



Banco Estado



Primera Encuesta de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

Boletín Informativo del Instituto Nacional de Estadísticas

enero de 2002

Resultados de Encuesta de Coyuntura

- Durante el primer semestre de 2001, las ventas nominales de las micro, pequeñas y medianas empresas aumentaron en 2,9% respecto a igual período del 2000.

Con el objetivo de conocer el mundo de las Pequeñas y Medianas empresas, el Instituto Nacional de Estadísticas, INE, a través de un convenio con la Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, inició en 1999, un estudio que abarcó dos encuestas con carácter experimental.

En el año 2001, la CORFO, el INE y el Banco Estado acordaron ampliar el programa inicial de investigación sobre las PYMES e incorporaron el grupo de micro-empresas. La primera encuesta con este universo se levantó en los meses de julio, agosto y parte de septiembre de 2001 y tuvo como objetivo obtener información coyuntural sobre la actividad de estos grupos de empresas.

La investigación realizada incluyó los sectores Minería, Industria, Servicios de Electricidad, Gas y Agua (E.G.A.), Construcción y Servicios Comerciales y de Transporte. No consideró, en cambio, los sectores Agrícolas, Financiero ni los Servicios Comunales, Sociales y Personales.

Se incluyeron la totalidad de las PYMES y las micro-empresas con más de

600 UF de ventas anuales. Estas alcanzan aproximadamente a 80 mil. De este modo, el universo en estudio se compuso de 140 mil empresas.

Ventas

El principal indicador de la Encuesta es el valor de las ventas y tiene por objeto expresar el nivel de actividad de las empresas y su variación (sigue en la página 2)

El Mundo de las Mipymes

Número de Empresas, valor de las ventas (en miles de UF) y porcentaje en el total de ventas del 2000 por sectores económicos y según tamaño, correspondiente al universo del sector Mipymes considerado 1/

Sector 2/	Tamaño 3/ según Ventas	MICROS			PEQUEÑAS			MEDIANAS			TOTAL MIPYMES			
		Nº de Empresas	Ventas en 1.000 UF	% Ventas 4/ del Sector	Nº de Empresas	Ventas en 1.000 UF	% Ventas 4/ del Sector	Nº de Empresas	Ventas en 1.000 UF	% Ventas del Sector	Nº de Empresas	Ventas en 1.000 UF	% Ventas del Sector	% Ventas en el Total Nac.
Minería	340,0	425,8	5,8	389,0	3.103,9	42,5	79,0	3.780,7	51,7	808,0	7.310,4	100,0	1,5	
Industria	9.069,0	11.542,0	6,7	9.189,0	73.209,8	42,6	1.815,0	87.122,6	50,7	20.073,0	171.874,5	100,0	14,5	
E.G.A.	327,0	392,9	9,8	205,0	1.413,7	35,3	36,0	2.202,6	54,9	568,0	4.009,2	100,0	2,2	
Construcción	6.144,0	7.809,3	7,9	5.574,0	42.797,7	43,4	1.017,0	47.914,5	48,6	12.735,0	98.521,5	100,0	33,0	
C. Mayor	5.431,0	7.116,1	4,4	7.342,0	62.283,8	38,5	1.861,0	92.441,8	57,1	14.634,0	161.841,8	100,0	16,7	
C. Menor	40.102,0	48.022,1	16,2	20.022,0	136.276,1	45,9	2.390,0	112.519,6	37,9	62.514,0	296.817,8	100,0	37,8	
Restaurant	5.268,0	6.373,8	16,2	2.952,0	20.367,8	51,8	285,0	12.558,7	32,0	8.505,0	39.300,3	100,0	39,1	
Transporte	12.205,0	14.955,3	14,5	7.379,0	50.239,5	48,8	802,0	37.653,3	36,6	20.386,0	102.848,1	100,0	19,5	
Total	78.886,0	96.637,5	11,0	53.052,0	389.692,3	44,2	8.285,0	396.193,8	44,9	140.223,0	882.523,6	100,0	19,4	

1/ El número de empresas y los valores de venta de este cuadro corresponden a los de las declaraciones del I.V.A. al Servicio de Impuestos Internos y no a los de la encuesta.

2/ Los sectores corresponden al CIU Rev.2

3/ Los tamaños corresponden a los siguientes valores de Venta:

Micro-Empresa	600 UF	< x < 2.400 UF	Pequeña (G)	10.000 UF	< x < 25.000 UF	Medianas	50.000 UF	< x < 75.000 UF
Pequeñas (P)	2.400 UF	< x < 10.000 UF	Medianas (P)	25.000 UF	< x < 50.000 UF	Medianas (G)	75.000 UF	< x < 100.000 UF

4/ El porcentaje se refiere al valor de las ventas en el segmento sector - tamaño con respecto al total del sector MIPYMES correspondiente.

Fuente: Elaborado con la información del S.I.I sobre el número de empresas y ventas obtenidas de las declaraciones del I.V.A. del 2000.



Ventas (en miles de pesos) y variación (%) en el primer semestre del 2001 respecto al al primer semestre del 2000, por tamaño y sectores económicos

Sector	MICROS			PEQUEÑAS			MEDIANAS			TOTAL SECTOR MIPYMES		
	1° Sem 2000	1° Sem 2001	% Variac.	1° Sem 2000	1° Sem 2001	% Variac.	1° Sem 2000	1° Sem 2001	% Variac.	1° Sem 2000	1° Sem 2001	% Variac.
Minería	3.566.618,9	3.618.025,0	1,4	27.142.247,4	29.319.797,4	8,0	22.675.315,7	23.548.225,7	3,8	53.384.181,9	56.486.048,1	5,8
Industria	91.637.268,8	95.353.355,8	4,1	518.114.812,0	534.966.833,7	3,3	619.941.306,5	624.169.012,7	0,7	1.229.693.387,3	1.254.489.202,2	2,0
E.G.A.	3.467.736,0	3.693.990,0	6,5	12.939.298,6	14.313.349,2	10,6	17.661.744,6	19.682.939,1	11,4	34.068.779,2	37.690.278,4	10,6
Construcción	76.105.189,3	84.424.656,2	10,9	344.961.656,6	355.437.615,8	3,0	351.584.690,4	379.584.348,9	8,0	772.651.536,3	819.446.620,9	6,1
Comercio Mayor	62.894.814,5	68.647.501,3	9,1	517.139.759,2	501.484.488,8	-3,0	661.514.567,2	712.630.189,4	7,7	1.241.549.140,9	1.282.762.179,5	3,3
Comercio Menor	357.684.406,4	344.529.280,8	-3,7	1.120.736.045,8	1.144.763.096,2	2,1	750.521.316,9	791.938.010,8	5,5	2.228.941.769,1	2.281.230.387,8	2,3
Restaurant	53.520.090,1	57.087.377,0	6,7	185.357.945,8	192.051.501,8	3,6	95.756.144,7	92.040.806,1	-3,9	334.634.180,6	341.179.684,8	2,0
Transporte	128.357.093,0	117.992.671,1	-8,1	437.281.682,2	457.520.439,0	4,6	286.599.538,6	297.154.904,8	3,7	852.238.313,8	872.668.014,9	2,4
Total	777.233.217,0	775.346.857,0	-0,2	3.163.673.447,5	3.229.857.122,1	2,1	2.806.254.624,5	2.940.748.437,5	4,8	6.747.161.289,0	6.945.952.416,6	2,9

$$(\%) \text{ var.} = \left[\frac{\sum_i \text{ventas } i \text{ 2001}}{\sum_i \text{ventas } i \text{ 2000}} - 1 \right] \times 100 \quad i = 1,2,3... \text{ empresas de un segmento sector tamaño}$$

Importancia (%) de las empresas exportadoras en el total de empresas y del valor de exportación en el total de ventas en el primer semestre de 2000 y 2001 por tamaño 1/ y sectores económicos

Sector	MICROS 3/				PEQUEÑAS				MEDIANAS				TOTAL SECTOR MIPYMES			
	1° Sem. 2000		1° Sem. 2001		1° Sem. 2000		1° Sem. 2001		1° Sem. 2000		1° Sem. 2001		1° Sem. 2000		1° Sem. 2001	
	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.	% Emp. export.	% de Exportac.
Minería	—	—	11,3	—	3,2	0,2	2,2	0,4	6,2	1,1	3,1	0,4	3,7	0,6	6,1	0,4
Industria	—	—	3,9	—	2,0	0,8	2,3	0,4	16,4	5,3	15,9	4,9	4,4	3,3	4,2	2,8
E.G.A.	—	—	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Construcción	—	—	0,0	—	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	0,1	0,0	0,0	0,3	0,1	0,0	0,0
Comercio Mayor	—	—	9,8	—	10,7	7,3	12,1	7,5	19,3	9,8	20,1	14,0	12,4	8,7	12,2	11,3
Comercio Menor	—	—	3,3	—	1,8	1,5	2,4	1,5	1,0	0,0	2,3	0,1	1,7	0,9	3,0	0,9
Restaurant	—	—	2,9	—	3,1	1,7	3,1	1,7	20,2	6,6	20,2	7,0	4,6	3,4	3,5	3,4
Transporte	—	—	5,6	—	5,4	2,8	5,8	3,7	9,2	3,7	9,5	2,8	5,8	3,1	5,8	3,3
Total	—	—	3,9	—	3,4	2,4	4,0	2,4	10,2	4,1	10,4	4,9	4,4	3,2	4,3	3,6

1/ En cada segmento "sector-tamaño", el % se refiere al número de empresas exportadoras y al valor de sus exportaciones con respecto al número total de empresas y de las ventas de dicho segmento, respectivamente. Por ejemplo, en el caso de empresas pequeñas.

$$\left[\begin{array}{l} (\%) \text{ Empresas export.} = \left(\frac{\text{N}^\circ \text{ Empresas export. pequeñas}}{\text{N}^\circ \text{ Total de empresas pequeñas}} \right) \times 100 \\ \text{y} \\ (\%) \text{ Export.} = \left(\frac{\sum \text{valor de las exportaciones de empresas pequeñas}}{\sum \text{Ventas empresas pequeñas}} \right) \times 100 \end{array} \right] \text{ Para cada sector tamaño y semestre}$$

2/ Corresponde a exportaciones de paneles prefabricados.

3/ Las columnas sin valores corresponden a preguntas excluidas para la Micro-Empresa

4/ Incluye Micro-Empresa

con respecto al mismo semestre del año anterior.

La Encuesta muestra un ligero aumento de 2,9% del valor nominal de las ventas de las medianas, pequeñas y micro-empresas en el primer semestre del 2001 respecto al mismo período de 2000. Las empresas medianas aumentaron sus ventas nominales en 4,8%; las pequeñas subieron 2,1% mientras que las microempresas disminuyeron en un 0,2%.

Incluso, si se consideran las variaciones de precios del período, es probable que las ventas reales hayan disminuido o permanecido en el mismo nivel.

Exportaciones

El porcentaje de las ventas de las Mipymes dirigidas al mercado externo es bastante bajo. Sólo alrededor del 4,5% de las empresas exportaron y el valor exportado representó sólo alrededor del 3,5% de sus ventas totales. Existe, sin embargo, una diferencia importante entre las empresas medianas y las pequeñas ya que las primeras tienen una actividad exportadora dos veces superior a las pequeñas.

Desde otro punto de vista, las exportaciones de estas empresas representan cerca del 5% de las exportaciones chilenas y el 14% de las exportaciones no tradi-

cionales. Se advierte entonces una paradoja: las Mipymes son relativamente importantes para el Comercio Exterior, sobre todo para el sector no tradicional, pero el Comercio Exterior no es muy importante, por ahora, para el conjunto de las Mipymes.

Empleo y Ventas por Trabajador

El resultado general que muestra la investigación en materia de empleo en las Mipymes es una disminución en todos los tramos de tamaño y en todos los sectores económicos considerados, con la excepción de los servicios de

utilidad pública (Electricidad, Gas y Agua).

El grupo más afectado es el de la micro-empresa con una disminución de 5,8%. Esto es coherente con la posible disminución de las ventas reales. En tanto, el número de trabajadores por empresa disminuyó ligeramente en el sector de las pequeñas y medianas.

Las ventas nominales por trabajador aumentaron en las empresas de todos los tamaños y sectores económicos. El aumento fue de 5,2% para el total del grupo Mipymes. Esto sugiere que en términos reales los valores de ventas por trabajador se han mantenido o han aumentado ligeramente.

Remuneraciones

Las remuneraciones nominales han aumentado muy débilmente; sólo en 0,9% para la totalidad de las Mipymes y un máximo de 1,9% para el grupo de empresas pequeñas. Esto, junto a un eventual aumento o mantenimiento de las ventas reales por trabajador, indican que su costo salarial real ha disminuido aunque en un porcentaje más bien débil.

Empresas conectadas a Internet al 30.06.01 o que preveían hacerlo en el segundo semestre del 2001 por tamaño y sectores económicos

Sector	MICROS				PEQUEÑAS				MEDIANAS				TOTAL SECTOR MIPYMES			
	Conectadas		Por conectarse		Conectadas		Por conectarse		Conectadas		Por conectarse		Conectadas		Por conectarse	
	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/	N°	% 1/
Minería	27	8,1	16	4,8	146	37,6	45	11,5	44	60,8	2	3,1	218	27,2	63	7,9
Industria	1.321	14,6	528	5,8	3.098	33,7	1.134	12,3	1.163	64,1	200	11,0	5.582	27,8	1.862	9,3
E.G.A.	56	17,2	35	10,8	69	33,8	13	6,5	35	79,2	0	0,0	160	27,9	49	8,4
Construcción	1.955	31,8	279	4,6	2.969	53,3	525	9,4	783	77,0	66	6,5	5.707	44,8	871	6,8
Comercio Mayor	1.391	25,6	464	8,5	3.776	51,4	521	7,1	1.283	69,0	129	6,9	6.450	44,1	1.114	7,6
Comercio Menor	2.005	5,0	2.339	5,8	3.360	16,8	838	4,2	769	33,6	132	5,8	6.134	9,8	3.310	5,3
Restaurant	351	6,7	301	5,7	767	26,0	400	13,6	182	64,0	5	1,9	1.300	15,3	707	8,3
Transporte	1.921	15,7	904	7,4	2.711	36,7	653	8,8	600	76,3	58	7,4	5.232	25,7	1.615	7,9
Total	9.028	11,4	4.867	6,2	16.896	31,9	4.129	7,8	4.859	59,5	593	7,3	30.783	22,0	9.589	6,8

1/ El % se refiere a las empresas conectadas del segmento sector-tamaño con respecto al total del segmento.

$$(\% \text{ Empresas conectadas})_h = \left(\frac{\text{N}^\circ \text{ empresas conectadas}}{\text{N}^\circ \text{ empresas}} \right)_h \times 100$$

h = segmento sector-tamaño

$$(\% \text{ Empresas conectadas})_h = \left(\frac{\text{N}^\circ \text{ empresas por conectarse}}{\text{N}^\circ \text{ empresas}} \right)_h \times 100$$

Precios y Costos

Los productores de las Mipymes estiman que sus precios de venta se han mantenido o aumentado muy débilmente. Incluso en el caso de las micro-empresas habrían disminuido levemente. Escapa a esta situación el sector de Servicios de Utilidad Pública (E.G.A.) que acusa que aumentó 6,5%.

Por otra parte, los empresarios declaran que los precios de compra de sus insumos (materia prima, productos intermedios, servicios)

han aumentado en forma significativa en todos los sectores económicos y tamaños en montos que giran en torno del 7%. Según esta información, el sector Mipymes estaría sometido a un "efecto de tijeras" ya que sus costos en insumos aumentan con respecto al valor de sus ventas.

El menor costo salarial real pareciera insuficiente para compensar la disminución del margen por la causa anterior. A esta situación se agregan los costos financieros que son bastante eleva-

dos. No debe sorprender, en consecuencia, que se produzca una disminución general importante de las utilidades (o aumento de las pérdidas) en todos los tamaños y sectores del Universo Mipymes.

Conexiones a Internet

Las Mipymes, en su conjunto, declararon estar conectadas a Internet en un 22%, mientras que un 7% estaba por conectarse en el segundo semestre del año 2001.

Existe, sin embargo, una fuerte diferencia por tama-

ños. Las empresas medianas estaban conectadas en un 60% y había más de 7% por hacerlo. Dentro de las pequeñas, un 32% contaba con este adelanto y 8% preveía tenerlo. Sólo el 11,4% de las micro-empresas tenía Internet, mientras un 6% esperaba contar con ese servicio en el resto del año.

Los sectores con más altos porcentajes de conexión son la Construcción y el Comercio al por Mayor con 44,8 y 44,1% respectivamente. ●

Universo Empresarial

El universo de empresas de los sectores incluidos en esta encuesta era en el año 2000 cerca de 590 mil. De ese total, el grupo "sin ventas", es decir, con menos de 1 UF de ventas anuales, alcanzaba el 41% del total de las empresas. Las "micro-empresas" (1 a 2.400 UF de ventas anuales) representaban un 48% del total. El grupo conformado por las "empresas pequeñas" (2.400 a 25 mil UF de ventas anuales) alcanzaba el 9%. Las "empresas medianas" (25 mil a 100 mil UF de ventas anuales) sólo llegaban al 1,4% y las "empresas grandes" (más de 100 mil U.F. de ventas anuales) apenas alcanzaban al 0,7%.

Contrastan estas proporciones con las ventas realizadas por cada grupo. Así las grandes empresas realizaban el 80% de las ventas; las medianas, el 9%; las pequeñas, el 8%; y las micro empresas, sólo el 3% del total. ●

Universo Nacional de Empresas 1/ (2000) y Universo de los Conjuntos de Micro, Pequeñas, Medianas y Grandes Empresas

	EMPRESAS			VENTAS ANUALES		
	Cantidad	%	%	1.000 UF	%	UF/Empresas
Sin ventas	237.964,0	40,5	Excluidas	---	---	X < 1UF
Micro Empresa	283.856,0	48,3	81,2	134.800,7	3,0	474,9
PYMES	61.337,0	10,4	17,6	785.886,1	17,4	12.812,6
Grandes	4.195,0	0,7	1,2	3.599.512,9	79,6	858.048,4
Subtotal excl. S/ventas	349.388,0	59,5	100,0	4.520.199,7	100,0	12.937,5
Total	587.352,0	100,0	---	---	---	---

1/ Excluidos los sectores agrícola, financiero, servicios comunales, sociales y personales, y otros no bien especificados. Ver en el cuadro 2 los sectores económicos incluidos.

Los tres conjuntos considerados están definidos por tramos de valor de las ventas anuales del año 2000

Sin ventas	X < 1UF
Micro empresa	1 UF < X < 2.400 UF 2/
PYMES	2.400 UF < X < 100.000 UF
Grandes Empresas	100.000 UF < X

2/ El Universo para la Micro-Empresa en la encuesta corresponde sólo al tramo : 601 UF < X < 2400 UF
Fuente : Elaborado con la información del S.I.I. sobre el número de empresas y ventas

Situación de la Renegociación de las deudas del sector Mipymes 1/ por tamaño y sectores

Sector	MICROS			PEQUEÑAS			MEDIANAS			TOTAL SECTOR MIPYMES		
	% 2/ de empresas con:			% 2/ de empresas con:			% 2/ de empresas con:			% 2/ de empresas con:		
	Renegociación no iniciada	Renegociación en curso	Renegociación terminada	Renegociación no iniciada	Renegociación en curso	Renegociación terminada	Renegociación no iniciada	Renegociación en curso	Renegociación terminada	Renegociación no iniciada	Renegociación en curso	Renegociación terminada
Minería	29	50	21	39	49	12	39	50	11	36	49	15
Industria	29	61	10	52	35	13	32	60	8	40	49	11
E.G.A.	47	53	0	54	39	7	30	50	20	50	44	6
Construcción	36	55	9	46	42	13	49	41	10	42	47	11
Comercio Mayor	43	50	7	42	37	21	52	37	11	44	42	15
Comercio Menor	50	48	2	47	45	8	50	35	16	49	47	4
Restaurant	40	55	6	45	40	14	38	52	9	42	49	9
Transporte	33	57	10	41	48	11	66	26	8	38	52	11
Total	42	52	5	46	42	12	47	42	11	44	47	8

1/ Se consideran todas las instituciones comprometidas en el programa de renegociación.

2/ Los % se calculan del modo siguiente:

$$(\%)_{i,j,k} = \frac{N^{\circ}(\text{empresas})_{i,j,k}}{\sum_k (\text{empresas})_{i,j,k}} \times 100 \quad \left. \begin{array}{l} 1,2,3,\dots,i: \text{tamaño} \\ 1,2,3,\dots,j: \text{sector} \\ 1,2,3,\dots,k: \text{estado deuda} \end{array} \right\}$$

Situación Financiera de las Mipymes

La renegociación de las deudas de las Mipymes fue, sin duda, la medida más importante que se tomó el año 2001 en relación con estas empresas. En esta Encuesta se incorporó una pregunta destinada a examinar el avance del proceso al inicio del segundo semestre del año 2001.

Los resultados indican una situación más o menos parecida en los tres tamaños considerados pues un poco más del 50% de las empresas ha iniciado la renegociación aunque sólo la había terminado el 8%. Este último grupo incluye sólo al 5% de las microempresas y entre el 11 y 12% de los otros grupos. La mayor parte de las renegociaciones iniciadas, en consecuencia, se encontraba en trámite en los meses de julio y agosto del 2001.

Estos resultados pueden subestimar en cierta medida los porcentajes de renegociaciones terminadas y en curso debido a que un porcentaje de las empresas que no había iniciado el trámite no estaba interesada en hacerlo.

La importancia de la renegociación para las Mipymes se puede apreciar en el porcentaje de las ventas que representan los pagos por amortización, intereses, comisiones, y otros gastos ligados a la deuda.

En todos los tamaños ese gasto es prácticamente del 20% de las ventas. Sectorialmente, éste se eleva a un 25% en el caso de la Minería y del Transporte.

En el resto, es del orden del 20% o menos. Esta carga es considerable en cualquier circunstancia pero, sin duda, en una situación de estancamiento de la ventas, su pago regular pasa a ser prácticamente insostenible.

Al observar el grado de endeudamiento de las Mipymes respecto a su patrimonio se aprecia que éste es más bien bajo para las em-

presas pequeñas y un poco más importante para las medianas, pero en los dos casos es razonable y apenas un poco más importante que la carga semestral.

Resulta, en consecuencia, que el problema financiero principal de este grupo de empresas parece ser la estructura de plazos y de tasas de interés, y no el de un sobreendeudamiento.

Importancia (%) de los pagos de amortización, intereses, comisiones, etc. del total de deudas 1/ respecto a sus ventas del primer semestre del 2001 por tamaño y actividades económicas

Sector	TOTAL			
	MICROS	PEQUEÑAS	MEDIANAS	SECTOR MIPYMES
Minería	20,0	22,2	29,1	24,9
Industria	22,7	15,9	16,9	16,9
E.G.A.	5,2	26,9	15,7	18,9
Construcción	19,9	18,1	24,0	21,0
C. Mayor	20,5	23,0	21,9	22,2
C. Menor	19,0	14,9	15,5	15,7
Restaurant	22,1	16,3	16,0	17,2
Transporte	22,7	24,6	28,6	25,7
Total	20,4	18,2	19,9	19,2

1/ El total de deudas incluye las deudas al sistema de Previsión y al Servicio de Impuestos Internos. Considera la renegociación sólo si está terminada.

2/ La importancia (%) de cada segmento sector-tamaño se calcula del modo siguiente:

$$(\%) = \left(\sum_i (\%)_i \times \frac{\text{Ventas}(2001)_i}{\sum_i \text{Ventas}(2001)_i} \times 100 \right) i = \text{empresas del segmento sector tamaño considerado}$$

Director: Máximo Aguilera Reyes
Director Nacional del Instituto Nacional de Estadísticas.
Editora: María Olivia Mönckeberg Pardo.
Responsable Técnico: Alberto Martínez
Avenida Bulnes 418, Santiago, Chile
Correo electrónico: Inesdadm@reuna.cl
Dirección Internet: www.ine.cl