix es la firma que desarrolla plataformas de aplicaciones gráficas (juegos, entre ellas) para la también sueca Ericsson, uno de los gigantes en telefonía móvil del mundo.

Dicha apertura representó una gran oportunidad para Max Celedón (27 años), egresado de Ingeniería Civil Informática y alumno del Magíster en Informática de la Universidad Santa María, y César Hernández (31 años), egresado de Ingeniería Civil Electrónica de este plantel.

En los últimos meses, PsychoWorld Studios (www.psychoworld.cl), empresa fundada por ambos, ha desarrollado los juegos para teléfonos móviles y ha logrado instalar sus productos en el market place de Synergenix, es decir, en el mercado virtual de la empresa donde los diversos creadores pueden colocar sus juegos para ser "bajados" por las firmas telefónicas internacionales interesadas.

"Nosotros apuntamos hacia Europa, ése es nuestro mercado objetivo, dado que allá la tasa de penetración de la telefonía móvil en la población es altísima. Y nos contactamos con Synergenix puntualmente, debido a que en Suecia los usuarios de celulares constituyen cerca del 80% de la población", precisa Max Celedón.

El futuro ingeniero civil informático relata que a él le interesa desde hace tiempo la computación gráfica "y por ahí llegué el tema de los juegos en PC y en teléfonos celulares. Pero el mercado de juegos para computadores es muy cerrado y duro, entonces una buena forma de hacerse un nombre y ganar terreno es entrar al mercado de los juegos para celulares, donde las barreras de entrada son más flexibles".

Celedón indica que "la iniciativa implica un trabajo muy propio de la ingeniería, ya que podemos desarrollar este tipo de productos en tiempos cortos y con un costo operativo bajo en comparación a la competencia en Estados Unidos o Europa, sumado a la enorme proyección económica, pues si tú piensas en la gran cantidad de teléfonos celulares que se vende anualmente, las ganancias para los creadores de juegos pueden ser muy interesantes. De hecho, se venderá cerca de 20 millones de teléfonos celulares en el mundo con soporte para juegos. Y nosotros podemos ganar un dólar

[84] http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48260.html
16 de septiembre de 2003
Fuente: Chiletech

por cada usuario de los nuevos celulares Ericsson/Samsung/LG que sean vendidos -capaces de sostener este juego- y que solicite nuestros productos".

El resto de los 5 dólares que implicará cada usuario de teléfono móvil que "baje" el juego creado por PsychoWorld, será repartido entre la empresa de telefonía y Synergenix. Es que así es este negocio, que mueve unos US$ 25 mil millones al año y donde son los publicadores (comercializadores) los que obtienen la mayor parte de los ingresos y no los desarrolladores (creadores).

El mayor proyecto de Celedón y Hernández, en todo caso, es desarrollar un videojuego de múltiples personajes que pueda ser jugado en línea entre varios celulares. Para ello, esperan aprovechar la plataforma inalámbrica (WI-FI) que pronto comenzará a funcionar, gracias al aporte de Intel, en el Laboratorio de Computación y Comunicaciones del Instituto Internacional de para la Innovación Empresarial de la Universidad Santa María.

Para Max y César, lo que antes era un juego, ahora es también sinónimo de un gran negocio.

ANEXO III

LAS OTRAS OPCIONES

Algunas de las alternativas, que hemos clasificado anteriormente, han surgido de la praxis o historia de quienes, entrado en la búsqueda de fondos para echar a andar su emprendimiento, encontraron un camino distinto al normal.

Algunas de ellas, llevan elementos del todo aventureros, como es la búsqueda de Financistas Ángeles, o aspectos tan subjetivos como el convencer a un Fondo de Inversión que el equipo gestor, que llevará a cabo la nueva empresa, es capaz de vender hielo en la Antártida.

En este punto, hemos querido hacer mención a las "Otras" opciones que eventualmente podrían llegar a ser un mecanismo de búsqueda de Financiamiento o de Recursos necesarios para echar a andar la empresa, aquellas opciones que no aparecen formalmente en la escasa y dispersa literatura referente al tema del financiamiento al emprendimiento, pero que han sido una solución.

Pueden existir otros, que se irán ideando en la medida que las necesidades de los emprendedores las vayan generando.

Mientras, reconozcamos aquellos "otros mecanismos" o instancias que pueden ser de utilidad.

1.- Endeavor

En el mundo del emprendimiento, Endeavor ha jugado un rol importante, por lo que no hablar de ella, en un estudio como en el que nos hemos aventurado, sería un verdadero pecado.

Endeavour es una entidad sin fines de lucro, que actúa como puente para el emprendimiento. No financia proyectos, pero sí los selecciona con el objetivo que accedan más tarde a inversionistas con los cuales se puedan asociar.[85]

Con sede en la ciudad de Nueva York, Endeavor Initiative Inc., nace a partir de la visión de dos ex alumnos de Harvard University (Linda Rottenberg-actual CEO- y Peter Kellner), quienes habiendo trabajado en mercados emergentes, identificaron la inexistencia de programas que efectivamente apoyaran a los emprendedores de la región.

Considerando que la mentalidad emprendedora, que tanto benefició a los Estados Unidos en las últimas décadas, puede ser replicada con éxito en los países en vías de desarrollo, Endeavor comienza a operar en Octubre de 1997 en Argentina y en Chile, en Junio de 2000 en Brasil, en diciembre de 2000 en Uruguay y en marzo de 2001 en México.[86]

Y la fórmula ha tenido sus resultados, tal como lo apreciamos en el siguiente artículo:

"Cuando las empresas salen de las incubadoras al mercado empieza a operar Endeavor, agente catalizador que llegó a Chile en 1997.

Aquí hacen una rigurosa selección anual de emprendedores - de 600 quedan no más de 6- y eligen a las con más potencial. Para asistirlas han reclutado a unos 100 profesionales, ejecutivos y empresarios de alto nivel.

"No invertimos en las sociedades, sólo jugamos un rol facilitador. La

[85] Extraído del artículo: "Los capitalistas aventureros"
Santiago, 12 de enero de 2003
Fuente: El Mercurio
Por: Alejandro Sáez Rojas
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-28257.html

[86] Extraído de Historia de Endeavor
www.endeavor.cl

idea es que en la medida que se desarrollan devuelvan la mano con otros que están partiendo", explica Gonzalo Miranda, director ejecutivo.

Tratan de armar un mix variado: retail, insumos, construcción, biotecnología. A la fecha han apoyado a 35 emprendedores que formaron 20 empresas. La mayoría está en proceso de internacionalización, generan 1.200 empleos y ventas anuales por US$ 30 millones."[87]

2- Carteras de Clientes:

Toda empresa que parte, pretenderá comercializar un "algo", ya sea un bien o servicio.

Contar con un cartera previa de clientes, puede permitir generar cimientos más certeros para el devenir de la empresa.

Incluso, yendo más allá, podemos generar recursos de clientes futuros, al vender por anticipado ese "algo".

Hay empresas, que surgiendo en la informalidad, vieron su nacer por negocios que se hicieron antes de su formación, en donde el emprendedor se percató, casi de la mano por la casualidad o por su astucia u olfato para los negocios, que lo que estaba ofreciendo de manera tímida, podría transformarse en una empresa.

Independiente a la forma de venta que se escoja, el definir una cartera de clientes previo a la partida, con un detalle exhaustivo (empresa, contacto, potencial de ventas, etc.) nos permitirá avanzar sobre seguro.

Cada persona posee un **Mercado Natural**, conformado por las amistades, familiares, conocidos, a través de ellos se debe generar la primera cartera de clientes y generar un efecto multiplicador a través de los contactos que ellos poseen.

[87] Extraído del artículo: "El contraataque de los emprendedores"
21 de septiembre de 2003
Fuente: El Mercurio

3- Red de Contactos:

La red de contactos, puede transformarse en una Inversión no monetaria que marque la diferencia, que permita el alcance a información de utilidad.

Puede otorgarnos beneficios de toda índole, ya sea conseguir buenos precios de proveedores, accesos a créditos en mejores condiciones, generar clientes de manera más expedita, conocer oportunidades, etc.

Esta red de contactos se transforma en una forma de conseguir financiamiento por las ventajas que nos pueden aportar.

4- know how (o saber hacer):

En la medida que se genere alguna ventaja para la nueva empresa, contar con alguien, una empresa o persona, que pueda aportar el elemento intangible del conocimiento, puede producir ahorros significativos y, en algunos casos, gravitantes.

Pongamos como ejemplo el de una persona que desee implementar una empresa a través de Internet. La idea es buena, proyecta buenos resultados, pero si el emprendedor o equipo gestor no posee conocimientos de cómo montar un portal, como el que necesitan para su negocio, van a requerir de ese alguien que desarrolle la idea.

El know how que necesitarán está relacionado con ese "saber" que puede ser aportado a través de la incorporación al equipo de un individuo que posea las herramientas del conocimiento para llevar a cabo esta idea.

5- Concursos:

Algunas modas están llamadas a quedarse por mucho tiempo, y parece que la moda del "Emprendimiento" no sólo ha generado un cambio de mentalidad, pues han proliferado organizaciones nuevas (las incubadoras), se ha generado un Mercado Financiero que está alerta a esta nueva generación (el Mercado del Capital de Riesgo) inclusive, ha contagiado a los Estados a destinar recursos en la investigación de cómo fomentar más aún esta corriente.

En el caso de Chile, en que el despegue ha sido lento, la generación de concursos ha sido una forma de motivar y generar un despertar generalizado.

Han surgido una serie de iniciativas que invitan a que quien tenga una idea, se atreva a echarla a competir con la opción de ganar algún suculento premio, que se espera sirva para dar arranque a esa nueva empresa.

La sorpresa no ha sido menor, y la respuesta, en cuanto a la cantidad de ideas de empresas que han participado, ha sido un importante indicador que nos entrega luces de un ambiente en busca de nuevas oportunidades.

En este tenor, en el PROGRAMA PUBLICO PRIVADO DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO, en su INFORME FINAL, se destaca que se debe Apoyar iniciativas en materia de fomento al emprendimiento en niños y jóvenes. Así, en él nos señalan que los concursos de emprendimiento son instrumentos que permitirán incentivar la capacidad emprendedora, generar redes de apoyo, así como también difundir las acciones que fomentan las instituciones públicas y privadas.[88]

Veamos algunos de estos "concursos" o iniciativas que incentivan a estos emprendedores a salir del anonimato y generar nuevas búsquedas de Financiamiento.

[88] El Ministro de Economía propuso la formación de 4 equipos de trabajo para que analizaran temas específicos: Barreras a Emprendedores en nuestra sociedad, Educación y Emprendimiento, Financiamiento de Emprendimientos, y Estado y Emprendimiento.
INFORME FINAL de Diciembre 2002

- **Concurso de Proyectos Empresariales "Innovación y Diversidad Regional"**

Organizado por Sercotec.

En el año 2002 se realizó este concurso, donde postularon 2.276 proyectos a lo largo de todo Chile.

El objetivo del Concurso era estimular la creatividad y diversidad empresarial, mediante la promoción de las iniciativas más significativas en cuanto a mejoras de productos, procesos, formas de asociación u otras alternativas innovadoras que, desde la diversidad de oportunidades y desafíos de nuestras regiones, aporten al desarrollo y crecimiento del sector y nuestra sociedad.

Los recursos asociados a la iniciativa, en lo que respecta a premios en dinero regionales y nacionales, alcanzaron a $ 58,5 millones.

- **Concurso Savia Nueva**

Este concurso es organizado por Shell Chile, con el apoyo de Generación Empresarial, USEC y ADEC.

Bajo el nombre Livewire, Shell lleva adelante este programa desde 1982, cuando lo lanzara por primera vez en Escocia. Adaptado a las necesidades locales, el programa LiveWire funciona actualmente en 14 países, entre ellos: Argentina, Australia, Brunei, Brasil, Chile, Singapur, Sri Lanka, Holanda, Mauricios, Sudáfrica, Hungría, y el Reino Unido.

En este concurso se pretende fomentar el emprendimiento y la planificación de negocios en sectores juveniles.

En su XIII versión en la Región Metropolitana y XI en la Quinta Región, Shell Chile une esfuerzos nuevamente para apoyar y premiar a los talentos juveniles.

Hasta la fecha unos 3.500 jóvenes se han inscrito y muchos de ellos han formado sus propias empresas en distintas áreas: comercio, educación, servicios, comunicaciones, arte y cultura.

El concurso está orientado a jóvenes entre 18 y 25 años, apoyándolos en la preparación y generación de un plan de negocios, guiado por profesionales expertos.

El concurso se realiza una vez al año, y tiene tres premios para los proyectos más atractivos.

La iniciativa, que tiene un costo aproximado de US$ 100 mil anuales, financiados por Shell, es una buena alternativa para potenciar la mentalidad emprendedora de los jóvenes. Actualmente se realiza en Santiago y en la V Región.

- **Octantis:** [89]

Lanzó, entre el 5 y 6 de septiembre del 2003 el que llamaron el primer "reality" de los negocios, con el cual pretendían la conformación de 20 empresas para el 2004.

Octantis, cuenta con el apoyo de $179 millones por parte del Fondo de Desarrollo e Innovación FDI-CORFO.

Cómo se desarrolló este concurso:

En su primera etapa, los seleccionados participan de un seminario-taller, donde compartieron con importantes panelistas que expusieron sobre las oportunidades que se abren frente a un mercado cada vez más globalizado, los tratados de libre comercio y cómo aprovecharlos.

Además, se impartieron talleres con exitosos emprendedores que compartieron sus experiencias con los asistentes.

Al finalizar dicha instancia, los participantes entregaron, en un plazo máximo de dos semanas, un perfil más acabado de su proyecto según las bases que se entregaron al concluir el seminario.

Posteriormente se escogieron los 30 mejores que automáticamente participaron en el concurso de planes de negocios organizado por el centro de entrepreneurship de la Universidad Adolfo Ibáñez.

[89] Extraído del artículo: "Quedan pocos días para el primer "reality" de negocios"
01 de septiembre de 2003
Fuente: Chiletech
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-37661.html

Quienes llegaron a la segunda etapa participaron de talleres que les otorgaron herramientas y habilidades para la construcción de un plan de negocios profesional. En ellos los emprendedores trabajaron las presentaciones que realizaron posteriormente ante entidades de importancia (inversores, alianzas, etc).

En esta parte se seleccionaron los cinco mejores proyectos para ser incubados de forma preferencial en Octantis, lo que implica el acceso a redes de contacto y de financiamiento que necesiten los emprendedores para que su proyecto tenga éxito. Estas redes de contacto están respaldadas por las tres instituciones que forman Octantis, con distintos y complementarios conocimientos y contactos: la Universidad Adolfo Ibáñez, Corporación CEO, fundada por emprendedores exitosos y hecha para apoyar el emprendimiento, y la consultora Invertec IGT, que cuenta con una vasta experiencia en el ámbito de emprendimiento y de tecnología.

El gran premio es que quienes llegan al final de la selección con su proyecto empresarial, podrán optar al apoyo de Octantis, en condiciones preferenciales, para los procesos de preincubación e incubación del proyecto.

Eso, además de la importante experiencia de vivir un proceso cómo este, en el que la experiencia que genera el trabajar en un ambiente como este, sin duda es de mayor enriquecimiento que cualquier curso, Carrera o MBA.

- **Universidad Técnica Federico Santa María:** [90]

En el marco de la tradicional Muestra ELO [91] que anualmente se realiza en la Universidad Técnica Federico Santa María, los alumnos podrán transformar sus proyectos en empresas, gracias a un premio de un año de incubación gratuita que la Incubadora de Empresas del Instituto Internacional para la Innovación Empresarial (3IE) de la USM, entregará al trabajo que presente mayores horizontes de negocios.

[90] Extraído del Artículo: "Un año de incubación gratuita para el ganador de ELO"
04 de agosto de 2003
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-35277.html

[91] La Muestra ELO es una feria tecnológica en la que actores de la electrónica de todo Chile pueden participar exponiendo sus diseños e inventos, así como también participando en actividades paralelas como lo son la competencia de desarrollos y el programa "Descubridores", entre otros.

- **3M:** [92]

Para los alumnos de Ingeniería Civil de las universidades de Chile, Católica, Santiago, Diego Portales, Vicente Pérez Rosales, Concepción y Adolfo Ibáñez se generó este interesante concurso, organizado por esta gran transnacional.

El concurso consiste en presentar productos o procesos innovadores que ayuden a solucionar problemas de la vida real en cualquiera de sus ámbitos, tales como: salud, minería, automotriz, construcción, oficina, seguridad vial, energía y telecomunicaciones, consumo masivo, etc.

El premio es US$ 7.000 para el primer lugar, US$ 3.000 para el segundo y US$ 1.000 para el tercer lugar, dinero que va destinado a la implementación de la idea o comprar los equipos para el desarrollo del producto.

- **Empresa Etcom:** [93]

El concurso nacional de ideas se propuso convocar a universitarios con ideas de proyectos tecnológicos innovadores y factibles, y es que Etcom, como empresa que desarrolla productos tecnológicos, busca generar alianzas con futuros desarrolladores de ingeniería que sean emprendedores y estén dispuestos a crear sus propias empresas, con el fin de realizar conjuntamente las ideas presentadas en la competencia.

Así, con la intención de seguir aumentando su cartera de productos, Etcom ahora evaluará qué proyectos del concurso le interesa desarrollar junto a los creadores de la idea respectiva, en tanto sea una iniciativa atractiva para su visión de negocio.

---

[92] Extraído del Artículo: "A apurarse: ¡se acaba el plazo para tu invento!"
07 de agosto de 2003
Fuente: El Mercurio
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-35585.html

[93] Extraído del artículo: Premian a estudiantes de informática por proyecto de "casa inteligente"
15 de septiembre de 2003
Fuente: Universidad Técnica Federico Santa María
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-47996.html

Los elementos que fueron considerados para establecer los primeros lugares son: Innovación de la Idea Tecnológica, Capacidad Requerida para Desarrollar la Idea, Inversión Requerida, Plazo de Investigación y Desarrollo del Proyecto, Mercado Potencial y Competencia Potencial.

En la competencia, tomaron parte cerca de sesenta proyectos de estudiantes de las universidades Santa María, de Chile, Católica de Chile y de Santiago, y de los institutos profesionales Inacap y Duoc.

- **Concurso Temático para Proyectos de Biotecnología en la Región del Bío-Bío:** [94]

De acuerdo al convenio firmado por Margarita d'Etigny, Directora de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), y Claudio Maggy, Director Ejecutivo del Fondo de Innovación Tecnológica de la Región del Bío-Bío (INNOVA BÍO-BÍO), ambos organismos establecieron una alianza estratégica para convocar a este primer Concurso Temático.

El objetivo del proyecto es "promover y financiar el establecimiento o desarrollo de iniciativas y emprendimientos de base biotecnológica que favorezcan el aumento de la competitividad preferentemente de los sectores forestal, agrícola, pecuario y acuícola de la VIII Región".

El Concurso busca apoyar proyectos que privilegien el aumento de la calidad de los productos provenientes de estos sectores, reducir los costos de producción, diversificar la producción, incorporar valor agregado a los productos y cuidar el medio ambiente a través de procesos ambientalmente sustentables.

La convocatoria se enmarca en el esfuerzo nacional para impulsar el desarrollo de la biotecnología, y responde a las prioridades de la Estrategia Regional de Desarrollo de la Región del Bío-Bío, y es complementaria a otros esfuerzos que tanto INNOVA BÍO-BÍO y FIA, como otros organismos desarrollan en esta área.

[94] Extraído del artículo: "Convocan a primer concurso de proyectos de biotecnología"
01 de septiembre de 2003
Fuente: El Mostrador
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-37685.html

- **Concurso de Innovación Emprendedora en la Octava Región:**[95]

Organizado por Innova Bío Bío, Sercotec y BancoEstado, y patrocinado por el Gobierno Regional, CORFO y TVU busca fomentar la creatividad entre quienes tienen una idea de negocios y buscan el apoyo para materializarlo, ya sean personas naturales o microempresas de la región.

Once fueron los ganadores del Segundo Concurso de Innovación Emprendedora de la Región del Bío Bío, de un total de 592 participantes, de los cuales se premió a uno por comuna con una mención honrosa, además de los proyectos ganadores.

Esta versión estuvo orientada a los rubros de agronegocios, industria de alimentos, industria manufacturera, pesca o acuicultura, tecnologías de información, turismo y biotecnología.

Los proyectos ganadores fueron:

- Desarrollo y diseño de nuevos productos manufacturados, principalmente con fibras vegetales y animales, rescatando técnicas y materiales con carácter étnico mapuche.
- Manufactura manual de figuras étnicas decorativas y funcionales, inspiradas en la mitología local.
- Productos alimenticios, api-fito-terapéuticos y cosméticos a base de miel.
- Producir láminas de bizcocho ultra delgadas, para proveer a supermercados, establecimientos hoteleros, pastelerías, entre otros.
- Explotación turística de la laguna escondida "Rayenantu" de Santa Juana, a través de la construcción de un club náutico y la adquisición de embarcaciones deportivo recreativas.
- Fabricación, muestra y venta de alfarería indígena, complementada con alimentos y hierbas medicinales utilizadas por estas culturas.
- Creación del Centro de Investigación y Desarrollo del Caracol Chileno se busca fomentar y optimizar la investigación, explotación, producción y exportación de caracoles.
- Extracción y fabricación de aceite de avellana, producto que puede ser utilizado en cosmetología, preparación de alimentos, etc.

[95] Extraído del artículo: "Premiación de Concurso de Innovación Emprendedora en la Octava Región"
01 deseptiembre de 2003
Fuente: Sitio Empresa
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-37688.html

- Fibra de vidrio para fabricar muebles, lavaplatos y maniquíes en este material.
- Piezas alternativas para utilizar en la construcción y mantención de maquinaria industrial, logrando similar funcionalidad que las piezas originales, con costos de adquisición, operación y mantenimiento mucho más bajos.
- Construcción de un local de fabricación y ventas de mermeladas y conservas caseras y 100% naturales, que esperan distribuir en la región.

6- Imaginación

Cuando parece que está todo inventado, siempre, casi como una Ley de Murphy, aparece algo nuevo.

Por ello, limitar las alternativas de financiamiento a las indicadas, sería del todo presuntuoso.

Al indicar este punto, la imaginación, queremos incentivar a quienes se encuentran en la búsqueda de recursos, a que tomen lo aquí expuesto como "algunas alternativas", y que no se restrinjan, sino más bien, con el mismo emprender que desarrollaron su idea de negocio, derriben los paradigmas y construyan sus fuentes de financiamiento.

Así, las alternativas que construyan, pueden transformarse en nuevas formas, mecanismos, que no solo contribuirán a hacer realidad sus ideas, sino también de ese cúmulo de soñadores que rondan en nuestro país.

ANEXO III

EVALUAR LO QUE SE NECESITA PARA CREAR UNA EMPRESA

Comentario Inicial:

A continuación, hemos querido colaborar, a través de un lenguaje sencillo, haciendo un análisis de cuáles son las preguntas que deben navegar por la mente de quién desea emprender. Si bien la similitud de lo que hemos definido como "Necesidades para crear una Empresa" y un Plan de Negocio, son pequeñas, acá le hemos dado el matiz de cómo o qué pensar, complementando el artículo de Guillermo Ramírez: Qué es un Buen Negocio.

Tal como hemos señalado, es esencial, para conseguir que otros inviertan en nuestra idea, ser capaces de presentar a los potenciales inversores, el negocio de manera clara y sencilla, con cabal conocimiento de lo que pretendemos hacer para que la empresa logre los resultados que todo negocio espera: Los Ingresos mayores a los Egresos, y que el margen (utilidad) sea lo suficientemente atractivo como para evitar que estos financistas coloquen su dinero en un banco.

En esta parte, iremos, paso a paso, de manera sencilla, mostrando las distintas etapas de una empresa, lo que permitirá la preparación de la presentación de nuestra idea de negocio.

Las ideas - empresas, antes de comenzar su operación, requieren ser alimentadas con distintos recursos, con los cuales podrán iniciar la actividad productiva o de servicios que las motiva a nacer.

Esos recursos, en algunas circunstancias, requerirán de inversiones o desembolsos de dinero, y en otras, tan sólo requerirá contar con ciertos medios, que no necesariamente implican una inversión o gasto directo.

Cuando los recursos son escasos, se debe recurrir muchas veces al ingenio, más aún cuando las ganas de partir en una actividad emprendedora, supera a los obstáculos de partir con los "requerimientos ideales" (una oficina completamente equipada, maquinarias nuevas, una buena dotación de personal, etc.)

A países como Chile, se nos ha criticado por ser poco planificadores en la creación nuestras empresas: *"En América Latina, muchos nuevos empresarios se lanzan a los negocios sin preparación y sin plan. Algunos consideran esto último una gran ventaja porque, de conocer los riesgos de antemano, muchos quizás se abstendrían."* [96]

Del estudio: **Angels Investors, Agentes estratégicos en las primeras etapas de formación de emprendimientos** [97], preparado por Maria de los Ángeles Romo, se extraen algunas conclusiones interesantes:

"La principal limitante para no haber aumentado la inversión en empresas emergentes no ha sido la falta de Capital, sino la falta de propuestas atractivas y con información confiable.

El 66,7% de los inversionistas declaró no haber recibidos propuestas interesantes y el 51,8% dijo no haberlas recibido con información confiable. Sin embargo, aparentemente el problema no radica en la falta de proyectos atractivos sino más bien en el desconocimiento de la existencia de estos proyectos y/o en muchos casos la mala presentación de los mismos.

[96] "Cómo cultivar empresarios", **Estudio realizado por el BID, con el apoyo del gobierno de Japón.**
Santiago 17 de septiembre de 2002, Fuente: Intec

[97] Ventures Latinas, año de edición: 2001.
www.ventureslatinas.cl/investigacion/angeleslatinoamerica1.htm, Estudio fue realizado a 59 inversionistas ángeles reales o potenciales de diversos rubros de Latinoamérica. El 46% de la muestra fueron inversionistas chilenos, el 90% correspondió al género masculino

Esta falencia se transforma en disminuidas inversiones en el sector, porque para los inversionistas ángeles los Planes de Empresas bien estructurados y de acuerdo a los criterios que consideran indispensables, parecen ser una esencial herramienta para definir las inversiones que pretenden hacer."

Estas conclusiones son un verdadero llamado de atención, sobre todo para quienes desean iniciar un proceso de captación de fondos, vía Capital Semilla. [98]

Las causas de esta no preparación, no es objeto de este estudio, pero si es importante ayudarles a identificar los momentos, del todo diferentes, que deben ser analizados, más aún cuando se pretende conseguir financiamiento externo o, cuando menos, para disminuir los riesgos de fracasos.

En definitiva, no podemos pretender conseguir ayuda, menos de corte financiero, sino somos capaces de definir nuestra idea y expresarla, de manera profesional, para que otros la entiendan. Acaso esta sea la primera actividad comercial que se va a realizar: Preparar nuestra idea, para luego venderla.

El ambiente emprendedor es promisorio. Ha ido madurando y está más conciente de cómo hacer frente a esta avalancha de ideas de empresas que están naciendo. Así, algunos han llegado a decir: "Ahora un chispeante ambiente de nuevas iniciativas empresariales recorre al país por todos sus costados. Los debutantes tienen claro que ya no basta un power point para impresionar a los inversionistas, porque si bien la innovación sigue siendo clave, antes de desembolsar los recursos éstos exigen proyectos con planes depurados que den visos de viabilidad." [99]

Cada uno de estos momentos, requieren recursos distintos, los que deben, para disminuir los niveles de riesgo o fracaso, ser seguidos de manera secuencial, ordenada, para poder llegar a concretar esa "idea-empresa" por la que nos desvelamos por las noches, buscando cómo echarla a andar.

---

[98] Capital semilla es el dinero necesario por los emprendedores para arrancar o financiar sus primeras etapas de formación o necesario para implementar una empresa.
Revisar Anexo "Glosario" en el que se habla de éste y otros términos necesarios para imbuirse en los términos de esta nueva rama de los negocios: "El Emprendimiento"

[99] Extraído del artículo: "El contraataque de los emprendedores"
Fuente: El Mercurio, 21 de septiembre de 2003
http://web.ceo.cl/newtenberg/609/article-48258.htm/

1. Definición del Negocio: Creación de la Oportunidad

"¿Alguna vez te ha sucedido esto? Has salido a correr, estás por completo relajado, la mente agradablemente en blanco.

Entonces se te ocurre de repente la solución a un problema en el que has estado meditando durante días y semanas. Sólo te preguntas por qué no lo pensaste antes..." [100]

Cuántas veces hemos sentido encontrar el negocio del siglo, sin necesariamente haber estado buscando esa Súper Idea.

Cuando Daniel Goleman, autor de las palabras iniciales, nos trata de explicar cómo surgen las ideas creativas, cómo resolvemos muchas situaciones que se mantienen en espera de respuestas, nos da a entender cómo un algo interno está en constante búsqueda.

Así, muchas ideas geniales tuvieron sus comienzos. Acaso trotando, mientras nos duchábamos, manejando, viendo una película o quizá en una reunión con amigos.

El momento primero que da vida a una empresa puede ser algo similar a lo descrito, en donde hubo un momento en que se generó una luz que nos hizo ver un "negocio perfecto".

Llegar al desarrollo de este momento, requiere, como gran inversión, el tiempo de pensar. Es introducirse en las posibilidades que se están produciendo en el presente, ambientarse en el mundo de los negocios, de manera de ir generando una base de conocimiento para ser conocedores de ese entorno en que nos insertaremos y encontrar, los potenciales "negocios del siglo".

Sin lugar a dudas, otra forma de favorecer la creación de nuevas empresas, es cuando tenemos conocimientos de una actividad, ya sea porque nuestra familia a trabajado en determinada área o porque hemos trabajado en determinada empresa que nos entrega cierta experiencia sobre tal negocio o industria.

Lo importante es entender que el desarrollo de una idea no llega de manera estática, requiere inquietud, para encontrar las oportunidades que se pueden encontrar en todos lados.

[100] "El Espíritu Creativo", Daniel Goleman (autor de la inteligencia emocional), Paul Kaufman y Michael Ray.

Pero ese es un posible comienzo, en donde nutrimos nuestra mente, de ideas.

"... existen aquellos otros hombres que actúan en forma creativa, o sea descubren caminos nuevos y que, considerando el conocimiento como un medio y no como un fin en si mismo, le agregan a ese conocimiento el resultado de su creatividad, ampliándolo." [101]

Hemos invertido el tiempo de pensar, hemos conocido el entorno en que potencialmente nos desarrollaremos, pues falta el ingrediente final: Nosotros mismos.

La búsqueda de oportunidades tiene una cuota de conocimiento y pensamiento, mucho de imaginación e ingenio, para luego desenmascarar las diferencias que harán un negocio exitoso. Si no, basta pensar cuál era la diferencia entre una hamburguesa normal y la de Mac Donald´s, para entender que hubo "diferenciaciones" que le permitieron transformarse en un icono mundial, y en el caso de Mac Donald´s, esas diferencias, no estuvieron precisamente en el producto principal, sino en la manera de manejar el negocio. [102]

El conversar con personas de nuestra confianza, plantearles nuestras ideas de negocio, contarles el cómo lo haríamos, es un ejercicio sano, un mini estudio de mercado, una prueba de laboratorio, que nos entregará más dudas de las que teníamos al pensar, pero nos ayudarán a pulir esa idea en bruto, que comenzó a ser nuestro futuro empresarial.

---

[101] "Creatividad & Marketing", Roberto Duailibi y Harry Simonsen Jr.

[102] Mi Profesor de Marketing me reprendería severamente sino hiciera la aclaración de los por qué de la afirmación hecha.
Mac Donalds, no solo se ocupó de desarrollar un producto adecuado, ya que también se ocupó de los otros elementos esenciales del Mix de Marketing:

- Promoción: Intensiva, y con un posicionamiento de marca como esencial. Tal vez el elemento más fuerte de esta Mega Empresa.
- Precio: Justo con la calidad entregada.
- Producto: Recogió un Estándar de producto aceptado, para masificarlo bajo un estricto control. Este aspecto es discutible, pues se le ha argüido como la principal crítica, lo que le ha llevado a efectuar correcciones de acuerdo al mercado local.
  Es muy importante la ampliación del producto a través de los componentes de servicio que incorporaron en la atención: La Filosofía de atención al cliente es un elemento de gran potencia que Mac Donalds ha desarrollado, y que ha sido imitado por su competencia.
- Plaza: Ubicación de sus locales en sitios estratégicos, con un Lay Out interno claro e inteligente.

2. Investigación del Negocio:

Definir un negocio, no sólo implica pensar en vender un determinado producto o servicio y creer que nos va a ir bien.

Algunas incubadoras nos advierten [103]: *"Recibimos muchas propuestas de inversión, la mayoría son rechazadas por debilidades del modelo de negocios y / o de las personas que postulan."... "Fallas en las mediciones de ingresos: Poco conocimiento del mercado: no se conoce la competencia, los otros actores involucrados (proveedores, sustitutos, etc), se obvia la amenaza de nuevos entrantes, se estima que un mercado nuevo será interesante y atraerá clientes por lo novedoso, cuando en realidad, los consumidores prefieren en general lo conocido."*

Al definir el negocio, que pretendemos convertir en empresa, se debe enfrentar esa idea con una realidad probable, en donde las respuestas a ciertas preguntas esenciales, deben ser conocidas por el fundador.

El instrumento por excelencia es la confección de un Plan de Empresa [104], el desarrollo de cálculos financieros para la constitución de flujos financieros, determinación de la TIR (Tasa Interna de Retorno) y un buen Plan de marketing, como para comenzar a pensar que la idea es potencialmente atractiva de ser desarrollada.

Acaso el 50% de los que desean emprender y leyeron estas líneas, sintieron una angustia tal, que vieron como su sueño se alejaba de la realidad.

La verdad es que llegar a construir todo esto, es un proceso largo, de elevado conocimiento técnico y que requeriría una fuerte inyección de capital, para poder financiar un equipo técnico capaz de entregar un estudio que sea de real peso o relevancia.

Además, hemos visto, como grandes empresas, se han transformado en grandes fracasos, habiendo contado con todos estos estudios y análisis de primer nivel, sino basta ver como los aviones Concorde en el presente año se han alejado de la actividad comercial.

[103] http://www.capitalsemilla.cl/proceso/sugerencias.htm: Sugerencias al Proceso de Postulación

[104] Ver Anexo III, Plan de Empresa.

Además es necesario entender, que ciertos proyectos o ideas – empresas, requerirán mayor rigurosidad en determinados estudios o análisis, pues no es lo mismo el análisis al que será sometido una empresa minera, que ver la factibilidad de un almacén de barrio.

Así, *"en términos generales seis son los estudios particulares que deben realizarse para evaluar un proyecto:*

- ***Vialidad Comercial**. Indicará si el mercado es o no sensible al bien o servicio y la aceptabilidad que tendría en consumo o uso.*

- ***Técnica.** Estudia las posibilidades de producir un bien o servicio que desea generarse con el proyecto.*

- ***Legal**. Podrían existir restricciones de carácter legal que impedirían su funcionamiento en los términos que se pudieran haber previsto.*

- ***Gestión**. Muchos proyectos fracasan por falta de capacidad administrativa para emprenderlo.*

- ***Impacto Ambiental**. El cumplimiento de estas normas pueden influir tanto en los costos operacionales como en las inversiones que deberán realizarse.*

- ***Financiera o Económica**. Determina, en último término, su aprobación o rechazo. Este mide la rentabilidad que retoma la inversión.*

La profundidad del análisis dependerá de las características de cada proyecto"[105]

En concreto, lo que es necesario en este segundo paso, es que quien pretende una nueva empresa, sea capaz de conocer a *qué se va enfrentar, cómo lo va a enfrentar, calcular el negocio y determinar cuál es la recompensa que obtendrá*.

Hay que tener muy claro, que una empresa, como tal, tiene un objetivo básico que permite su subsistencia: Generar ingresos por sus ventas y que éstos sean mayores que los costos en que incurre, debe generar el premio que son las utilidades (pero no nos olvidemos del artículo: "Qué es un Buen Negocio").

[105] Extraído de los apuntes del curso de "Evaluación de Proyectos de Inversión" Universidad del Desarrollo, profesor Roberto Darrigrandi U.

2.1- A qué se enfrenta una empresa:

2.1.1- La Industria.

Al hablar de industria, no se debe pensar en las grandes edificaciones en donde se fabrican "cosas".

Industria es el área en donde se desenvolverá una determinada empresa. Así podemos hablar de la industria de la telefonía móvil, al referirnos a los distintos actores que compiten por la prestación de estos servicios, como a las circunstancias que la envuelven, tanto desde el punto vista técnico, como ambiental, entre otros.

2.1.2- La Competencia.

No siempre la competencia es directa, pudiendo haber empresas que venden productos o servicios de manera similar a lo que nosotros queremos hacer, y, por lo tanto, debemos catalogar como competencia, o más bien, y es ahí su importancia, debemos determinar que empresas no nos permitirán vender todo lo que pretendemos.

Cuando queremos determinar nuestra competencia, debemos pensar en la necesidad que se satisface con nuestro producto y/o servicio, el mercado o grupo de personas más o menos homogéneo al que dirigimos nuestra oferta. Si la misma necesidad es satisfecha con distintos productos, hay que tener claro que cuando queremos satisfacer una necesidad, buscaremos la solución más económica y que nos entregue la mayor cantidad de beneficios. En páginas anteriores hablamos de la necesidad de transporte, y cómo puede ser satisfecha con el transporte público o un vehículo.

2.1.3- El Mercado Objetivo: Los Clientes.

Definir nuestros clientes, el mercado objetivo, es determinar quienes son los potenciales compradores que tendremos, lo que hará variar la estrategia comercial a seguir, dependiendo de diversas cuestiones: edad, sexo, ubicación geográfica, profesión o actividad, etc.

En términos de negocios, debemos ser capaces de determinar ese "mercado" al cual nos avocaremos, de manera de conocer, si podremos lograr las ventas suficientes para permitir la proyección de nuestro negocio en el tiempo. Saber cuántos son nuestros potenciales clientes,

conocer sus características similares, nos permitirán evaluar la viabilidad de nuestra idea - empresa.

2.1.4- El Entorno:

Aspectos políticos, ecológicos, legales, económicos, culturales, sociales, acá se incluyen todas aquellas circunstancias que pueden generar relevancia en nuestro negocio.

Es importante dar un vistazo a todas aquellas circunstancias que pueden llegar a ser importantes para nuestra empresa.

2.2- Cómo actuará la Empresa:

2.2.1- Nuestro Producto o Servicio:

En términos generales, existen cuatro opciones de lo que podemos vender:

1) Un Producto.
   Por ejemplo: un lápiz.

2) Un Servicio.
   Por ejemplo: Limpieza de automóviles.

3) Un Producto con componentes de servicio.
   Por ejemplo: Una cena en un restaurante, donde el componente servicio cobra una relevancia inusitada, siendo que el elemento esencial es la comida que consumiremos.

4) Servicios con un componente de productos.
   Por ejemplo: La telefonía móvil con su componente producto que es el aparato telefónico. Acá el negocio principal es el servicio de comunicaciones, siendo accesorio el aparato.

Cuando pensamos en la comercialización de un producto o servicio, hay que ser capaces de encontrar las características que le serán apetecible a ese potencial cliente.

Preparar un producto o servicio que será comercializado, implica descubrir lo que un determinado grupo de potenciales consumidores requiere adquirir. En términos de marketing, debemos vender lo que el mercado quiere y no lo que uno cree que quiere. Los buenos productos no nacen en complejos laboratorios, sino al reconocer las verdaderas necesidades del mercado, de esos potenciales compradores, que permitirán la subsistencia de nuestra idea.

Pero ello no es suficiente, por cuanto ese potencial mercado debe ser de una cantidad suficiente que permita financiar nuestra incursión empresarial, ya sea tanto en términos de la cantidad, como en cuanto a que estén dispuestos y puedan pagar el precio que se debe establecer.

Es así, que un producto debe ser concebido en una realidad multiespectral, y no como una sección de cuestiones.

Conocer las características de ese "grupo de potenciales compradores", la cantidad, sus necesidades, son parte de la construcción de un buen producto o servicio.

2.2.2- A cuánto venderemos

Para determinar el precio de nuestro producto hay que considerar "todos" los costos en que se incurre para generar el producto o servicio a vender.

Sobre esos costos directos, íntimamente ligados a la cantidad de unidades vendidas, conocidos como costos variables, fijaremos un margen de utilidad que nos dará un precio o tarifa a cobrar a nuestros clientes, el que debe ser capaz, en primer término, de conseguir la aceptación por quienes serán nuestros clientes.

Un precio no sólo establece nuestro premio por la venta (por la diferencia a favor que debe existir entre el total de nuestros costos y el precio), pues también llevan implícitas connotaciones que son percibidas por los clientes, dentro de las más clásicas se encuentra la que un producto de mayor valor lleva asociada una mayor calidad.

Una vez descifrado el precio óptimo de venta, lo que va muy enlazado con la estrategia comercial que se implementará, se debe, en esta etapa, calcular las estimaciones de ingresos recibidos por ventas, con las condiciones de crédito que trabajaremos, con los otros costos presentes en una actividad comercial: los Costos Fijos.

Así, una actividad empresarial espera que los ingresos netos (ingresos por ventas, menos los costos variables) permitan solventar los costos fijos, como los impuestos que cualquier actividad genera, para luego entregarnos la preciada utilidad.

2.2.3- Dónde trabajaremos

Aquí nos referimos no al lugar físico en que se encontrará nuestra empresa, sino al radio o al espacio geográfico, en el que desarrollaremos nuestra actividad comercial o de venta.

Las zonas que pretendemos cubrir con esta actividad comercial, deben ser del todo congruentes con una estrategia de desarrollo, lo que no es más que explicarnos a nosotros mismo el por qué de seleccionar determinados barrios, zonas o ciudades en las que venderemos nuestros productos o servicios.

Para seleccionar esta "zona comercial", se debe tener presente que nos debe permitir llegar a nuestros potenciales clientes, o que nos permita venderles con facilidad.

2.2.4- Cómo nos daremos a conocer

Abrir una oficina o un local comercial no es suficiente para poder comenzar la vida empresarial.

El darse a conocer, mostrar nuestra oferta (nuestros productos o servicios), requiere una elaboración mínima.

Hay empresas que se conforman con abrir sus puertas y esperar a que los clientes lleguen. A algunas les puede ir bien, pero el camino correcto es otro.

Hay que buscar todos los medios por los cuales podamos ser conocidos, sobre todo, ser conocidos por quienes cumplen las características para ser nuestros clientes, ahí es donde se centrará nuestro esfuerzo comunicacional: en quienes necesitarán de nuestro producto o servicio.

Dentro de las más comunes alternativas, están desde un letrero luminoso, hasta publicidad en Revistas, Diarios, Radio, Televisión, como también la emisión de volantes, envío de email´s, la generación de una página web de nuestra empresa, o efectuar venta directa, etc.

Lo más importante, es que los medios escogidos sean congruentes con nuestro "mercado objetivo", que es el grupo de potenciales compradores al que buscamos y tenemos que llegar, lo que significa enviarles un mensaje que les abra el apetito de compra.

2.3- La Recompensa: Utilidades

Lo que esperamos obtener de un determinado negocio, como recompensa, variará de un individuo a otro, dependiendo de las expectativas que uno desee alcanzar.

Así mismo, los costos que una empresa tenga, van muy relacionados con la empresa que se desea implementar y con otro aspecto subjetivo: la personalidad e ideas que tenga su fundador o fundadores. Así, algunos preferirán contar con una buena implementación en infraestructura, otros preferirán destinar gran cantidad de recursos en publicidad; los más austeros, por su parte, irán analizando inversión tras inversión.

Ya definidos los puntos anteriores, que de una u otra forma significan determinar la configuración que le daremos a nuestros costos, debemos pensar en evaluar nuestro negocio en cuanto a la utilidad final que podremos obtener y ver si ella satisface, tal como decíamos anteriormente, nuestras expectativas, como los esfuerzos que se deberán llevar a cabo al iniciar actividades.

Cuánto es el óptimo o lo que se esperara percibir por la actividad comercial de la empresa, es algo que tendrá un fuerte componente de los dueños de esta empresa, en cuanto a que son ellos los que pueden determinar lo que esperan y consideran un buen negocio.

Si bien lo normal es la evaluación del precio obtenido como un porcentaje adicional a los costos directos relacionados a una unidad vendida (ya sea servicio o producto), y así, ingresos menos costos, debiéramos saber cuánto es lo que percibiremos por unidad. Pero en una etapa de formación de una empresa, se debe ir más allá y efectuar una estimación general de los costos (directos e indirectos), en donde se consideren todos los costos esperados y se comparen con los ingresos proyectados [106], llevando este ejercicio a un período de tiempo,

[106] Se deben considerar a los ingresos por venta como: la cantidad de unidades vendidas multiplicado por el precio o precios de ellos.

de manera tal de poder conocer cuales son las magnitudes reales de las utilidades finales que obtendremos.

Un buen período de análisis, es un tiempo no menor a los tres años, en donde hay que ser minuciosos para percibir las alzas en los costos que se puedan ir generando (por ejemplo las alzas de las remuneraciones de nuestro personal), como las fluctuaciones en los ingresos por ventas que se producirán.

Hecho esto, significa que nos hemos adentrado en una contexto de la empresa que pretendemos fundar, en donde seremos capaces de ser lo más realistas posibles, de manera que nuestros cálculos nos permitan hacer una visión probable del éxito o no de nuestro negocio, para luego respondernos si cumpliremos nuestras expectativas.

Es éste el primer gran momento en que analizamos de manera global, si la idea empresa que tenemos, con nuestra propia visión, es sustentable y por lo tanto, encontramos las razones para avanzar al paso siguiente.

2.4- Los Cálculos del Negocio

Hemos definido qué vender, a cuánto, dónde y cómo.

Hemos llegado a determinar cuál es nuestra medida de éxito o recompensa. De estos análisis, encontraremos la base para determinar cómo partir.

Hemos resulto las cuestiones básicas con las cuales poder comenzar nuestra aventura empresarial, pero ahora ahondaremos en los "cuántos", teniendo que llegar a conocer las cantidades mínimas con las cuales estamos dispuestos a partir, pues si queremos contar con una oficina, acaso podremos reemplazarla partiendo en nuestras casas o compartiendo una con otra persona. Si vamos abrir un local comercial, tal vez no contaremos con toda la gama u oferta de productos que idealmente se espera tener.

Para determinar ese mínimo de partida, recurriremos a los análisis anteriores efectuados, en donde transformaremos a cifras lo que implica cada cuestión propia de echar a andar esta nueva empresa.

Así, llegaremos a determinar las cantidades de inversión, como los momentos en los cuales necesitaremos de ellos.

Obtenido este diagnóstico, nos encontramos en posición de acudir en la búsqueda de financiamiento, pero hay que entender que no todas las opciones de financiamiento estarán abiertas, por lo que hay que entender lo que cada una de estas alternativas, nos exige a cambio.

Ahora, independiente a que acudamos a fuentes de financiamiento externo o propios, debemos llegar a conocer las distintas cantidades de dinero que requeriremos en cada momento, ello basado en la forma en que hemos pensado partir.

La manera básica de dividir estas necesidades de financiamiento o dinero, es distinguir entre:

- Inversión Inicial: Que es aquel requerido para iniciar actividades.

- Capital de trabajo: Es la cantidad de dinero necesario para la operación normal de la empresa.

Así, para definir estos montos o cifras que requeriremos haremos una separación de ellos a través del tiempo, como la que les planteamos a continuación:

2.4.1.- Previo al Inicio de Actividades:

Los costos en que se debe incurrir están más relacionados al tiempo que se requiere para la realización de trámites para constituir una empresa. Algunos tendrán costos involucrados y otros requerirán de tiempo, para acudir a realizar ciertos trámites necesarios para la iniciación de actividades.

2.4.2.- Preparando el Lugar de Trabajo:

Paralelamente a la realización de los trámites mencionados en el punto anterior, podemos comenzar a elegir dónde y con qué contaremos en nuestro lugar de trabajo.

Cuando se desea abaratar costos, el comenzar en nuestros hogares es una buena forma de iniciarse. Conjuntamente, definiremos la implementación mínima necesaria con que contaremos para trabajar.

2.4.3.- Preparando el Inicio de las Actividades Comerciales:

En esta etapa, haremos un sencillo análisis de:

- Personal que requeriremos, suponiendo que sea necesario contar con personal externo, de manera inmediata al partir nuestras operaciones como empresa. Pues otra alternativa es dedicarnos nosotros mismos, algún o algunos familiares o amigos que nos puedan ayudar, de manera de posponer incurrir inmediatamente en gastos por conceptos de sueldos, más aún cuando nuestra empresa aún no percibe ingresos y los primeros meses no serán del todo exitosos.

- En el caso de que nuestra empresa se dedique a producir un producto, necesitaremos de ciertas maquinarias, como las materias primas, suficientes en cantidad para producir una cantidad de productos acorde con la demanda o venta inicial que tendremos.

- Si es un local comercial o de venta al detalle o retail, tendremos que pensar en el stock mínimo con el cual abriremos nuestras cortinas. Acá, una buena solución, es determinar una cantidad de dinero que podamos obtener de manera sencilla (ya sea por nuestros ahorros, por un préstamo de un familiar o amigo) y que nos permita comprar una diversidad de productos atractivos para atraer clientela.

- Si es una oficina, ya sea de servicios profesionales o asesorías u otras, acá no es mucho más que la implementación, definida en la etapa anterior, la que nos entregará la cifra para comenzar actividades.

2.4.4.- Comenzando las Actividades Comerciales:

Los Costos Fijos:

Arriendo o Dividendo, Patente Comercial, Teléfono, Luz, Agua, Gas, Sueldos del Personal y el propio, Bencina, el pago de un crédito o un préstamo, por mencionar algunos, deben quedar claramente definidos, de manera de que conozcamos cuanto tenemos que obtener como ingresos y ganancias para financiar estos gastos que nos obligan mes a mes.

En este tópico, se deben considerar aquellos gastos que independiente de la cantidad producida, y encontrándonos funcionando normalmente, deberán ser cubiertos de manera regular. Indudablemente su condición de ser fijos no se basa en que no variarán de un mes a otro, por cuanto, podrá ocurrir que algunos meses gastemos más en teléfono que otros, su condición de fijos, arranca, de ser constantes mes a mes, independientes de la cantidad producida o vendida.

Los Costos Variables:

Son los que están directamente relacionados con la producción o la generación de un servicio.

Así en el caso de un empresa productiva, los insumos o materias primas que dan origen a nuestro producto final, en sus cantidades o medidas son costos asociados directamente a la cantidad producida. Así mismo encontramos otros que están relacionados con la producción, como pueden ser las horas hombre, gastos de electricidad, etc.

Para definirlos, debemos considerar aquellos que variarán en la medida que varia nuestra producción, diferenciándose así de los costos fijos.

Los Otros:

No debemos olvidar, el pago de impuestos y patentes (I.V.A., renta, patentes municipales, etc.), los que variarán, de acuerdo a la cantidad vendida, como en el caso del I.V.A. o de las utilidades generadas, como en el caso del impuesto a la renta.

2.4.5.- Mejoras para la empresa:

Si bien no están relacionados con la apertura propiamente tal de nuestra empresa, hay que considerar que entrando en actividades surgirán nuevos costos que es conveniente tener en consideración, los que pueden ser de diversa índole y estarán algunos muy relacionados con la actividad propia de la empresa.

Algunos gastos más genéricos, y que alcanzan a los distintos tipos de empresas, son los relacionados a los que se efectúan en publicidad, o contratación de mayor personal a medida que las actividades de la empresa comienzan a aumentar.

2.4.6.- Creciendo:

Hoy, la constante competencia, tanto actual como futura, nos obliga a desarrollar planes de crecimiento y desarrollo de los negocios, de manera de mantener una situación privilegiada para nuestra empresa, en los mercados cada vez más competitivos en los que nos desarrollamos.

Si bien las condiciones propias del negocio nos entregarán las primeras pistas de cómo expandirnos, ello puede ser iniciado:

- Expansión Estática, nos desenvolvemos en el mismo lugar o radio comercial en que nos encontramos y ampliamos nuestra oferta o actividad comercial ofreciendo nuevos servicios, incorporando más productos.

  Si pensamos en un restaurante, podremos incluir una nueva gama de platos que ofrecer.

- Expansión Externa, vamos en la búsqueda de nuevos mercados geográficos o, haciendo una nueva segmentación, alcanzando a otros potenciales clientes.

  Esta expansión, puede o no significar la apertura de nuevas oficinas o locales comerciales, como se puede abarcar esta expansión a través de la inclusión de vendedores o, inclusive, alianzas o franquicias.

Este crecimiento, puede ser supuesto en los albores o inicios de una empresa, estableciéndose los delineamientos para idear cómo haremos crecer nuestros ingresos, cuando lo considerado para el comienzo del negocio, no es suficiente para cumplir nuestras perspectivas de ventas.

A cada uno de los momentos, desarrollados anteriormente, definiremos ciertos montos de dinero que tendremos que desembolsar, como el tiempo, en meses o años, en que efectuaremos el gasto o inversión.

Con lo expuesto hasta aquí, podemos indicar que existen tres tipos de personas:

1. Las que miran como las cosas pasan a su alrededor
2. Las que se preguntan qué pasó
3. Las que hacen que las cosas pasen

¿Dónde le gustaría estar a Usted?

Hoy es el momento de partir.

ANEXO IV

CHILE EN CIFRAS

A continuación entregaremos un conjunto de cifras, algunas comentadas, con las cuales pretendemos formar una impresión de qué es Chile como mercado, como ambiente para las nuevas empresas.

Proyecto para el Ministerio de Economía del Gobierno de Chile. "Obstáculos y Oportunidades de Inversión para el Desarrollo de las Pequeñas y Medianas empresas en Chile"

Realizado por La Universidad de Ferrara y la Consultora Nomisma, Bologna, Italia.

En el año 2000, más de un 70% de los ingresos que generaron las distintas empresas de nuestro país, se concentró en 4.200 empresas, de un universo total de 526.900 empresas, y estas más de cuatro mil empresas, sólo ocuparon el 10% del empleo nacional, cifras que marcan una tendencia a seguir creciendo o, al menos, a mantenerse.

	Cantidad (en número)		Empleo (%)		Ventas (%)	
	1997	2000	1997	2000	1997	2000
Microempresas	432.400	521.820	40 %	-5,8	4 %	3 %
Pymes	89.700	61.337	50 %	-1,2	24 %	17,4 %
Grandes Empresas	4.800	4.200	10 %	n.d.	72 %	79,6 %
Total	526.900	587.357	100 %	----------	100 %	100 %

Fuente: para 1997 CORFO, en comité Público – Privado Pymes, diciembre 1999. INE - Banco Estado y CORFO, Primera encuesta semestral de las microempresas y tercera de las pequeñas empresas, 2001.

"Las Pymes representan alrededor del 50% del empleo total. El empleo en las Pymes aumentó en los primeros de los años noventa desde el 41% al 50%, para luego bajar en 1,2% el año 2001. En ese mismo período, las microempresas generaron un 40% del empleo y las grandes empresas solo el 10%. Mientras las Pymes cuentan con 2.5 millones de trabajadores, las microempresas tienen 2 millones y las grandes empresas 0,5 millones."

*"En términos de cantidades de empresas, las microempresas fueron 521.820 el año 2000, mostrando un crecimiento en su número y una reducción en las ventas. Cabe relevar que una parte importante (**41% o 238.000) de las microempresas no presentaron ventas** y que otra parte significativa (**alrededor de 200.000) sus ventas no alcanzaron las UF 600 anuales"** (leer nota al pie)[107].*
"El número de Pymes fue de 61.337 el año 2000, evidenciando además una baja importante en su facturado. Al contrario, las grandes empresas se han reducido a poco más de 4.000, pero han mostrado una participación creciente en las ventas, llegando a representar un 79,6 % del total el año 2.000."

	Microempresas		Pequeñas Empresas		Medianas Empresas	
	Número	Ventas	Número	Ventas	Número	Ventas
Industria	9.069	11.5	9.189	73.2	1.815	87.1
Construcciones	6.144	7.8	5.574	42.8	1.017	47.9
Comercio Mayorista	5.431	7.1	7.342	62.3	1.861	92.4
Comercio Minorista	40.102	48.1	20.022	136.3	2.390	112.5
Restaurantes	5.268	6.3	2.952	20.3	285	12.5
Transporte	12.205	14.9	7.379	50.2	802	37.6
Total	78.886	96.6	5.052	389.7	8.285	396.1

[107] Explicación a estas reveladoras cifras: Si tomamos el valor de la UF a $ 16.350, obtendremos ventas anuales por $ 9.810.000.-, equivalente a $ 817.500 mensuales. Si a esta cifra le consideramos un margen neto de un 20%, tendremos un ingreso neto mensual de $163.500. Esa es la realidad del 57% de las empresas que en Chile generaron ingresos el año 2.000, y bajo el supuesto que todas ellas tienen márgenes positivos.

Informe Final
Programa Público Privado al Emprendimiento
Ministerio de Economía, Chile.
Diciembre 2002

El Programa Público Privado de Fomento al Emprendimiento liderado por el Ministerio de Economía, la Cámara Chileno-Norteamericana de Comercio y Endeavor, convocó a actores que tienen una trayectoria académica, empresarial o de investigación del emprendimiento para que propusieran acciones concretas que permitan favorecer y mejorar las actuales condiciones que tienen los emprendedores en nuestro país.

Algunas de las cifras, distintas a las entregadas, con las que trabajaron, fueron:

Se crean poco más de 10.500 empresas por año, de las cuales casi un 90% son microempresas.

Usando cifras americanas, el 60% fracasa en los primeros 12 meses, por lo que atrayendo estas cifras a estas cifras a la realidad chilena, algo más de 6.000 empresas en el primer año dejarán de operar.

Crear una empresa en Chile, toma un poco más de un mes y medio, con un costo cercano, tanto directos e indirectos, a los 1.500 dólares .

El Fondo de Desarrollo e Innovación, FDI, de CORFO: En el año 2001, se ejecutaron 59 proyectos, participaron 303 empresas, el aporte de Corfo fue de MM$ 8.291, y el aporte de empresas de MM$ 7.995. Estos recursos fueron utilizados para financiar Capital Semilla, Empresarización de innovación tecnológica e Incubación de Negocios.

Cuadro 1. **Estadísticas de quiebras y empresas en Chile.**

	Número de Quiebras	Número de Empresas	Quiebras / Empresas
1994	66	532.118	0,0124%
1995	55	553.999	0,0099%
1996	73	595.151	0,0123%
1997	67	585.626	0,0114%
1998	125	628.935	0,0199%
1999	141	630.684	0,0224%
2000	150	648.491	0,0231%

INFORMACION DE LA PYME CHILENA

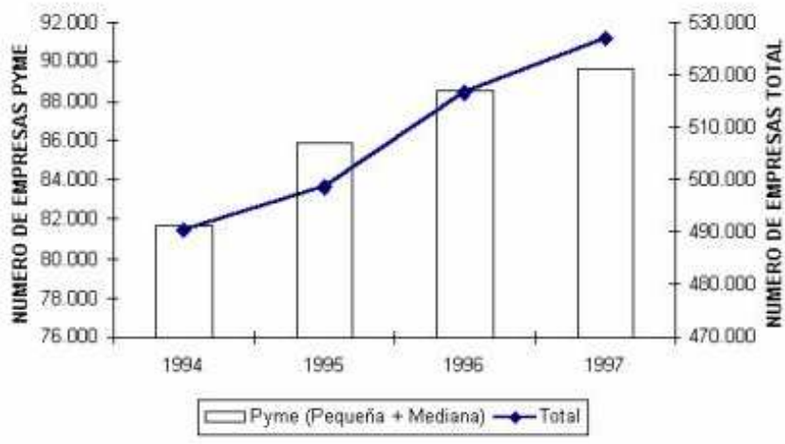
Información obtenida de CORFO.
Autora: Sra. Sara Cabrera, La Directora regional Metropolitana,
http://www.pyme.cl/datos.htm

Cuadro 1
NUMERO DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO
1994 - 1997

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

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

Gráfico 1
NUMERO DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO
1994 - 1997



Cuadro 2
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE EMPRESAS SEGUN TAMAÑO
1994 - 1997

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

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

NUMERO DE EMPRESAS POR TAMAÑO Y REGION
1997

REGION	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	PYME	GRANDE	TOTAL
I de Tarapacá	14.776	1.834	213	2.047	67	16.890
II de Antofagasta	12.650	2.291	273	2.564	103	15.317
III de Atacama	7.619	1.142	108	1.250	33	8.902
IV de Coquimbo	17.647	2.373	236	2.609	70	20.326
V de Valparaíso	43.528	7.343	793	8.136	245	51.909
VI de O'Higgins	23.864	3.582	346	3.928	91	27.883
VII del Maule	35.250	3.996	376	4.372	116	39.738
VIII del Biobío	48.672	7.394	811	8.205	254	57.131
IX de La Araucanía	24.723	3.545	333	3.878	90	28.691
X de Los Lagos	31.447	5.095	450	5.545	197	37.189
XI de Aysén	3.256	439	47	486	15	3.757
XII de Magallanes	5.014	1.032	130	1.162	28	6.204
Región Metropolitana	150.001	38.464	6.734	45.198	3.500	198.699
Sin información	13.984	275	20	295	5	14.284
TOTAL	**432.431**	**78.805**	**10.870**	**89.765**	**4.814**	**526.920**

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

Global Entrepreneurship Monitor
GEM CHILE 2002

13 de noviembre de 2002

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es un estudio que mide el nivel de emprendimiento que tienen economías de distintos países. Este estudio se hizo por primera vez en Chile en el año 2002, y junto a otros 36 países del mundo estableció un ranking de emprendimiento, donde nuestro país se ubicó en el 3er. lugar.

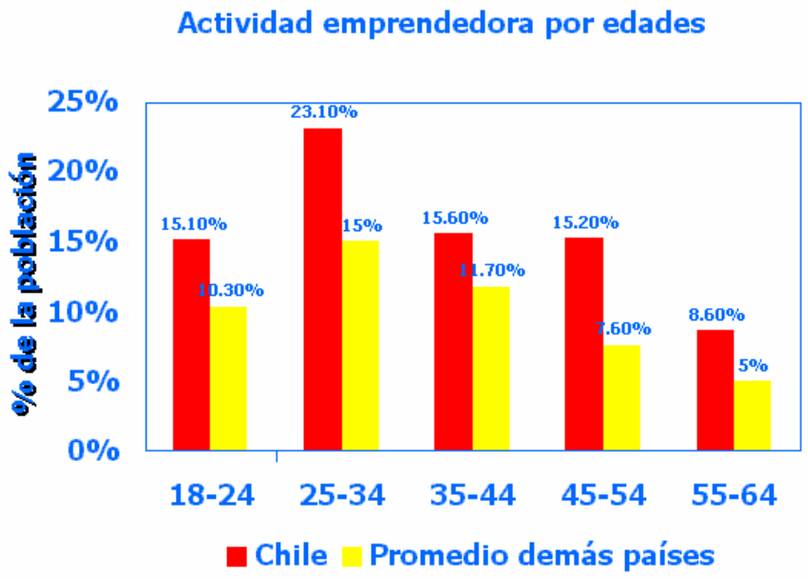
Los 37 países evaluados representan el 62% de la población total y el 92% del PIB mundial. Se encuestaron a 113.000 personas, participaron además 1.500 expertos y 200 académicos de las más prestigiosas instituciones. La preparación y ejecución del estudio a nivel mundial estuvo a cargo de Babson College y London Business School, y en Chile la Universidad de Los Andes, a través de la unidad de Estudios Superiores de la Empresa (ESE), fue la que lo llevó a cabo.

Para medir la actividad emprendedora se toma como referencia el número de emprendedores que tiene el país, definiendo al emprendedor por las siguientes características:
Alguien que en los últimos 12 meses ha estado movilizando recursos para la creación de un nuevo negocio (Gestor del negocio)
Que participa en la propiedad del negocio (Socio del negocio)
Si el negocio aún no completa tres meses pagando sueldos (Empresa naciente)
Si el negocio ha pagado sueldos por un período entre 3 y 42 meses (Empresa nueva)
Se descartan aquellos negocios que lleven más de 42 meses funcionando.

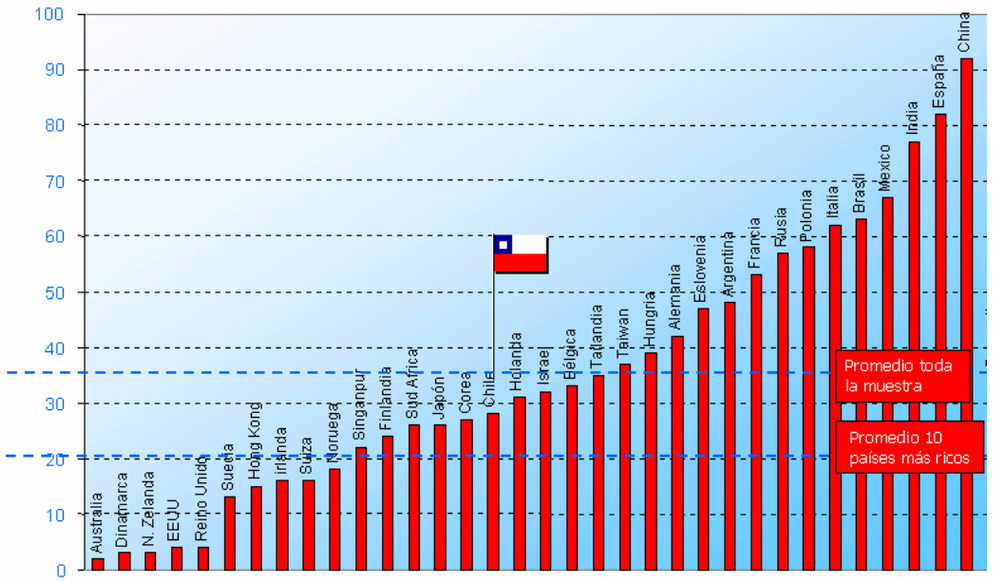
- ✓ Uno de cada 6 chilenos (entre 18 y 64 años) está participando en actividades emprendedoras

- ✓ Hay casi 1.5 millones de emprendedores (El 15,7% de una población adulta de 9.388.000 personas)
- ✓ Tenemos más emprendedores en números absolutos que países como Japón, Francia o España
- ✓ Casi 9 de 100 adultos en Chile (poco más de 800.000) está embarcado voluntariamente en un nuevo negocio
- ✓ Haciendo una inversión promedio total de $ 6 millones (con $4 millones de recursos propios)
- ✓ El rango de la muestra estuvo entre $1.800 y $80.000.000
- ✓ Para el emprendedor promedio equivale a 10 años de ahorros personales
- ✓ A nivel agregado esto representaría una cifra superior a US$12.000 millones (más del 15% del PIB)
- ✓ 1% de emprendimiento representaría aprox. el 1% del PIB
- ✓ Los chilenos emprenden en búsqueda de oportunidades (60%) o por necesidad (40%)
- ✓ Hay amplias diferencias entre distintos grupos sociales (sexo, edad, educación, etc.)
- ✓ Al contrario de lo que muchos piensan, en Chile se invierte, proporcionalmente una cantidad muy significativa de capital de riesgo
- ✓ A un estadounidense le cuesta poco más de $100.000 y a un chileno casi $500.000

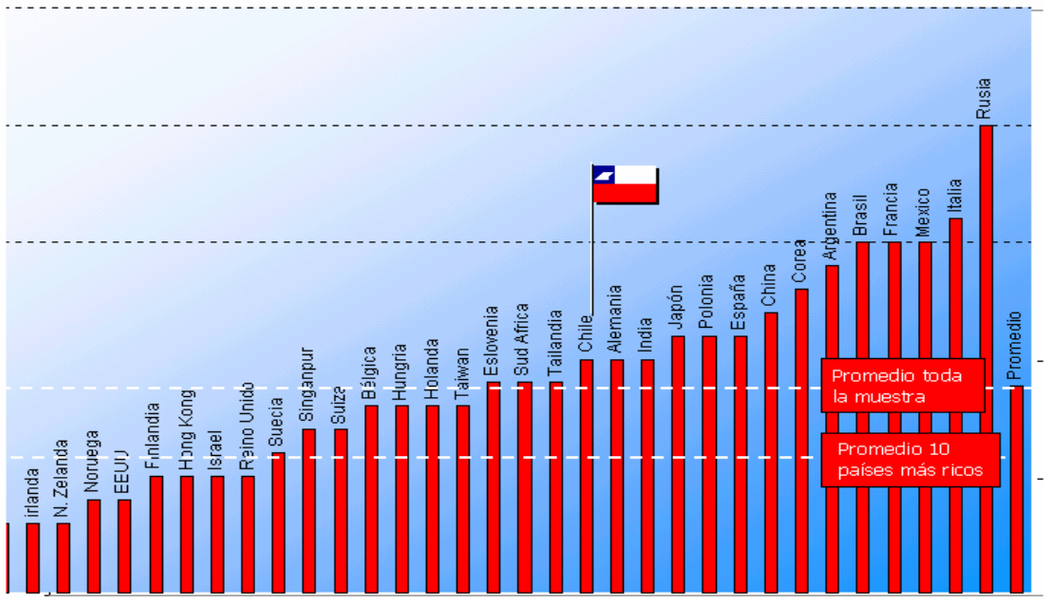
Los emprendedores son gente más bien joven



Número de días para inicio de actividades

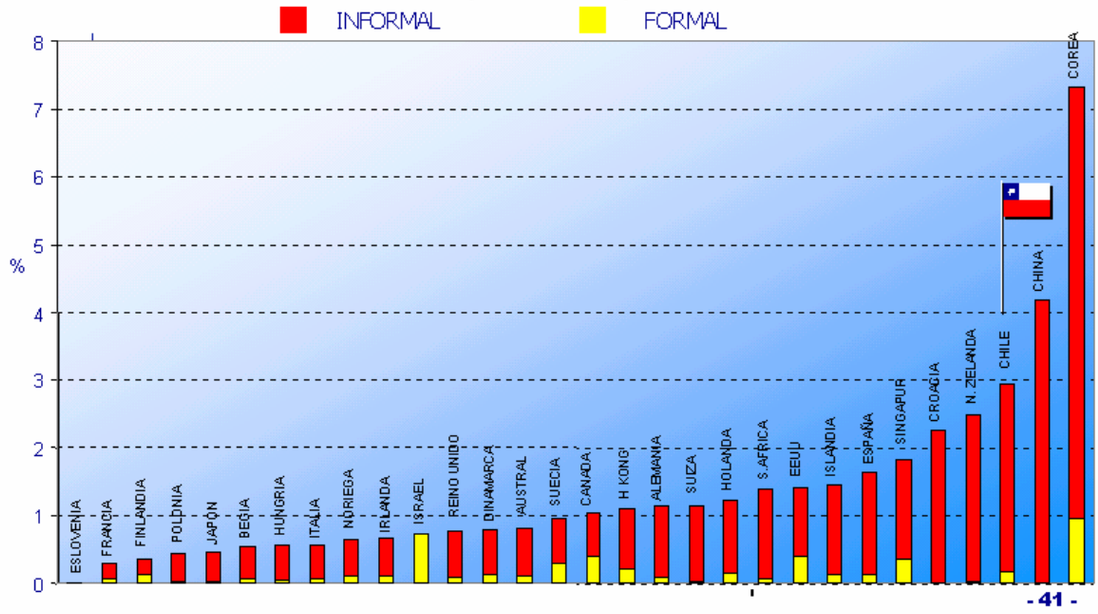


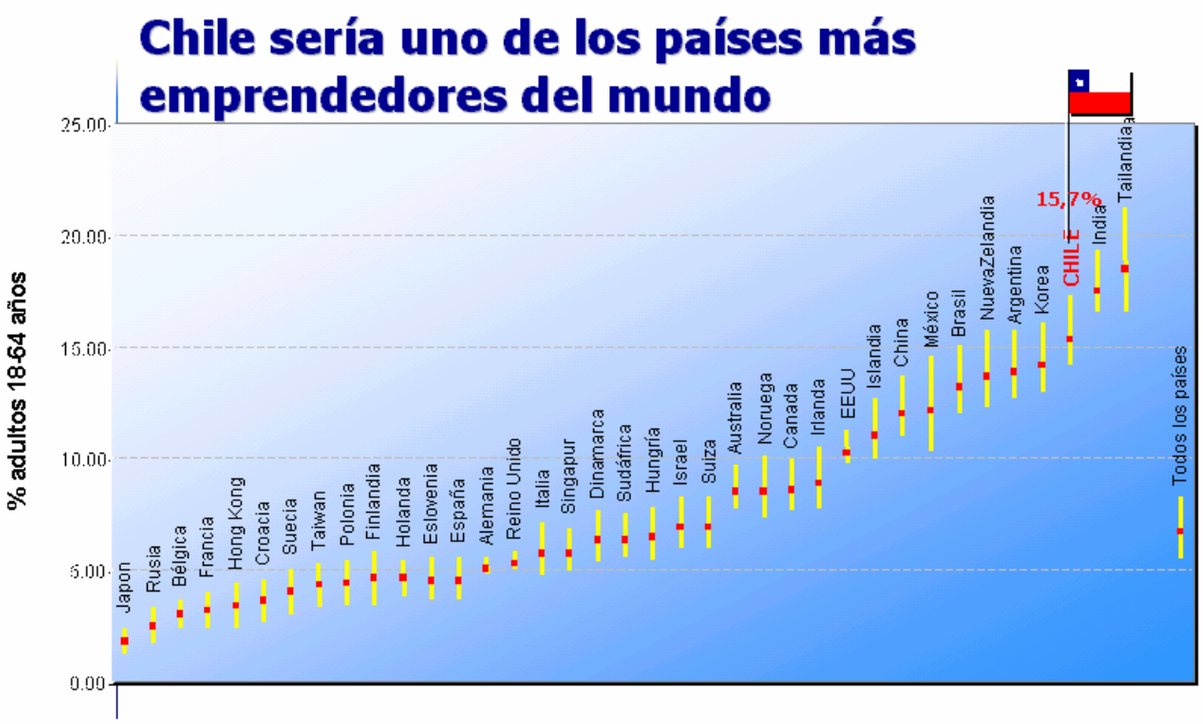
Número de procedimientos para iniciar actividades



Inversiones Totales en Capital de Riesgo

(% del PIB)



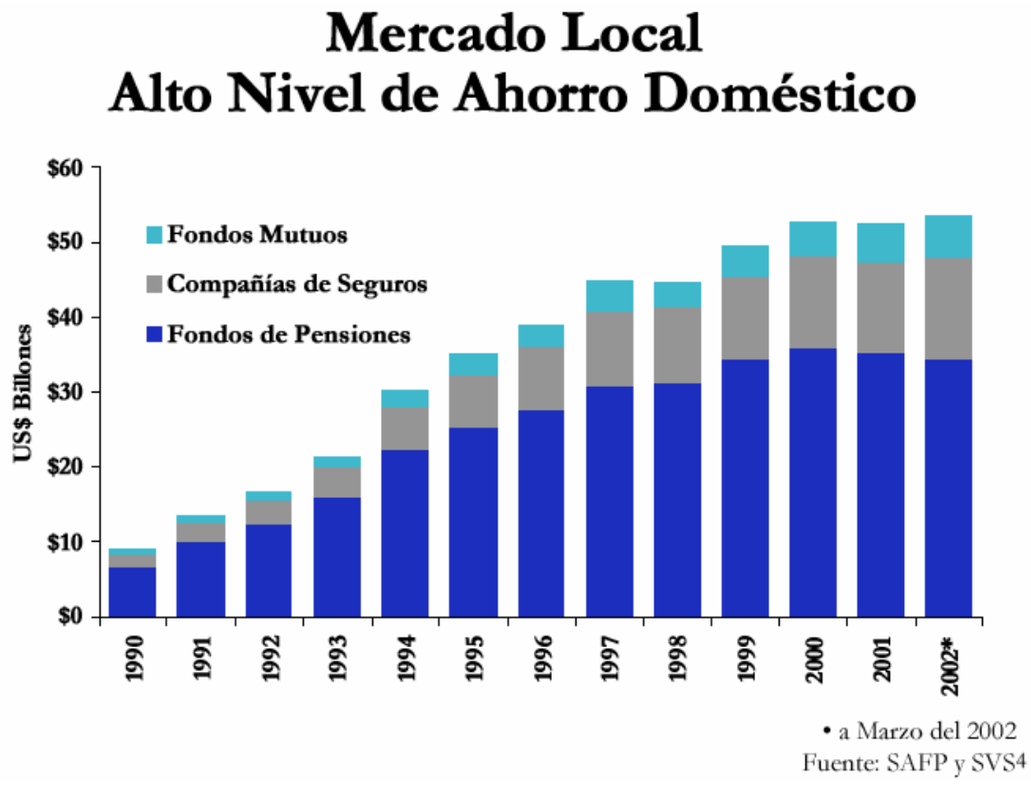

Chile sería uno de los países más emprendedores del mundo
% adultos 18-64 años
25.00
20.00
15.00
10.00
5.00
0.00
15,7%
Japon
Rusia
Bélgica
Francia
Hong Kong
Croacia
Suecia
Taiwan
Polonia
Finlandia
Holanda
Eslovenia
España
Alemania
Reino Unido
Italia
Singapur
Dinamarca
Sudáfrica
Hungría
Israel
Suiza
Australia
Noruega
Canada
Irlanda
EEUU
Islandia
China
México
Brasil
NuevaZelandia
Argentina
Korea
CHILE
India
Tailandia
Todos los países

De hecho, los hombres chilenos serían los más emprendedores del mundo
% adultos que emprenden
21.93%
JAPON
RUSIA
FRANCIA
BELGICA
H KONG
TAIWAN
POLONIA
SUECIA
CROACIA
FINLANDIA
HOLANDA
ESLOVENIA
ESPAÑA
ALEMANIA
S AFRIC
REINO UNIDO
ITALIA
DINAMARCA
HUNGRIA
SINGAPUR
SUIZA
ISRAEL
CANADA
AUSTRAL
IRLANDA
NORUEGA
EEUU
CHINA
MEXICO
ISLANDIA
BRASIL
ARGENTI
N. ZELANDA
TAILANDIA
COREA
INDIA
CHILE

Chile: un Mercado de Capitales Confiable y Eficiente. Avances y Perspectivas

Dieter Linneberg A., Superintendencia de Valores y Seguros, Chile
Diciembre 2002

Fuente: World Economic Forum



• a Marzo del 2002
Fuente: SAFP y SVS4

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS EN CHILE

Fuente: Fundación Empresarial Comunidad Europea Chile Enero 2003

Existen diversas formas de clasificación de las empresas en nuestro país, la más usada es la siguiente:

Clasificación de acuerdo a su volumen de ventas

. Las microempresas venden menos de 200 UF al mes.
. Las pequeñas entre 201 UF y 2000 UF al mes.
. Las medianas entre 2001 UF y 8000 UF al mes.
. Las grandes más de 8000 UF al mes.

Bajo este criterio en Chile en Número de Pymes, o sea, de Pequeñas y medianas empresas
es el siguiente:

Clasificación Empresa	Número Año 2000	Número Año 2003 (*)	Empleo Año 2000	Empleo Año 2003 (*)	Ventas Año 2010	Ventas Año 2003 (*)
Micro	521820	527185	40%	40,3%	3,0%	3,5%
Pymes	61337	60769	50%	50,2%	17,4%	18,0%
Grandes	4200	4234	10%	9,5%	79,6%	78,5%
Total	**587357**	**630302**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

Obs: Los datos en (*) corresponden a proyecciones de EuroChile para Diciembre del 2003, los del año 2000 corresponden a Base de Datos de la CORFO.

RESUMEN DE INSTRUMENTOS DE FOMENTO (en millones de pesos)[108]

Inst.	1996			1997			1998			1999			2000			2001-10-09		
	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto	Nº Emp	Aporte Corfo	Monto
1. Profo	132	182,10	252,6	140	176,6	265	221	231,61	373,46	440	250,7	323,79	471	145,491	246	25	18,7	27,26
2. Fat	155	51,34	67,48	119	97,58	129,78	102	83,87	109,56	81	43,12	57,07	52	46,88	71,6	186	79,27	119,31
3. Fontec	5	149	320,8	8	97,6	245	12	103,52	246,75	8	219,67	600,38	1	31,14	81,92	1	37,03	86,77
4. Mis. Te Fontec	4	2,7	5,4	6	6,5	15,52	0	0	0	13	13,17	28,78	0	0	0	0	0	0
5. FDI	200	178	251	170	390	593	170	319,59	425,49	0	0	0	1	360	432	4	110	193,46
6. Estud. Reg	50	7,9	7,9	196	40,1	64,1	100	12,24	12,25	80	14,6	14,6	160	29	49,26	0	11	11
7. Pag	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1.14	4,89	0	0	0
8. Otros eventos	230	97,6	136	144	18,4	37	371	45,58	59,31	172	33,15	68,7	20	58,58	117,1	0	0	0
Total	776	668,64	1041	783	826,78	1349,4	976	796,41	1226,82	794	574,41	1093,32	706	672,231	1002	216	256	437,8

[108] http://www.redcaraysen.cl/car/doc/fichas/Informe%20consolidado%20CORFO.doc

INCUBADORAS

Algunas cifras de incubación a nivel mundial [109]

	Monto
Alcance	
Nº incubadoras en el mundo (1998)	2.500
Nº incubadoras en EE.UU. (1998)	550
Nº empresas en incubación y/o graduadas en EE.UU.	19.000
Impacto	
Tasa de éxito reportada por NSBA @ 3 años de operación (*)	
de empresas incubadas	87%
de empresas no incubadas	20 - 25%
Empresas que permanecen en la localidad de la incubadora	84%
Efectividad	
Incubadoras que pueden financiar todos sus servicios (EE.UU.)	13%
Incubadoras que pueden operar en forma reducida sin subsidios (EE.UU.)	51.6%
Incubadoras que cubren sus propios costos (Alemania)	38%
Gastos operacionales anuales promedio (EE.UU.) US $ miles	278
Tamaño promedio EE.UU. m2	3.200
Empleos generados por una incubadora típica	
Directos	470
Indirectos	230
Costo del subsidio por cada empleo (período de 7 años) en US $	$ 1.100.-
Nº total de empleos aportados por las incubadoras en EE.UU.	245.000 a 500.000
Recuperación de la inversión del estado vía impuestos	
US $ impuestos / US $ invertidos en la incubadora	5 -45

(*) NSBA National Small Business Administration, EE.UU.

[109] Extraído de: LINEAMIENTOS PARA LA CREACION Y GESTION DE INCUBADORAS DE NEGOCIOS
Preparado por Marcela Angulo G. - Gerente Programa Incubación de Negocios, Noviembre 2000
www.sitioempresa.cl

			Promedio			
	Incubadoras		Inversión	Edificación	Incubandos	
País	Total	Muestra	US $000	m2 netos	Compañías	Empleados
Brasil	42	16	n.d.	810	10	55
China	73	31	454	4.702	36	727
Rep. Checa	27	17	n.d.	5.756	26	105
México	10	6	526	676	6	n.d.
Nigeria	2	2	n.d.	1.871	7	38
Polonia	19	19	n.d.	1.813	15	88
Turquía	5	2	568	951	16	72
Totales	178		496	3.169	24	359

n.d. No disponible

Tabla A1.1.2.- Cifras de incubación en una muestra de siete países (25)

	empresa		
	incubada	afiliada	Nota
Tasa de fracaso a 1 año	8%	32%	Australia
Crecimiento anual compuesto empleos / empresa	20%		Australia
% de Incubadoras que cubren sus propios costos	38%		Alemania
Nº de empleos / incubadora / año	83		Italia
Canon de arriendo US $ / m2 / mes	4 - 8		Italia
Canon de arriendo US $ / m2 / mes	6,6		EE.UU. (23)
Ventas anuales /empresa US$ millones	1 - 10		Inglaterra
Financiamiento requerido	0,2 - 2		Inglaterra

Tabla A1.1.3.- Indicadores de incubación en países OECD (43)

	Empresas					
	Incubadas		Afiliadas (*)		Graduadas	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Nº de empresas atendidas	17	10	--	--	21	8,5
Empleo jornada completa	288	38	41	10	288	60
Ventas agregadas US$ Millones (1994)	4,3	1,5	2,8	0,5	24,0	6,6
Nº de empresas graduadas (1994)					3,1	2,0

(*) atendidas sin incubarse

Tabla A1.1.6.- Mediciones de Impacto de incubadoras en EE.UU. (43)

ANEXO V

PRESENTACIÓN del TEMA

Seminario de Titulo:
FINANCIAMIENTO PARA EMPRESAS NUEVAS
UTEM
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA METROPOLITANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
MIGUEL ÁNGEL GHIONE BUSCA
JULIÁN FERRANDO DAVIDOVICH

INTRODUCCIÓN: MOTIVACIÓN
UTEM
CHILE: Empresa y Emprendimiento
1.200.000 empresas: prácticamente una cada 13 habitantes
(652.445 empresas formales + 550 mil de carácter informal)
Oportunidades: más de 10.500 empresas creadas por año
1 de cada 6 Chilenos (entre 18 y 64 años) está participando en actividades emprendedoras.
Hay casi 1.5 millones de emprendedores (El 15,7% de una población adulta de 9.388.000 personas).
Inversión promedio total de $ 6 millones (con $4 millones de recursos propios)

INTRODUCCIÓN: MOTIVACIÓN

DOBLE INQUIETUD

1- Sensación o creencia generalizada de existir instrumentos para el financiamiento de empresas nuevas.

2- Dificultad para acceder a recursos financieros:

* información dispersa

* no existencia de libros, ni revistas especializadas

ANALIZAR PROYECTOS SIN HISTORIA

Desde la Concepción de la Idea

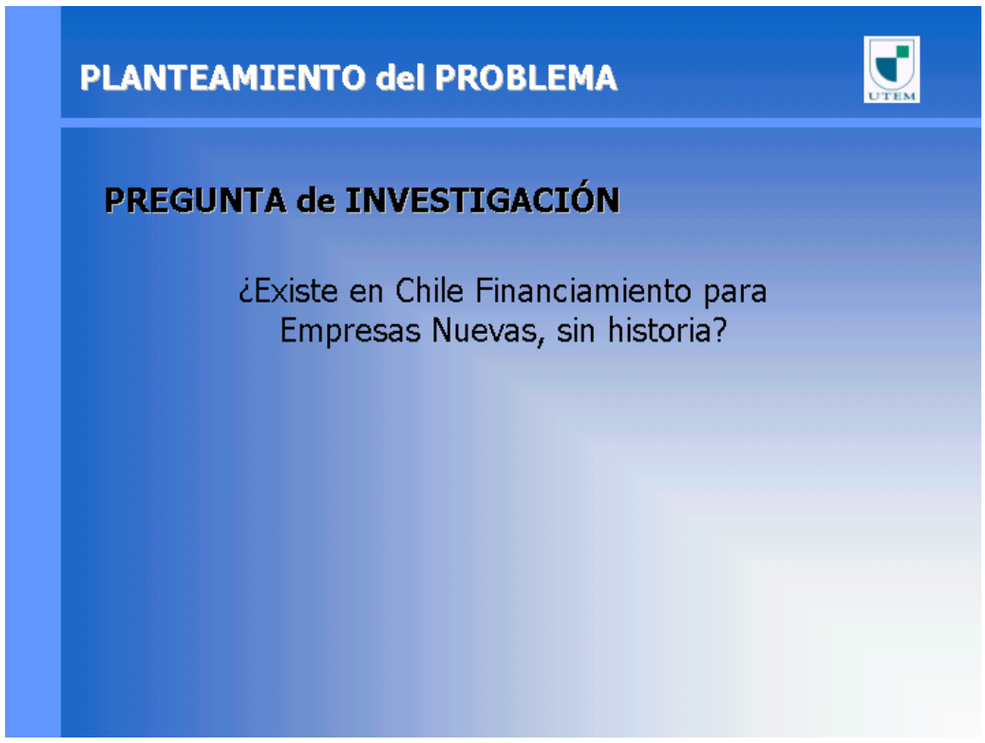
PLANTEAMIENTO del PROBLEMA

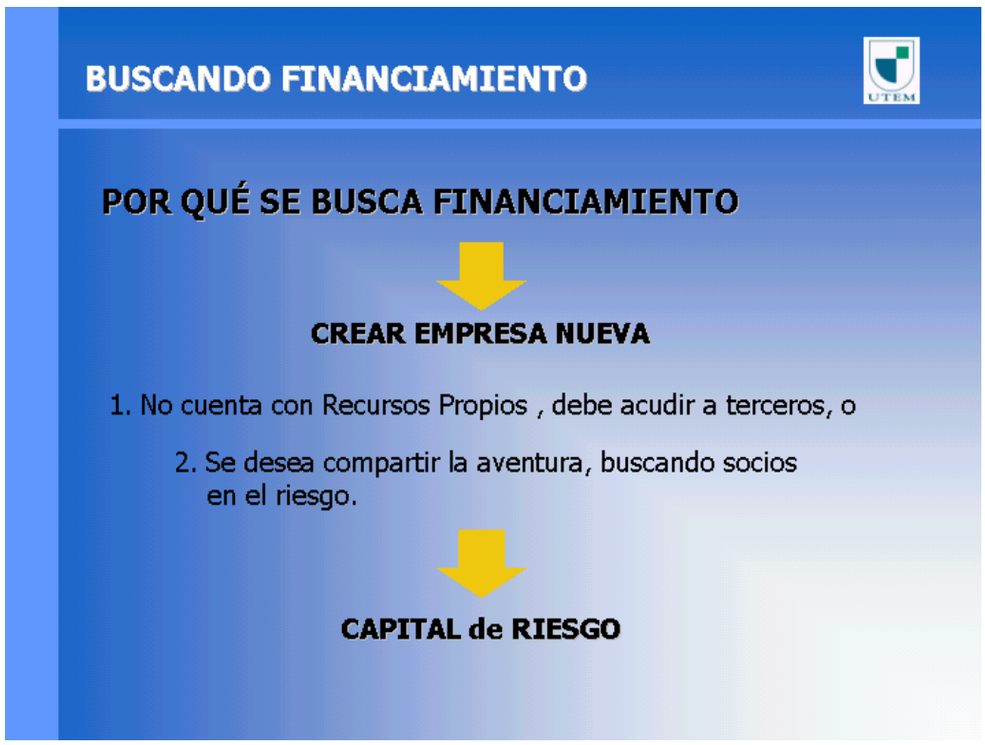
NOMBRE de INVESTIGACIÓN

FINANCIAMIENTO para EMPRESAS NUEVAS

OBJETIVO GENERAL

Efectuar un estudio detallado de los instrumentos para financiamiento de empresas nuevas, en sus momentos iniciales, y fundamentalmente en la realidad chilena.


PLANTEAMIENTO del PROBLEMA
UTEM
PREGUNTA de INVESTIGACIÓN
¿Existe en Chile Financiamiento para
Empresas Nuevas, sin historia?

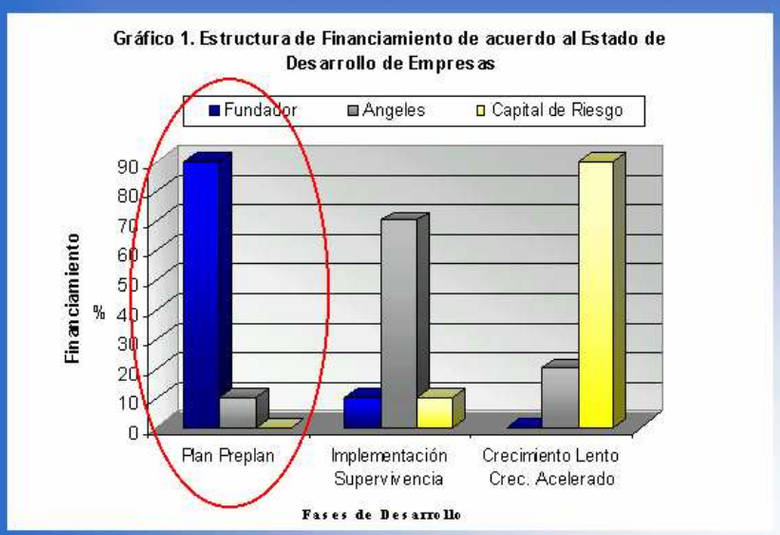

BUSCANDO FINANCIAMIENTO
UTEM
POR QUÉ SE BUSCA FINANCIAMIENTO
CREAR EMPRESA NUEVA
1. No cuenta con Recursos Propios , debe acudir a terceros, o
2. Se desea compartir la aventura, buscando socios
en el riesgo.
CAPITAL de RIESGO

BUSCANDO FINANCIAMIENTO

CAPITAL de RIESGO

TIPO FONDO	ETAPA	FUENTE
1. CAPITAL SUDOR	Pre Plan Plan	Fundador (es)
2. CAPITAL SEMILLA	Plan / Implementación Supervivencia	Ángeles Grupos de Co Inversión
3. CAPITAL de RIESGO	Crecimiento Lento Crecimiento Acelerado	Fondos de Inversión
4. FINANCIAMIENTO de GUERRILLAS	Todas las Fases	Uso adecuado de Recursos

BUSCANDO FINANCIAMIENTO



BUSCANDO FINANCIAMIENTO
ALTERNATIVAS en CHILE
Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile
1. Las 3 F´s: Family, Friends, Fools (confiados)
2. Los Bancos
3. ESTADO (Instrumentos de Fomento)
3.1 CORFO : Corporación de Fomento de la Producción
3.1.1 Financiamiento Capital Semilla
3.1.2 FONTEC : Financiamiento Proyectos Innovación Tecnológica
Línea 1
Línea 2
Línea 3
Línea 4
Línea 5

BUSCANDO FINANCIAMIENTO
ALTERNATIVAS en CHILE
Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile
3. ESTADO (Instrumentos de Fomento)
3.2 FONDEF: Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico
3.3 FIA: Fondo de Innovación Agropecuaria
3.4 INNOVA BÍO BÍO

BUSCANDO FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVAS en CHILE

Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile

3. ESTADO (Instrumentos de Fomento)

3.5 OTROS INSTRUMENTOS

3.5.1 Apoyo Promoción, Atracción y Materialización Inversiones

3.5.2 Apoyo Promoción, Atracción Inversiones creación Empresas Alta Tecnología no Tradicionales

3.5.3 FOGAPE:
Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios

BUSCANDO FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVAS en CHILE

Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile

4. Incubadoras

5. Capitalistas Ángeles

6. Capital de Riesgo (Venture Capital)

El Caso Chileno:

F.I.D.E.: Fondos de Desarrollo de Empresas

BUSCANDO FINANCIAMIENTO

ALTERNATIVAS en CHILE

Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile

7. Proveedores

8. Alianzas Estratégicas

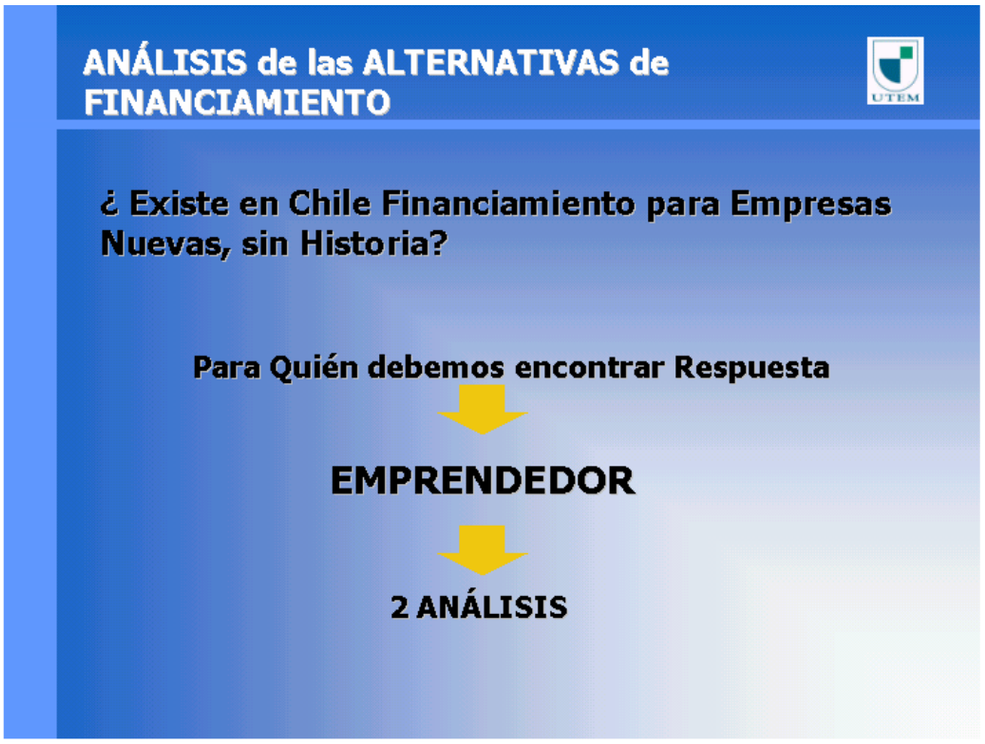
HIPÓTESIS INVESTIGACIÓN

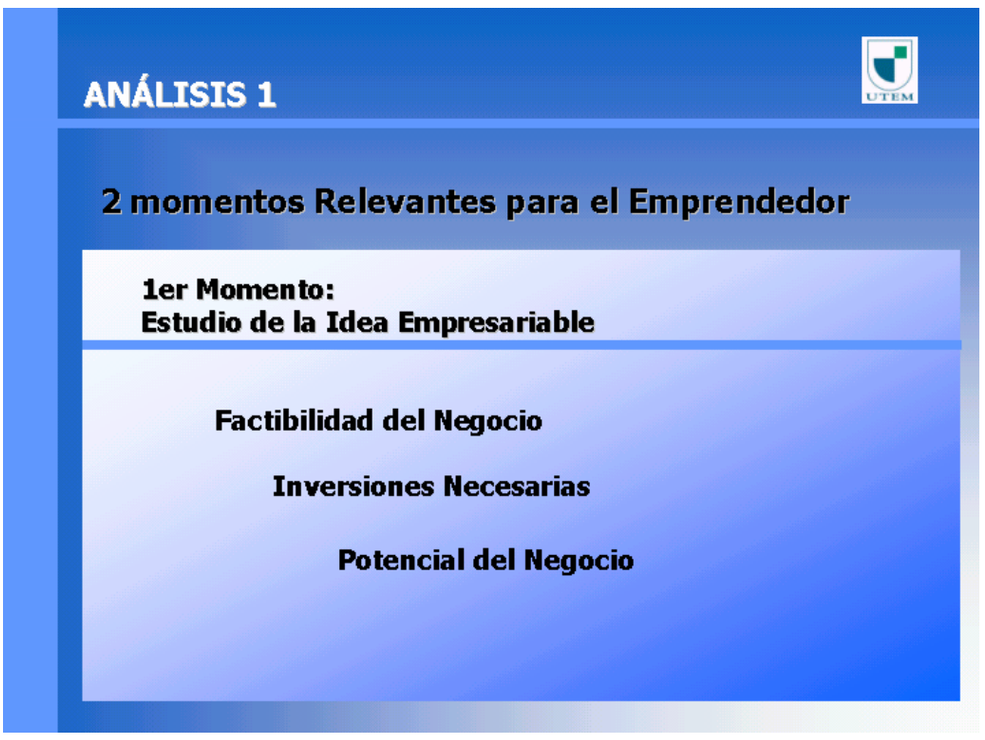
H 0 :

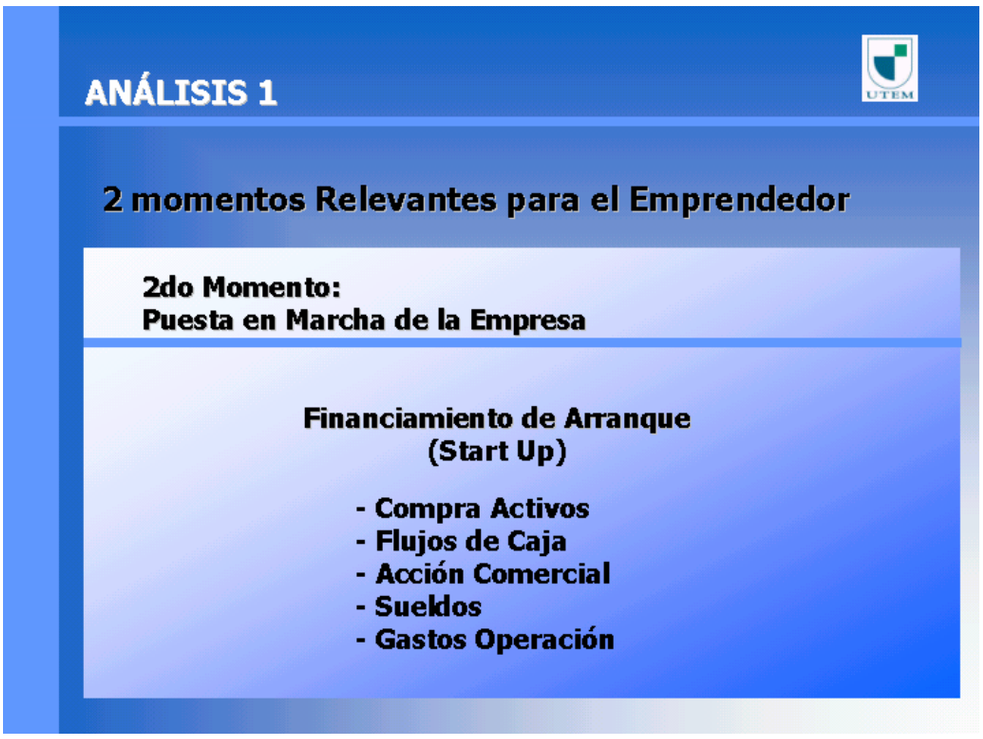
No existen instancias de financiamiento dirigidas al emprendedor, que puedan ser utilizadas por personas naturales sin historia empresarial, en cualquier tipo de proyecto de negocio, tanto para el estudio de la idea empresariable, como para la puesta en marcha de la empresa.

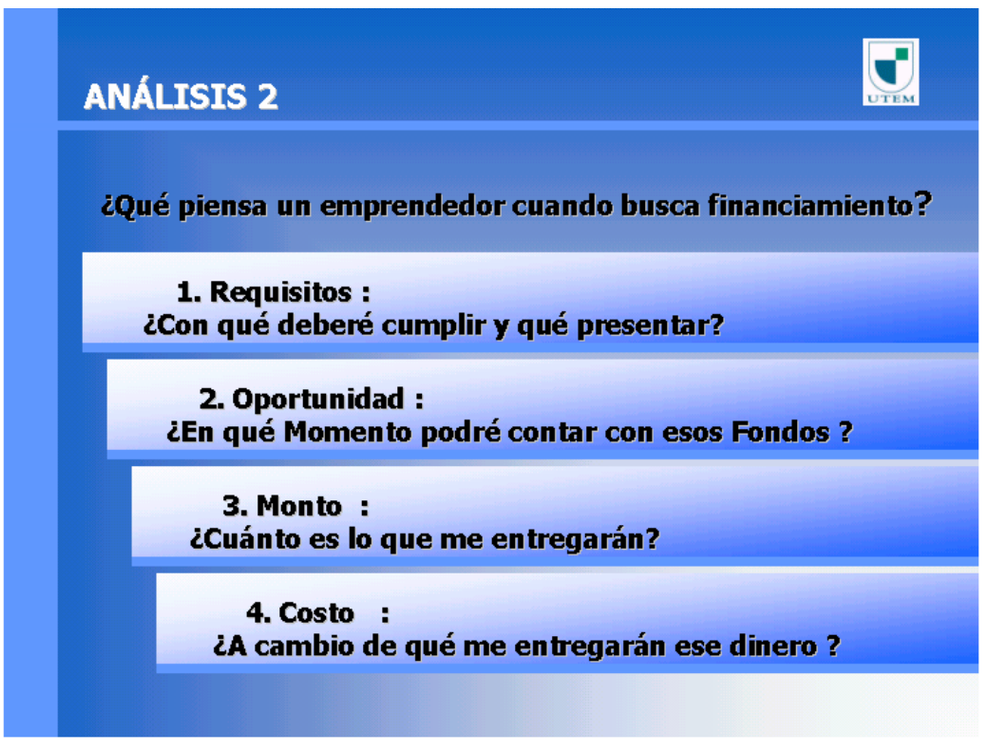
H 1 :

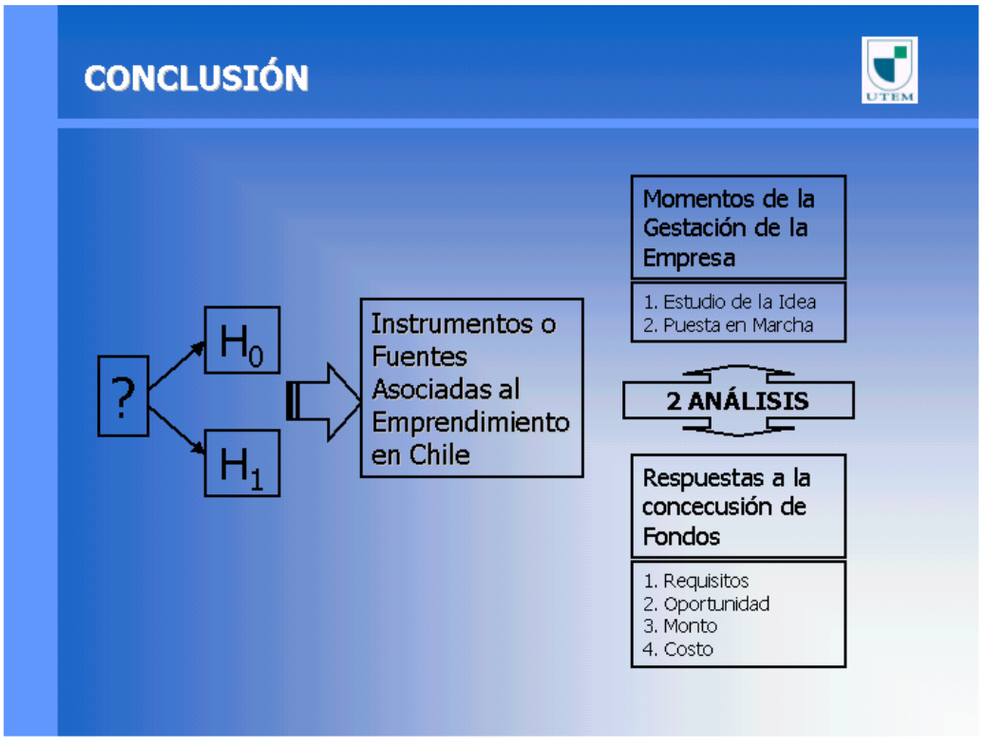
Existen instancias de financiamiento dirigidas al emprendedor, que puedan ser utilizadas por personas naturales sin historia empresarial, en cualquier tipo de proyecto de negocio, tanto para el estudio de la idea empresariable, como para la puesta en marcha de la empresa.


ANÁLISIS de las ALTERNATIVAS de FINANCIAMIENTO
¿ Existe en Chile Financiamiento para Empresas Nuevas, sin Historia?
Para Quién debemos encontrar Respuesta
EMPRENDEDOR
2 ANÁLISIS


ANÁLISIS 1
2 momentos Relevantes para el Emprendedor
1er Momento:
Estudio de la Idea Empresariable
Factibilidad del Negocio
Inversiones Necesarias
Potencial del Negocio


ANÁLISIS 1
2 momentos Relevantes para el Emprendedor
2do Momento:
Puesta en Marcha de la Empresa
Financiamiento de Arranque
(Start Up)
- Compra Activos
- Flujos de Caja
- Acción Comercial
- Sueldos
- Gastos Operación


ANÁLISIS 2
¿Qué piensa un emprendedor cuando busca financiamiento?
1. Requisitos :
¿Con qué deberé cumplir y qué presentar?
2. Oportunidad :
¿En qué Momento podré contar con esos Fondos ?
3. Monto :
¿Cuánto es lo que me entregarán?
4. Costo :
¿A cambio de qué me entregarán ese dinero ?


CONCLUSIÓN
?
H_0
H_1
Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile
Momentos de la Gestación de la Empresa
1. Estudio de la Idea
2. Puesta en Marcha
2 ANÁLISIS
Respuestas a la concecusión de Fondos
1. Requisitos
2. Oportunidad
3. Monto
4. Costo

CONCLUSIÓN
ALTERNATIVAS en CHILE
Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile
1. Las 3 F´s: Family, Friends, Fools (confiados)
2. Los Bancos
3. ESTADO (Instrumentos de Fomento)
3.1 CORFO : Corporación de Fomento de la Producción
3.2 FONDEF: Fondo de Fomento al Desarrollo Científico y Tecnológico
3.3 FIA: Fondo de Innovación Agropecuaria
3.4 INNOVA BÍO BÍO
3.5 OTROS INSTRUMENTOS

CONCLUSIÓN

ALTERNATIVAS en CHILE

Instrumentos o Fuentes Asociadas al Emprendimiento en Chile

4. Incubadoras
5. Capitalistas Ángeles
6. Capital de Riesgo (Venture Capital)
   Caso Chileno: F.I.D.E.: Fondos de Desarrollo de Empresas
7. Proveedores
8. Alianzas Estratégicas

CONCLUSIÓN

De los Dos Análisis efectuados

No existen instancias de financiamiento que respondan de manera eficiente a las necesidades del emprendedor

No sólo se nos pide ser innovador y emprendedor en la creación de una idea empresariable, también se nos pide ser emprendedor, y muy creativo, en la búsqueda de financiamiento

CONCLUSIÓN

De los Dos Análisis efectuados

* Instrumentos del Estado: acceder a ellos es Incierto y Burocrático
  Transforma en Lenta entrega de los Fondos

* Plano conceptual, lejano, distante, complejo
  Lo Aleja de Gran Cantidad de la Población

* Subjetividad en la Asignación de Financiamiento
  Se Valora más la Persona que la Propia Idea

* Escaso Desarrollo del Capital de Riesgo en Chile
  Se Invierte sólo en Proyectos de Bajo Riesgo

CONCLUSIÓN

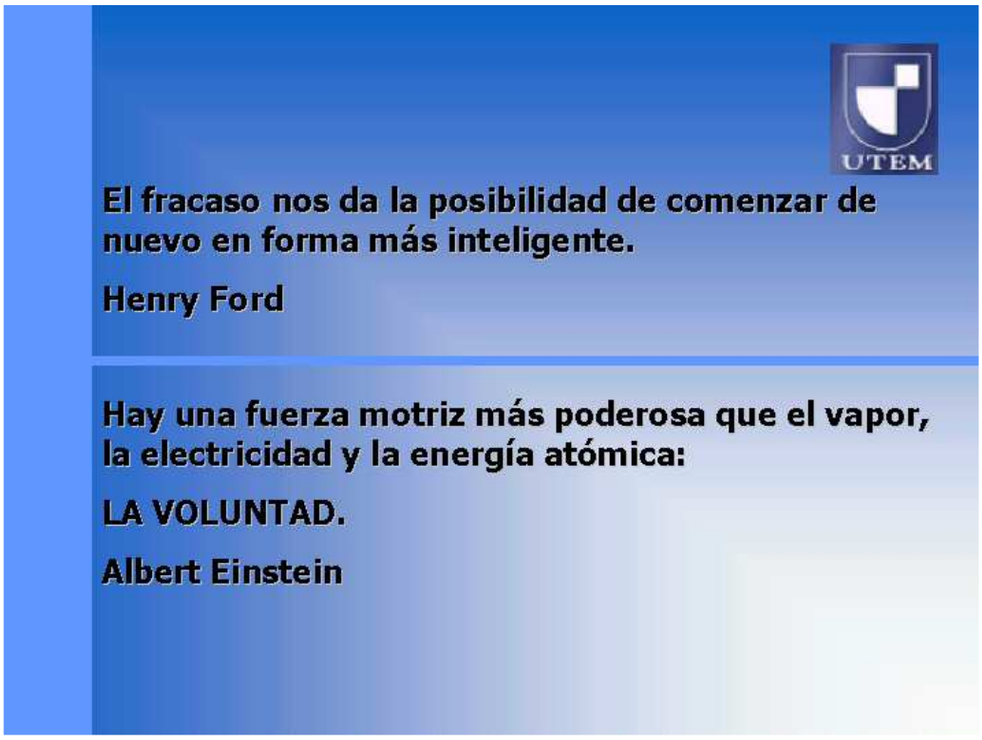
CHILE: Empresa y Emprendimiento

GEM BABSON London Business School ESE Universidad de los Andes

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) / CHILE 2002
London Bussines School / Babson College / ESE – Univ. De los Andes

Chile sería uno de los países más emprendedores del mundo
15,7% de Población Adulta se encuentra en una Etapa de Emprendimiento
% adultos 18-64 años
25.00
20.00
15.00
10.00
5.00
0.00
15,7%
Japón
Rusia
Bélgica
Francia
Hong Kong
Croacia
Suecia
Taiwan
Polonia
Finlandia
Holanda
Eslovenia
España
Alemania
Reino Unido
Italia
Singapur
Dinamarca
Sudáfrica
Hungría
Israel
Suiza
Australia
Noruega
Canada
Irlanda
EEUU
Islandia
China
México
Brasil
NuevaZelandia
Argentina
Korea
CHILE
India
Tailandia
Todos los países
GEM
BABSON
London Business School
ESE
Universidad de los Andes

CONCLUSIÓN
UTEM
¿Cuántos empleos cree Ud. que la empresa generará en 5 años?
20 o más trabajadores 32%
1-5 trabajadores, 39%
6-19 trabajadores, 29%
Si sólo el 10% tuviera éxito en sus predicciones, estamos hablando de más de 2 millones de empleos


UTEM
El fracaso nos da la posibilidad de comenzar de nuevo en forma más inteligente.
Henry Ford
Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica:
LA VOLUNTAD.
Albert Einstein