

InfoPYME

Noticias sobre la Pequeña y Mediana Empresa en América Latina

Vol. 5, mayo del 2002

Proyecto Regional de Capacitación Gerencial del FOMIN

Determinantes de la tasa de penetración de Internet en las PYMEs de Chile

Tres estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Diego Portales de Chile investigaron los factores que influyen positiva y negativamente en el uso de Internet en la pequeña y mediana empresa del país sureño. En su tesis de grado, Juan Carlos Muñoz Latorre, Carlos Rojas Arancibia y Bárbara Vizcarra Barahona concluyeron que "Internet se reduce a una tecnología que habita la publicación de catálogos en línea y el envío de correos electrónicos". Otros resultados y recomendaciones de este trabajo fueron resumidos en este artículo y el texto completo de esta investigación se encuentra disponible en la "Biblioteca PYME" del Foro PYME en la siguiente dirección:

http://www.lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/pdf/TESIS_1.pdf

Este proyecto de investigación consiste en identificar los factores que influyen en la tasa de penetración de Internet en las PYMEs en Chile.

Más concretamente es investigar, con el patrocinio de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, los factores de éxito para asegurar la penetración de Internet en la mediana y pequeña empresa en Chile.

Con base en el éxito logrado en países más desarrollados, el aumento de la productividad y la rentabilidad de las PYMEs, y algunas MYPEs, está cada vez más ligado a su rápida y efectiva integración al mundo de Internet. Al aumentar la tasa de incorporación de tecnología de Internet en la gestión comercial de las PYMEs, la sociedad busca mejorar la oferta de servicios y disminuir los costos de producción. Las oportunidades de sinergia son muchas y las posibilidades de obtener servicios de óptima calidad a un costo razonable para todos los involucrados es atractiva. Además, el desarrollo de iniciativas conjuntas de aprovechamiento de la tecnología Internet permitirá enriquecer el tejido social, compartiendo las responsabilidades para generar beneficios mutuos.

La gran incógnita es cómo hacerlo de la mejor manera, con el máximo impacto positivo y en el tiempo más breve para así mejorar las expectativas de asimilación de esta tecnología en la mediana, pequeña y microempresa en Chile. En la actualidad, cada cual está enfrentado o postergando decisiones de incorporarse al mundo de Internet en forma aislada. Para mejorar el beneficio colectivo, es preciso hacerlo en forma ordenada. Para esto se requiere estudiar, en un plazo breve, las motivaciones, capacidades y limitaciones de los eventuales participantes. Esta es la motivación del presente trabajo de tesis.

Objetivos de la Investigación

En el ámbito mundial, la tasa real de penetración de Internet es baja y heterogénea. Esta situación constituye un desafío aún mayor para Chile, dado el alto perfil que nuestro país quiere lograr en el concierto de los países latinoamericanos.

Las autoridades administrativas de nuestro país se han impuesto plazos muy breves para lograr situar a Chile a la cabeza del aprovechamiento del desarrollo de la tecnología de información vía Internet en Latinoamérica. Para que esto ocurra, el ritmo al cual debe crecer la tasa de penetración de esta tecnología en la población chilena debe ser más alta que la media en el resto de los países de Latinoamérica, al menos durante los primeros años.

Por lo tanto, es imprescindible desarrollar competencias para calibrar las expectativas de masificación de esta tecnología, con base en el cociente entre el mayor valor que tanto el público general como las empresas perciban que les reportaría la incorporación de esa tecnología y el mayor costo que ellas mismas tendrían que solventar al incorporarla.

InfoPYME • Mayo del 2002

- 1** *Determinantes de la tasa de penetración de Internet en las PYMEs de Chile*
- 4** *Servidor Internet para la PYME de la región*
- 6** *Biblioteca PYME*

El objetivo general de la investigación es estudiar los factores que influyen positiva y negativamente en la tasa de penetración de Internet. Con base en los resultados obtenidos, formular recomendaciones fundamentadas que orienten la agenda pública y privada en torno a este tema y calibren mejor el atractivo comercial para los potenciales inversionistas en proyectos relacionados con Internet.

Los objetivos específicos son:

- * Explorar el conjunto de parámetros relevantes para las decisiones de incorporación de tecnología de Internet en PYMEs.
- * Estudiar las relaciones causa-efecto en los usuarios PYMEs de Internet.
- * Estudiar las preferencias reveladas en el comportamiento de uso de Internet, por parte de usuarios activos de esa población, con el fin de calibrar las declaraciones de segmentos equivalentes de esa misma población acerca de la utilidad que ellos perciben que les brindaría Internet.
- * Estudiar para las PYMEs las variables relevantes que aumenten el valor percibido del servicio, cuidando que esas variables sean ortogonales entre sí.
- * Proponer formas de mejorar la tasa de éxito de la incorporación de Internet en las PYMEs, con base en la búsqueda de valor que tendría esta tecnología para esos potenciales usuarios.

Una Tecnología Inevitable

El uso de Internet está creciendo más rápido que el de cualquier otra tecnología en la historia de la humanidad. Los cambios asociados a la economía digital no tienen precedentes y se cree que en menos de una década habrá cambiado sustancialmente la forma como se relacionan las empresas, las organizaciones, los mercados, la forma como las personas se educan, trabajan, consumen, ahorran y se entretienen, entre otras muchas transformaciones asociadas al proceso de informatización de la sociedad.

Hasta la fecha, la adopción masiva de las Tecnologías de Información (TI) en las empresas había estado limitada por el alto costo de las soluciones. Hoy, con la creciente penetración de Internet, se ha producido una rápida consolidación entre estándares y tecnologías aplicadas surgiendo una plataforma transaccional de gran poder y a bajo costo vinculando empresas de todos tamaños y localizaciones geográficas.

Los modelos de negocios se verán invariablemente afectados por las TI, ya sea por la forma como organizan su trabajo, en su relación con proveedores y clientes, o en las múltiples facetas en que la era digital terminará por reemplazar casi completamente las formas tradicionales de capturar, procesar y utilizar la información.

Las empresas pueden ahora trasladar sus relaciones con los proveedores al ambiente digital, disminuyendo los costos que generan los inventarios excesivos, el uso del papel y las horas hombre dedicadas a efectuar y controlar el proceso productivo. En consecuencia, esta tecnología tiene el potencial de reducir sus necesidades de capital de trabajo. Con respecto a los clientes, la información digital es de fácil almacenaje y altamente “personalizable” debido a las facilidades que ofrece para revisar, organizar y editar. El proceso de colaboración integrado, permite optimizar el uso de recursos y entregar un mayor valor al consumidor final.

Las TI pueden incrementar la productividad de los trabajadores, así como también aumentar los sistemas de seguridad de los bienes inmuebles y eficiencia de la maquinaria. Para el caso de

InfoPYME

Equipo de Redacción

Jefa de Redacción
Carolyn Palaima

•
Asistente Editora
Silvina Acosta

•
Traducción—Inglés a Español
Beatriz Quintana

•
Traducción—Portugués a Español
Avatar

InfoPYME acepta con entusiasmo artículos para su publicación. Éstos pueden ser de hasta 1.200 palabras y se aceptan ilustraciones. Los artículos se aceptan en español, portugués o inglés. *InfoPYME* traducirá al español los artículos en portugués e inglés. Por favor envíelos en disquete o por correo electrónico. *InfoPYME* se distribuye gratuitamente a personas y organizaciones interesadas.

Dirección postal:
InfoPYME, LANIC
Teresa Lozano Long Institute
of Latin American Studies,
SRH 1.310,
University of Texas at Austin
Austin, Texas 78712 USA

Tel: (512) 232-2408
Fax: (512) 471-3090

E-mail:
infopyme@lanic.utexas.edu

WWW:
<http://lanic.utexas.edu/pyme/>

© 2002
Teresa Lozano Long Institute
of Latin American Studies
University of Texas at Austin

InfoPYME es un boletín trimestral que trata de las tendencias emergentes en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas (las PYME) en América Latina, publicado por el Latin American Network Information Center (LANIC) del Teresa Lozano Long Institute of Latin American Studies (LLILAS) de la University of Texas at Austin (UT-Austin) para el Banco Interamericano de Desarrollo.

InfoPYME está financiado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y el Departamento de Integración y Programas Regionales (INT) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Las opiniones expresadas en este boletín pertenecen a los respectivos autores y no necesariamente representan las opiniones ni la política de LANIC, LLILAS o del BID. Los artículos publicados en este boletín se pueden reproducir, siempre y cuando se otorgue el debido crédito a *InfoPYME*, LANIC de LLILAS en UT-Austin y al BID.

los servicios empresariales, es un instrumento que permite mejorar los servicios ofrecidos y adquiridos, reduciendo tiempos de búsqueda y accediendo a una mayor cantidad de información disponible en la red.

Lo anterior depende de una serie de factores, entre los que se puede mencionar la complejidad y número de actores de la cadena de abastecimiento, la cultura organizacional, la familiaridad de los empleados con las nuevas tecnologías y las presiones por reducir costos. La explotación de estas ventajas requiere de claridad y conocimiento de la forma cómo las TI pueden ser aprovechadas por las distintas empresas en sus distintas áreas y funciones.

Internet y la PYMEs

Para las PYMEs, las TI representan nuevas oportunidades de crecimiento en mercados y productos, así como una importante fuente de ahorro de costos. Surge un nuevo concepto de negocio en donde ni los clientes ni los proveedores son parte de un proceso, sino que son el proceso de negocio en sí mismo. Estas empresas deberán considerar seriamente la necesidad de aunar esfuerzos, compartir los conocimientos, experiencias y agruparse en redes estableciendo alianzas estratégicas para mejorar sus posibilidades de defender o incluso aumentar su permanencia en el mercado. El apoyo gubernamental para la integración de tecnologías de información a las PYMEs no es sólo un esfuerzo del gobierno de Chile, sino que está presente a través de planes de acción, particularmente en la Comunidad Europea (CE) y en los Estados Unidos de Norteamérica (E.E.U.U.).

Durante su mandato, el presidente Clinton propuso una agenda a través de la SBA (Small Business Administration) durante febrero del 2000, en la que se planteó como uno de los tres objetivos estratégicos, la modernización de la SBA e inversiones en TI. Los miembros de la Comunidad Europea (CE) adoptaron en Junio del 2000 el plan de acción eEurope 2002. El tercer objetivo del Plan de acción, "Estimular el uso de Internet" incluye una iniciativa para propiciar el paso de las PYMEs a la "fase digital". El objetivo perseguido está definido en el plan de acción de la siguiente forma: "Alentar a las PYME a que 'pasen a la fase digital' mediante actividades coordinadas de creación de redes para el intercambio de conocimientos sobre mejores prácticas, capacidad de llevar a cabo comercio electrónico y evaluación comparativa. Los 'centros de referencia' podrían ayudar a las PYME a introducir el comercio electrónico en su estrategia empresarial".

El Fondo Monetario Internacional reconoce que la inversión en Tecnologías de Información, al

menos en los últimos 10 años, han comenzado a producir resultados medibles en términos de aumento de la productividad en EEUU. La contribución más importante ha sido indirecta, detectada en factores intangibles y por lo tanto de difícil medición, tales como la estructura organizacional, las prácticas administrativas, la cultura corporativa, y otros factores blandos que afectan los negocios de manera profunda. Existe fuerte evidencia que la inversión en TI, especialmente en empresas con estructuras administrativas descentralizadas, incrementan la productividad en el corto plazo y permite mejoras en los procesos productivos en el largo plazo.

Conclusiones

Usando un modelo de regresión lineal paso a paso, ajustado, se pudo explicar sobre un 60% de la varianza en la expresión de voluntad de las PYMEs de Chile de conectarse a Internet mediante tres variables. El interés por conectarse depende del grado de interactividad que se pueda lograr, el grado de seguridad percibida al usar este medio (condicionada por la percepción de vulnerabilidad moderada por la edad) y el *locus* de control acerca de la seguridad. Se concluye que el aumento de la tasa de penetración de Internet en las PYMEs en Chile podría mejorar si se elabora y pone en práctica una estrategia que se haga cargo de esos tres factores.

La función encontrada es:

$$Y = 0.3X^1 + 0.6X^2 + 0.4X^3 + e^I$$

Modelo con coeficientes estandarizados

La variable explicativa X^1 (interactividad) representa la importancia que los empresarios de las PYMEs le asignan a posibilidad de personalizar la oferta de su negocio a través de Internet. En la medida que perciban que Internet les permitiría conectarse en forma más interactiva con sus clientes, esos empresarios aumentarían su disposición a usar Internet.

La segunda variable agregada al modelo, X^2 (seguridad), representa el grado de seguridad percibida que los encuestados le suponen a Internet. Esta está condicionada por la edad (personas mayores de 50 años). La gente mayor tiende a asociar un menor grado de seguridad al uso de Internet. Esto es importante, ya que quienes toman la decisión en la muchas de las empresas PYMEs del país tienden a pertenecer a ese grupo etéreo.

La última variable agregada al modelo, X^3 (*locus* de control de seguridad), es la asignación de responsabilidad por parte de los empresarios en las decisiones relativas a la seguridad asociada al uso de Internet. El estudio determinó que la percepción de los empresarios es que la responsabilidad de este tema recae fuera de su empresa. La función matemática ha sido simplificada y aproximada considerando su nivel de confiabilidad.

Hasta ahora, Internet se reduce a una tecnología que habilita la publicación de catálogos en línea y el envío de correos electrónicos. Aunque la red está presente en muchas de las empresas encuestadas, en su mayoría no la utilizan para hacer negocios, sino que es un complemento de sus sistemas tradicionales de comunicación. Del total de encuestados, sólo un 2,2% usa Internet para hacer negocios y se ha capacitado en este tema en particular. No se detectó diferencias significativas inter-sectoriales en la disposición a conectarse, aunque se discutió sobre este tema en forma extensa durante los grupos focales que antecedieron el trabajo cuantitativo.

Recomendaciones

Parte de la agenda de trabajo para aumentar la tasa de penetración de internet entre las PYMEs en Chile pasa por educar, comunicando y explicando el valor generado por la posibilidad técnicamente habilitada por Internet y

Servidor Internet para la PYME de la región

La firma INDEC Chile LTDA., propietaria del portal MUNDOPYME, procura desde el año pasado concretar el proyecto "Diseño e Implementación de un Servidor Internet de Apoyo a la Gestión de la PYME Nacional y Latinoamericana", la cual, con una inversión foránea estimada aproximadamente en un millón de dólares, incorporaría, según proyecciones de la compañía en un período de ejecución de 2 años, a cinco mil pequeños y medianos empresarios a una red de apoyo a la gestión empresarial orientada a la comercialización electrónica de productos y servicios industriales en la región.

El Gerente del Proyecto, Roberto Rubilar Figueroa, especificó, en el texto de la iniciativa, que "el comercio electrónico de productos y servicios industriales ofertados por la PYME no posee actualmente un proyecto INTERNET que cubra integralmente sus necesidades. Sólo se observa, oferta de productos y servicios industriales por medio de Internet de grandes empresas multinacionales".

En la actualidad, existen algunos portales dedicados a las empresas en general, los cuales únicamente ofrecen espacio para intercambio de opiniones y acceso a información general sobre la actividad empresarial, "pero ninguno de ellos posee aplicaciones Internet que permita en forma electrónica ventas asociativas con el apoyo de profesionales que prestan asesorías de integración y complementación industrial, más servicios de inspección y control de calidad para cumplir cabalmente con los requerimientos de los demandantes de productos y servicios industriales proporcionados por las PYME's asociadas al servidor considerado en el presente proyecto".

La misión del proyecto es brindar servicios Internet a Pequeñas y Medianas empresas nacionales y latinoamericanas que "requieran promover y realizar actividades comerciales por medios electrónicos y tradicionales, intercambiando información sobre productos y servicios, capacidades productivas y tecnologías disponibles". Además contempla "promover la asociatividad para comprar materiales e insumos con precios más convenientes por mayores volúmenes y complementar e integrar ofertas de productos y servicios para satisfacer demandas de grandes empresas multinacionales".

A juicio de Rubilar Figueroa, "el segmento PYME posee un lento desarrollo empresarial y enfrenta un permanente riesgo de cierre del negocio, por su bajo nivel operativo, alta capacidad instalada ociosa, obsolescencia tecnológica y desconocimiento del mercado nacional y regional. Para superar esta crítica realidad se debe apoyar a la PYME con proyectos asociativos de respuesta en línea como nuestro proyecto".

Orientado al mercado nacional, latinoamericano y mundial de productos y servicios industriales simples y de mediana complejidad tecnológica, este proyecto está dirigido principalmente a aquellas PYMEs manufactureras

y las empresas de Ingeniería, Montajes y Construcción que operan en la actualidad en Chile y otros países de la región.

De acuerdo a INDEC CHILE, "en el mediano plazo se espera que las demandas por servicio de comercio electrónico de la PYME aumente exponencialmente, en la medida que este segmento de empresas tenga capacidad de asociarse e integrarse a proyectos como el presentado en esta oportunidad, que cuenten con el apoyo profesional respectivo, tanto en el ámbito de tecnología Internet como así también capacidad de apoyo técnico, operacional y comercial a las empresas asociadas".

Esta iniciativa se orientaría preferentemente a captar PYMEs que sean líderes en innovación y transferencia de tecnología, que reconozcan la importancia de los cambios tecnológicos, empresariales y sociales que originará en el mediano plazo la red mundial Internet. "Junto a la generación de 5000 clientes reales en un plazo de 2 años, se generará un flujo estimado de 25.000 a 40.000 visitas mensuales al Portal MUNDOPYME, de pequeñas y medianas empresas nacionales y latinoamericanas".

Según pronósticos de la firma, la PYME chilena puede en el mediano plazo, y a través de proyectos asociativos y utilizando comercio electrónico, incrementar "su participación en exportaciones de un 7% actual (US \$ 1.000.000.000) a un 20% de las exportaciones que debiera reportar Chile en 5 años plazos, lo que constituyen US \$ 4.000.000.000 de un total estimado de exportaciones nacionales de US\$ 20.000.000.000 en el año 2005".

Bondades del proyecto

Los productos y servicios, que proporcionará el Proyecto INTERNET, son los siguientes:

- * Promoción y difusión de información técnica, económica y comercial relacionado con la PYME nacional y latinoamericana.
- * Servicios de conexión a Internet y de correo electrónico.
- * Servicios de desarrollo, publicación y mantención de Páginas WEB.
- * Servicios de asesoría profesional para la compra asociativa de materias primas e insumos con acceso a descuentos de precios por mayores volúmenes de compras.
- * Servicios de asesoría profesional para la venta asociativa de productos y servicios industriales, requeridos por grandes empresas nacionales y latinoamericanas.
- * Servicios profesionales de inspección y control de calidad en proyectos de venta asociativa.
- * Publicación y edición a nivel nacional y regional de directorio de empresas denominado GUIA MUNDO PYME, que agrupará por rubros de producción las empresas nacionales y regionales, cuyos antecedentes se han incorporado a las bases de datos del proyecto INTERNET.

- * Promoción y comercialización entre asociados y visitantes de servicios de seguros, previsionales, prevención de riesgos y capacitación y productos de software y hardware computacionales a través de convenios con proveedores.
- * Otorgamiento de crédito de emergencia en base a un sistema de ahorro voluntario del 1% de las ventas de cada empresa participante.

Las ventajas competitivas

El proyecto INTERNET presentado en esta oportunidad es exclusivo en su oferta de servicios y se diferencia de otros portales y servidores por las siguientes razones:

- * Es un Servidor Internet orientado a la PYME nacional y latinoamericana.
- * Proporciona servicios de conexión a Internet, de correo electrónico y hospedaje de sitios WEB.
- * Ofrece por medio de un equipo multidisciplinario desarrollo de Páginas WEB de Promoción y Comercialización de productos y servicios industriales de acuerdo a características de las PYMEs.
- * Presenta una oferta electrónica de productos finales, intermedios y de uso industrial, con calidad garantizada por INDEC CHILE LTDA. y con logística de Distribución a cargo de especialistas en la materia.
- * Fomenta la asociatividad de pequeñas y medianas empresas e integra ofertas individuales para responder requerimientos de grandes demandantes nacionales y extranjeros.
- * Dispone para el objetivo anterior de un sistema de calificación técnica y financiera de las empresas asociadas, que permite conocer capacidades técnicas de equipos y procesos, como así también de especificaciones técnica de productos finales e intermedios que cada empresa puede fabricar.

De igual modo, el proyecto analizado permitiría crear una comunidad de 5000 empresas que formarán una red Internet para presentar una oferta electrónica de productos y servicios industriales. Este objetivo se logrará promoviendo la asociatividad de pequeñas y medianas empresas, integrando ofertas individuales para responder requerimientos de grandes demandantes nacionales y extranjeros. La comunidad generada tendrá las siguientes características:

- * Acceso de servicios exclusivos de conexión Internet, correo electrónico y desarrollo y publicación de páginas WEB.
- * Acceso a equipos computacionales modernos para reemplazar equipos obsoletos y sistemas de información administrativo diseñados de acuerdo a características de las PYMEs.
- * Acceso directo a sistema de integración de ofertas individuales para responder a grandes demandas de productos y servicios.
- * Acceso a asesorías especializadas de apoyo a la gestión de las empresas, transferencia de tecnología y apoyo profesional, técnico, operativo y financiero en general.
- * Acceso a subsidios de la CORFO para cofinanciar las prestaciones indicadas anteriormente.

Estrategia futura

La estrategia comercial de mediano plazo que se pretende aplicar, consiste básicamente en captar en un plazo de dos años 5000 empresas nacionales que se integran al proyecto. La captación de las empresas participantes del proyecto se hará por medio de la promoción de servicios profesionales de desarrollo y publicación de Páginas WEB con un Subsidio de la CORFO, denominado FAT - PYME (Fondo de Asistencia Técnica para la pequeña y mediana empresa), para las primeras 500 (quinientas) empresas captadas por el proyecto.

“Dicho subsidio, es en realidad un cofinanciamiento del Estado para la PYME chilena, en el cual CORFO cofinancia el 60% del servicio y el empresario aporta el 40% restante del presupuesto... Por lo tanto, contando con una masa crítica de 5000 empresas se puede mantener y desarrollar el proyecto de ventas asociativas tanto dentro del país, como así también a nivel latinoamericano, apoyándose el proyecto con servicios profesionales de control de calidad, de asignación de cargas de trabajos entre las empresas asociadas y de planificación y control de producción que permita cumplir adecuadamente las ventas en cantidad, calidad y fechas comprometidas”, se explica en el documento del proyecto.

INDEC CHILE

El proyecto presentado en esta oportunidad tiene su origen en la empresa consultora INDEC CHILE LTDA., de la cual el Emprendedor es socio mayoritario y Gerente General. A la fecha el proyecto ha ido avanzando en su implementación con recursos propios de INDEC CHILE, lográndose al día de hoy diseñar e implementar al Portal especializado denominado MUNDOPYME (www.mundopyme.cl), a través del cual se han desarrollado con subsidio FAT-PYME de la CORFO 50 páginas WEB que están publicadas en un sitio arrendado a ENTEL CHILE. De igual modo, el portal cuenta en la actualidad con 340 links asociados a organizaciones empresariales chilenas.

INDEC CHILE LTDA. (www.indec.cl) es una Sociedad de Responsabilidad Limitada constituida en Septiembre de 1979 por destacados profesionales de la disciplina de Ingeniería con amplia experiencia académica e industrial.

Los objetivos de INDEC CHILE LTDA. son prestar servicios de Asesorías de Empresas, Desarrollo y Ejecución de Proyectos de Ingeniería y Capacitación Profesional. De esta forma se pretende proporcionar un servicio integral de alto nivel que permita a las empresas racionalizar y optimizar sus procedimientos administrativos y

procesos productivos, como así también capacitar y desarrollar convenientemente el recurso humano que constituye la organización. Los Servicios de Asesorías, Proyectos y Capacitación que ofrece INDEC CHILE LTDA., cubre las siguientes especialidades: Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industrial, Consultoría en Gestión Empresarial, Computación e Informática Ingeniería General, Gestión Ambiental.

Para obtener más información, sírvase dirigirse a:
Roberto Rubilar Figueroa
Director Ejecutivo
Portal MUNDOPYME
<http://www.mundopyme.cl/>
E-mail: mundopyme@entelchile.net

Determinantes, viene de la página 3

generar una relación más interactiva entre las empresas y sus clientes y proveedores.

Además, el modelo encontrado sugiere diseñar y poner en práctica un plan de acción que aumente la seguridad percibida al usar Internet, tal vez con material específico dirigido especialmente a los empresarios mayores. Parte de ese material debe comunicar en forma efectiva los progresos que se están alcanzando, tanto a nivel internacional como en Chile, para dotar a la red de un ambiente seguro para los usuarios de esta tecnología.

Tomando como punto de partida este estudio, se establece que la hay una tendencia a suponer que el control sobre las decisiones que afectan la seguridad de Internet es más bien externo a la empresa. Dado que el *locus* de seguridad es externo, se sugiere generar un ambiente social que favorezca la combinación de elementos de control interno y externo. Esto sugiere emprender acciones para fortalecer, en las PYMEs, la aceptación de que hay una gran dosis de responsabilidad interna en la generación de un ambiente seguro para trabajar en Internet. Con esta medida, se podría alcanzar un punto de equilibrio de tal forma que la efectividad y los costos de implementación sean compartidos y asumidos por ambas partes, lo que ayudaría a generar un tejido social de cooperación.

Para obtener más información sobre programas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Diego Portales de Chile, sírvase dirigirse a:

Dr. Nelson Stevenson P.
E-mail: nelson.stevenson@udp.cl

Ensayos y Artículos en la Biblioteca PYME
en el sitio de Web Foro PYME

<http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/>

Determinantes de la Tasa de Penetración de Internet en las PYMEs de Chile escrito por J.C. Muñoz Latorre, C. Rojas Arancibia y B. Vizcarra Barahona, Chile, 2001.

Comunicación en Empresas Pymes Familiares escrito por Rosana Fracz y Sandra Zapatero, Z&Z Gestión de Recursos Humanos, Argentina. Diciembre 2001.

El Fenómeno de la Doctrina del Emprededorismo y la Incubación de Empresas - Creando Riquezas escrito por Emanuel Ferreira Leite, Universidad Católica de Pernanbuco, Brazil. Diciembre 2001.

Building Regional Management Training Programs in Latin America escrito por Gerald A. McDermott, The Wharton School, University of Pennsylvania. Marzo 2001.

Lineamientos de política tecnológica para la Pequeña y Mediana Empresa en Colombia escrito por Luis Alejandro Bernal B., Consultor. Noviembre 1999.

"Entrepreneur Workshop" Methodology. A new way of teaching escrito por Fernando Dolabela, profesor de la Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil. Enero 2001.

Os três aspectos fundamentais do planejamento empresarial escrito por Paulo Rocha, Professor de Fundação Dom Cabral, Brasil. Diciembre 2000.

Herdeiros e herdeiras escrito por Volnei Pereira Garcia, Director de grupo PAEX de Rio Grande do Sul, Brasil. Noviembre 2000.

Gestão da Empresa Familiar - os Fundadores escrito por Volnei Pereira Garcia, Director de grupo PAEX de Rio Grande do Sul, Brasil. Octubre 2000.

Redesenho e gerenciamento de processos escrito por Paulo Rocha, Professor de Fundação Dom Cabral, Brasil. Octubre 2000.

La Reinención del Federalismo: Governance de los Experimentos Institucionales Descentralizados en América Latina escrito por Gerald A. McDermott, The Wharton School, University of Pennsylvania. Marzo 2000.

Alternativas del Desarrollo Empresarial para la Pequeña y Mediana Empresa en Colombia escrito por Gonzalo León Maya Agudel, Universidad de Medellín, Colombia.

Consultoría y capacitación en las PYMES: el caso argentino escrito por Pablo Angelelli, Gabriel Yoguel y Francisco Gatto, proyecto de FUNDES ARGENTINA. Enero 1999.

La demanda de recursos humanos en las pymes argentinas: calificaciones y competencias escrito por Rodrigo Rabetino y Sonia Roitter, proyecto de FUNDES ARGENTINA. Enero 1999

Clustering: joint learning experience escrito por Clemente Ruiz Durán, Universidad Autónoma de México. Junio 1998.

Subcontracting Networks: Industrial Learning In Mexico escrito por Clemente Ruiz Durán, Universidad Autónoma de Mexico. Junio 1998.

Innovación y Exportación. La soledad de las Pyme escrito por Hernan E.Rocha, Andrea B. Barría and Eduardo A. Quevedo de la Univerisidad Austral de Chile. Enero 1997.