



Caracterización del uso de internet en los emprendedores chilenos

Análisis a partir de los resultados de la Segunda Encuesta Longitudinal de Empresas

División de Estudios
Agosto 2012

Resumen: El informe entrega una caracterización del uso de internet y sus servicios en las empresas chilenas. El análisis se basa en los resultados de la Segunda Encuesta Longitudinal de Empresas con datos al año 2011.

Resumen Ejecutivo

El presente documento entrega una caracterización sobre el uso de las tecnologías de información, particularmente sobre uso de internet en las empresas. Para esto, se utilizan los resultados de la segunda Encuesta Longitudinal de Empresas 2011. La encuesta considera empresas formales con ventas anuales sobre 800 UF. A partir del análisis, se destacan los siguientes resultados:

- **66% de las empresas tienen conexión a internet:** Esto varía por tamaño desde un 53% en las micro hasta un 98% en las grandes.
- **75% de las empresas son usuarias de internet:** Aunque no todas poseen conexión, un 65% de las micro y un 81% de las pequeñas son usuarias. En las medianas y grandes no varía respecto de quienes tienen conexión.
- **Casi todos tienen mail:** El 94% de las empresas usuarias envían y reciben correos electrónicos relacionados al negocio. Otros usos destacados son realizar trámites bancarios con un 62% y buscar información sobre productos con un 56%.
- **Pocas páginas web:** Un 19% de las empresas tiene página web, lo que varía entre un 9% en las micro a un 75% en las grandes.
- **Solo información y contacto:** Un 98% de las páginas de empresas entrega información de los productos y un 70% permite contactos con la empresa. Otros servicios como ventas en línea no superan el 11%.
- **1 de cada 10 realiza comercio electrónico:** Un 11% de las empresas ha tenido comercio electrónico.
- **Medianas y Grandes duplican en comercio electrónico:** Un 19% de las medianas y un 18% de las grandes han comprado o vendido por internet, mientras que en las micro es un 8%.
- **Programa Emprendimiento Digital:** Sercotec capacitará a 8.000 emprendedores en comercio electrónico durante el 2012. El curso busca potenciar el uso de herramientas que proveen internet y facilitar la comercialización e integración a mercados. El programa es gratuito para los emprendedores y cuenta con la cooperación de BancoEstado Microempresas y Correos de Chile.

Diagrama del uso de internet en las empresas



Fuente: ELE 2011, elaboración propia.

1. Introducción

El uso de tecnologías de información otorga varios beneficios directos a las empresas y a sus clientes. En particular, este estudio realiza un análisis del uso de internet por parte de las empresas, de los servicios que utilizan y las relaciones que generan por medios virtuales.

Lo anterior, se realiza a partir de los resultados de la Segunda Encuesta Longitudinal de Empresas, caracterizando a las empresas en cuanto a las distintas variables que describen el uso de internet por tamaño de empresas. La encuesta considera empresas formales (con inicio de actividades en el Servicio de Impuestos Internos) con ventas anuales sobre 800 UF. Los cuatro tamaños se definen en base a la ley 20.416 de Estatuto Pyme¹.

2. Empresas con conexión a internet

La encuesta muestra que un 66% de las empresas poseen internet. Al analizar por tamaño, se observa que en el caso de las microempresas un 53% tienen internet, en las pequeñas es un 74%, en las medianas un 95% y en las grandes un 98%.

Tabla 1: Empresas con conexión a internet según tamaño

Tamaño de empresa	Si	No	Total
Micro	53%	47%	100%
Pequeña	74%	26%	100%
Mediana	95%	5%	100%
Grande	98%	2%	100%
Total	66%	34%	100%

Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

3. Empresas usuarias de internet

Un 75% de las empresas consideradas son usuarias de internet, siendo mayor al porcentaje de empresas con conexión a internet porque una empresa puede utilizar internet a través de una conexión externa como podría ser un cibercafé o en una biblioteca pública.

Por tamaño de empresa se observa que un 65% de las microempresas son usuarias de internet, un 81% de las pequeñas, un 97% de las medianas y un 98% de las grandes.

En esto se distingue que las empresas más pequeñas, pese a ser usuarias no siempre tienen conexión propia, lo que les impide aprovechar del todo las oportunidades que ofrece internet.

¹ Micro: 0 a 2.400 UF; Pequeña 2.400 a 25.000 UF; Mediana: 25.000 a 100.000UF; Grande: más de 100.000UF.



Tabla 2: Empresas usuarias de internet según tamaño

Tamaño de empresa	Si	No	Total
Micro	65%	35%	100%
Pequeña	81%	19%	100%
Mediana	97%	3%	100%
Grande	98%	2%	100%
Total	75%	25%	100%

Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

4. Usos de internet

La actividad que más realizan las empresas por internet es enviar y recibir correos electrónicos en un 94% de las empresas usuarias, lo que no varía según tamaño. Un 62% de las empresas realiza trámites bancarios, con un 91% en las empresas grandes y un 51% de las microempresas. El tercer uso que más se le da a internet es obtener información de bienes y servicios con un 56% de las empresas, donde las grandes realizan este uso en un 81% y las micro en un 49%.

Tabla 3: Uso de internet por empresas según tamaño

Uso de internet	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Enviar y Recibir Correos Electrónicos	92%	94%	98%	99%	94%
Servicio Telefónico IP video conferencia	7%	8%	18%	37%	10%
Uso de Mensajería Instantánea	17%	25%	34%	48%	24%
Obtener Información de Bienes y servicios	49%	57%	71%	81%	56%
Obtener Información del Gobierno	27%	36%	53%	68%	35%
Interactuar con Organismos del Gobierno	15%	20%	33%	51%	20%
Realizar Trámites Bancarios	51%	66%	82%	91%	62%
Acceso a otros servicios financieros	19%	29%	50%	66%	28%
Comprar bienes o servicios	18%	26%	34%	42%	24%
Reclutamiento de Personal	6%	12%	24%	46%	12%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

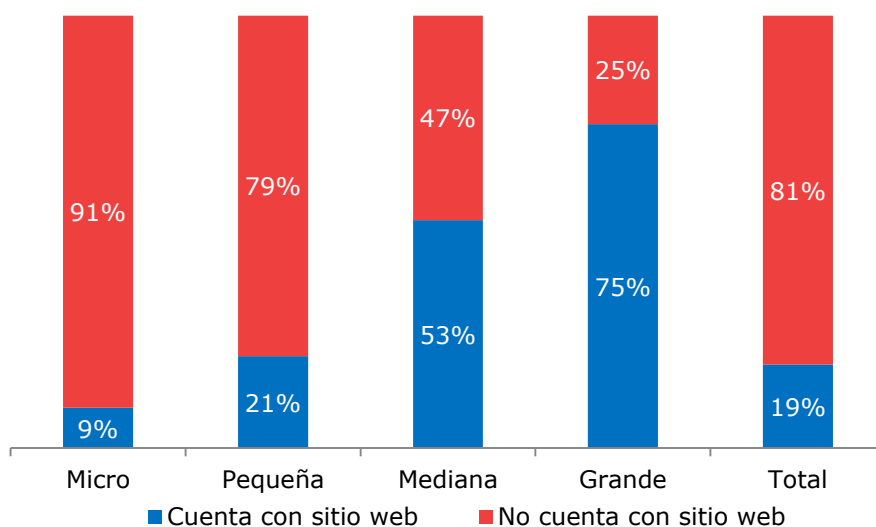
Lo anterior, es muestra de que aun teniendo acceso a internet y realizando algunos usos básicos como enviar y recibir correos electrónicos, las empresas de menor tamaño tienen mayores dificultades para realizar otras actividades en línea y aprovechar las oportunidades que ofrece internet para mejorar su integración a los mercados y a la comercialización.

5. Página web

Las empresas que cuentan con página web son un 19% del total. En esta variable se observan marcadas diferencias por tamaño, ya que tiene página web un 9% de las micro, un 21% de las pequeñas, un 53% de las medianas y un 75% de las grandes.

Esto vuelve a ser señal del dispar uso y aprovechamiento de internet que se da entre las empresas.

Gráfico 1: Empresas con sitio web según tamaño



Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

Analizando los contenidos de las páginas web de las empresas, prácticamente la totalidad entrega información de la empresa, sus productos y servicios. Además, un 70% permite contactarse con la empresa entre otros aspectos.

Tabla 4: Información y servicios prestados en página web según tamaño de empresa

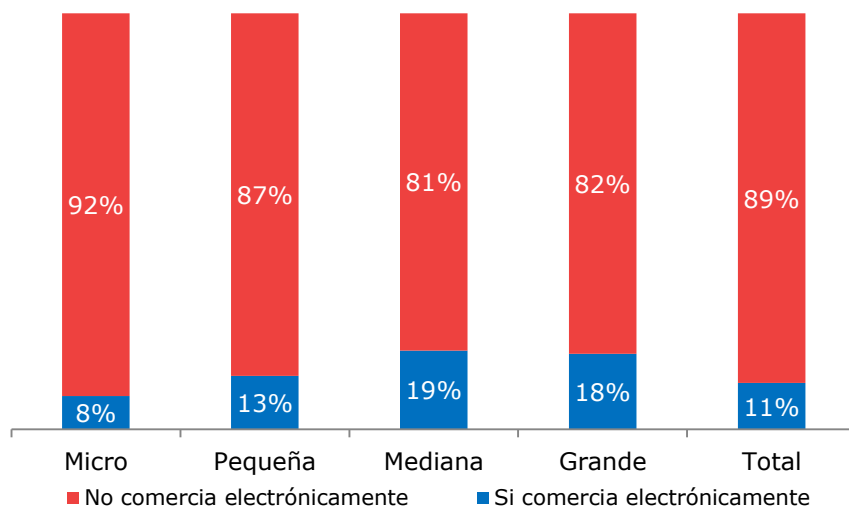
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Detalles de la empresa y productos	99%	97%	98%	99%	98%
Permite contacto	65%	70%	74%	78%	70%
Permite ventas en línea	8%	12%	10%	13%	11%
Permite pagar en línea	4%	3%	6%	7%	4%
Informa sobre cuenta o facturación	2%	3%	5%	10%	4%
Permite personalizar página	7%	4%	4%	4%	4%
Permite seguimiento de compras o ventas	4%	2%	5%	6%	4%
Página para proveedores	2%	1%	3%	6%	2%
Otras	2%	1%	1%	1%	1%

Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

6. Comercio electrónico

Respecto al comercio electrónico, un 11% del total de empresas realizan comercio electrónico, lo que difiere según tamaño con cifras relativamente bajas. Un 18% de las empresas grandes tiene comercio electrónico, un 19% de las medianas, un 13% de las pequeñas y un 8% de las micro. Se considera que la empresa ha realizado comercio electrónico si compró o vendió por internet en una transacción con pago y se excluyen las órdenes emitidas por correo electrónico.

Gráfico 2: Empresas que realizan comercio electrónico



Fuente: Elaboración propia ELE 2011.

7. Programa de Emprendimiento Digital Sercotec

El Ministerio de Economía, a través de Sercotec, está impulsando el programa de Emprendimiento Digital con el fin de fomentar el uso del comercio electrónico en las empresas de menor tamaño.

El programa responde a la diferencia que se puede constatar en el uso de comercio electrónico por parte de las micro y pequeñas empresas en relación a las grandes empresas.

El objetivo principal de esta iniciativa gubernamental es capacitar a emprendedores, micro y pequeños empresarios en ventas y compras por Internet entregándoles los conocimientos necesarios para utilizar las principales plataformas de comercio electrónico disponibles en la red y comercializar a través de ellas.

La participación en el curso es 100% financiada por Sercotec y la oferta de cupos se ha ampliado a 8.000 emprendedores que se puedan capacitar en comercio electrónico en todo el país y en distintas áreas de negocios. Durante el año 2011 participaron 1.339 emprendedores en los cursos de Emprendimiento Digital de Sercotec, de esta forma se tiene un aumento de 6 veces en la oferta de capacitación en comercio electrónico.



Sercotec trabaja en colaboración con BancoEstado Microempresas y Correos de Chile, empresas públicas que prestan servicios claves para el desarrollo de estas actividades, como el medio de pago electrónico y el servicio de despacho. Para los participantes se dispondrá una tarjeta Visa internacional para recibir pagos por medio de PayPal y un descuento de 15% en el servicio de courier nacional.

8. Conclusiones

Aprovechar las nuevas tecnologías permite reducir los costos e integrarse a los mercados, ampliando las posibilidades de venta de los productos.

Particularmente, internet reduce costos de comunicación al permitir un contacto directo e instantáneo con proveedores y clientes, permite buscar información y cotizar en línea y permite manejar sistemas de información virtuales.

Además, existen diversas herramientas de comercialización con las que se puede llegar a los clientes en todo el mundo y obtener proveedores a los mejores precios.

Destacar, que dos tercios de las empresas tienen conexión a internet y que un 75% son usuarias. Además, un 19% de ellas tiene página web y un 11% realiza comercio electrónico.

Acortar las brechas tecnológicas es fundamental para dar un salto productivo en el país y para aumentar la competitividad de las empresas de menor tamaño. En respuesta a este desafío, el programa Emprendimiento Digital de Sercotec pretende capacitar a 8.000 emprendedores en todo el país de forma gratuita durante este año, aumentando en 6 veces los emprendedores capacitados el 2012 en relación al 2011.

Ficha Técnica de la Encuesta Longitudinal de Empresas 2011

Tipo encuesta	Doblemente estratificada a nivel de tamaño y sector de actividad económica. Censo de 316 grandes empresas con peso significativamente alto.
Formato	No presencial. Envío de cuestionarios en forma física o electrónica a las empresas. Chequeo aleatorio de la información.
Alcance	Nacional
Fecha encuesta	Tres primeros trimestres 2011.
Periodo expansión	Directorio de empresas INE y SII, año contable 2009.
Población objetivo	249.793 empresas con ventas anuales superiores a 800 UF.
N° de encuestas	7.062
Error muestral	1,18%
Nivel de confianza	95%
Empresa encuestadora	Instituto Nacional de Estadísticas

Fuente: Ministerio de Economía, Metodología Muestral Encuesta Longitudinal de Empresas.

La encuesta se enfoca en empresas que desarrollan su actividad de manera formal, teniendo como concepto de formalidad el contar con inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos.

El Marco Muestral de esta encuesta está compuesto de dos partes:

- La primera corresponde a un 37,8% de empresas encuestadas en la primera versión de la ELE, que para el año 2009 continuaban en los directorios del INE y el SII, siendo reencuestadas. Dichas empresas constituyen la parte datos de panel de la encuesta.
- La segunda corresponde al 62,2% restante que fue encuestado por primera vez y proviene de los directorios del INE y el SII del año 2009.

A partir del marco muestral anterior, se construyó una muestra de 7.062 empresas de las cuales 2.667 corresponden al tramo panel y 4.395 a la muestra nueva.