

Capítulo 30

Una radiografía de la empresa española en Chile

Por Carlos Poza Lara¹

Profesor Titular de Análisis Económico
Cátedra Nebrija Santander en Dirección Internacional de Empresas
Universidad Nebrija²

Introducción

La economía chilena ha experimentado una mejora de su estructura y coyuntura económicas tan importante en los últimos 20 años que no es de extrañar que su nombre aparezca en los rankings de los países más atractivos del mundo para invertir. Algunos ejemplos se pueden encontrar en el *Foreign Direct Investment (FDI) Confidence Index 2013*, elaborado por AT Kearney, o en el *Country's Attractiveness for FDI 2009*, publicado por IESE Business School. En ambos casos, Chile se sitúa entre los 25 países del mundo más propicios para invertir.

El desarrollo de su estructura económica se observa en la evolución y situación actual de algunos indicadores como el índice de libertad económica (2013) de *The Heritage Foundation*, donde aparece entre los 10 primeros países con mayor libertad económica de 177 economías del mundo; el índice de competitividad global (2013) del *World Economic Forum*, donde ocupa la posición 33 de 144 economías; o el índice de facilidad para hacer negocios (2013) del Banco Mundial, donde se sitúa en el lugar 34 de 189 países. En todos estos casos, el nivel se mantiene relativamente constante con respecto a años anteriores y se destaca la estabilidad institucional y la seguridad jurídica que ofrece este país frente a otras economías en alto crecimiento.

Por su parte, la mejora de la coyuntura económica chilena queda patente en los principales indicadores de "ambiente económico" utilizados en los informes-país. Según el FMI, la tasa de crecimiento media del PIB real entre 1993 y 2013 ha sido del 4,8%; la inflación ha pasado de tener dos dígitos allá por los años 90 a situarse

1 A mi madre (in memoriam), por haberme dado todo. Mamá, vives en mi corazón (DEP).

2 Mis agradecimientos al equipo de la Cátedra y, en especial, al Director, Gonzalo Solana, por su paciencia, implicación e interesantes aportaciones realizadas para el desarrollo de este trabajo.

en torno al 3% en 2013; la tasa de paro es prácticamente friccional y se sitúa en el 6,2% (2013), muy cercana al pleno empleo; el nivel de deuda pública con respecto al PIB no llega al 13% en 2013 —recuérdese que en América Latina y el Caribe es del 50,5%, en la Eurozona es del 95,7%, en Estados Unidos del 106% y en Japón del 241%, en ese mismo año. Como dato negativo, la balanza por cuenta corriente chilena lleva deteriorándose cinco años consecutivos y se espera que continúe así (según las previsiones de octubre de 2013 del FMI) hasta al menos 2018. Las altas tasas de crecimiento del consumo privado lo explican en parte, lo cual puede leerse a la vez como un dato positivo para la inversión extranjera y el comercio internacional.

Estas favorables cifras de la economía chilena han agitado el interés de la empresa española por este país en los últimos años. Así, por ejemplo, las exportaciones de España a Chile han pasado desde los 934 millones de dólares en 2008 a los 1.054 millones de dólares en 2011, lo que supone un crecimiento cercano al 13% en esos tres años (Cámara Oficial Española de Comercio de Chile, 2013). También la inversión extranjera directa (IED) de España en Chile entre 2009 y 2012 supuso el 12,9% de la IED total en Chile, lo que coloca a la economía española como el primer inversor en Chile en esos años, por delante incluso de Estados Unidos (10,5%) o Canadá (9,7%) (Banco Central de Chile, 2013).

De este modo, en línea con el mayor interés manifestado por la empresa española en el mercado chileno, el objetivo de este capítulo es ofrecer una síntesis de la experiencia de la empresa española que está implantada en Chile, de forma que se puedan identificar algunos rasgos comunes en sus procesos de internacionalización, que puedan resultar de interés para aquellas empresas que deseen instalarse en este mercado por primera vez. Como complemento, se hace una breve referencia a lo largo del texto del informe *Doing Business* (Banco Mundial) sobre la facilidad de hacer negocios en la economía chilena.

La metodología utilizada para obtener los resultados se basa en el análisis exploratorio de los datos, generados a través de un cuestionario diseñado por el Consejo Académico de la Cátedra Nebrija - Santander en Dirección Internacional de Empresas y enviado a numerosas empresas españolas con actividad habitual en Chile, c. Dicha encuesta se compone de cincuenta y una preguntas agrupadas en seis apartados: datos generales de la empresa, proceso de localización, actividad, resultados, estrategias de negocio y apoyo público-privado recibido.

Posteriormente, se realiza un análisis descriptivo de los datos, a través del cual se exponen los resultados extraídos de las experiencias de las empresas, siguiendo la estructura de la encuesta.

Experiencia de la empresa española en Chile

Datos generales de la empresa española implantada en Chile (ficha de empresa):

- *Año de constitución*³: Alrededor del 75% de las empresas españolas instaladas en Chile tienen una antigüedad superior a los 10 años. No obstante, que el mayor volumen de empresas españolas implantadas en Chile sean consolidadas, no es incompatible con que en los últimos dos lustros haya proliferado la vocación internacional hacia Chile de muchas compañías jóvenes a mayor ritmo que en décadas anteriores, como así muestran los datos tratados en este estudio.
- *Facturación y empleados*: En líneas generales, entre 2000 y 2012, se ha producido un crecimiento tanto de la facturación total como del número de empleados de la empresa española instalada en Chile. Sin embargo, se observan dos comportamientos según se analicen las cifras de la empresa de manera conjunta o sólo teniendo en cuenta el negocio en Chile. En el primer caso, datos globales, tanto la facturación como el número de empleados crece entre el 2000 y el 2012 pero el número de empleados lo hace a un ritmo bajo a partir de 2007. En el segundo caso, datos en Chile, no sólo se incrementa la facturación y el número de empleados entre 2000 y 2012 sino que las cifras a partir de 2007 mejoran a una tasa elevada, sobre todo, en el caso de la contratación de trabajadores. Esto pone de manifiesto que la coyuntura en Chile ha sido más favorable, en media, que en el resto de países en donde tienen presencia las empresas españolas.

El proceso de localización en Chile (entrada al mercado):

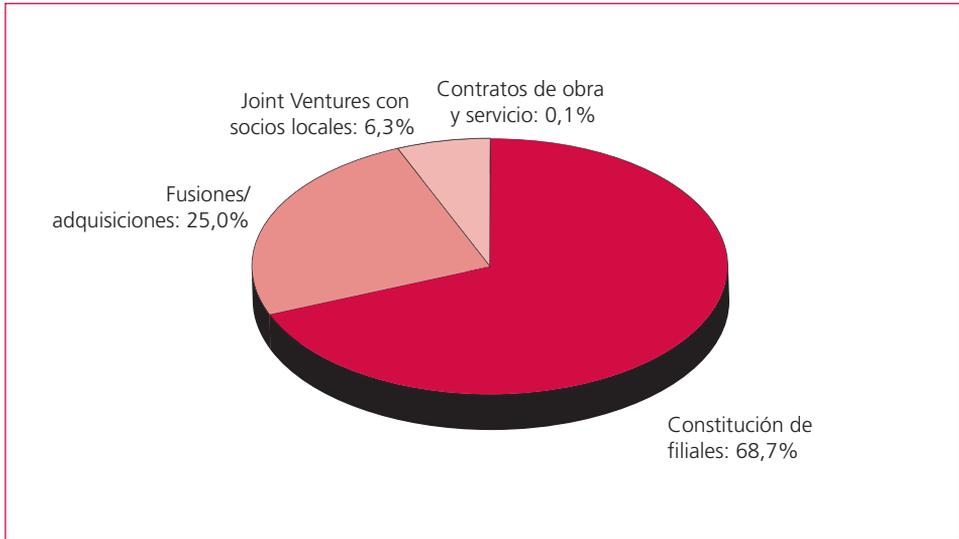
- *Cómo instalarse*: Las menores dificultades y barreras de entrada para implantarse en Chile en relación a los países de su categoría (Banco Mundial, 2013) hace que la mayoría de compañías españolas haya acudido a la fórmula de constitución de filiales (68,7%) y a las fusiones (25%). De manera marginal se utilizan las alianzas con socios locales (6,3%) y los contratos de obra y servicio (0,1%).

Este proceso de localización en Chile (donde la empresa es más propensa a ir sola que de la mano de un socio) difiere de los métodos utilizados en otros países emergentes, salvo en el caso de México. En China y Brasil, por ejemplo, es habitual el uso de *Joint Ventures* con socios locales (alrededor del 30% de las empresas españolas utilizan esa fórmula) para salvar las fuertes barreras de entrada. En China, por causas sobre todo culturales, legales e idiomáticas y, en Brasil, por la complejidad del sistema jurídico y tributario (Poza, Solana y Mateo, 2012).

En esta línea se pronuncia Llamazares (2008), cuando afirma que “Chile es la economía más estable y de menor riesgo de América Latina” y que “es el país latinoamericano con mayor influencia anglosajona a la hora de hacer negocios”.

3 Nótese que el año de constitución se refiere al origen de la empresa en España, no a la creación de la filial en Chile.

Gráfico 30.1 Fórmula de instalación productiva

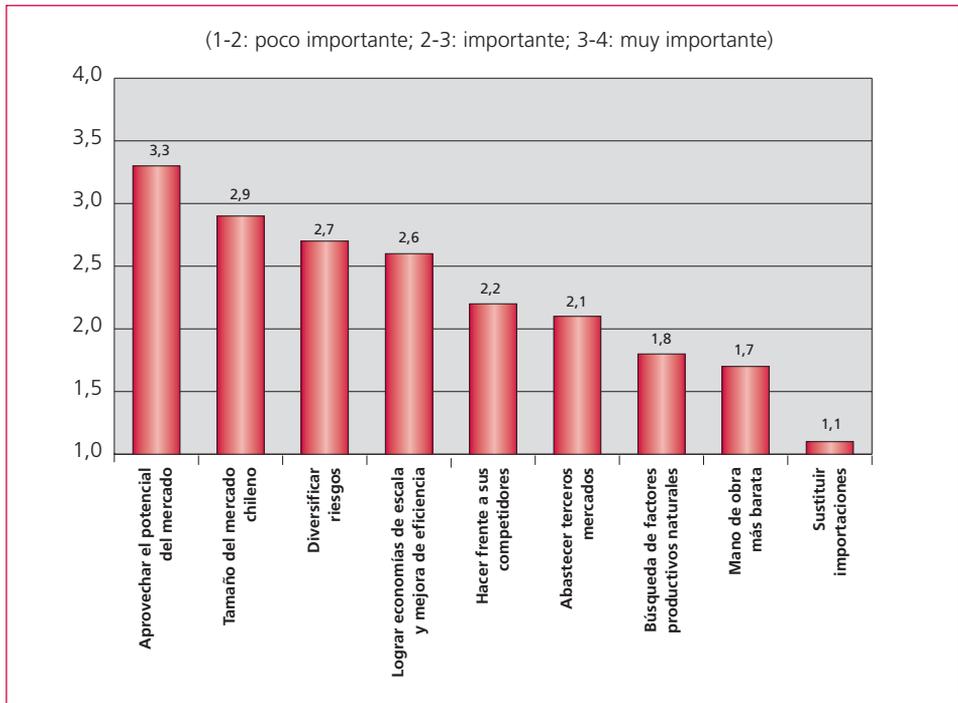


Fuente: elaboración propia.

- **Financiación:** La inmensa mayoría de las compañías españolas ha financiado su instalación principalmente con recursos propios (90,9% de las empresas). No obstante, algunas empresas —el 20% de ellas— han optado por la combinación con otras alternativas como la financiación privada chilena, la financiación bancaria española o la financiación del sector público español (línea ICO u otras).
- **Motivos para instalarse:** La razón principal por la que las empresas españolas deciden implantarse en Chile es por su potencial de mercado, no visto tanto como un mercado de gran tamaño (recuérdese que tiene alrededor de 17,5 millones de habitantes) sino como un mercado con alto poder adquisitivo en relación con los países de su entorno. Nótese que, según el FMI (2013), Chile está entre los tres primeros países de Latinoamérica y el Caribe con mayor renta per cápita medida en PPA y entre los dos primeros entre las economías en crecimiento (llamadas también mercados emergentes). Sirva como ejemplo: China, 9.143 dólares; Brasil, 12.340 dólares; y México, 15.931 dólares frente a los 19.474 dólares de Chile. Nuevamente se observan diferencias con los casos analizados en años anteriores por el equipo de la Cátedra. China, Brasil y México son mercados elegidos por las empresas españolas, principalmente, para aprovechar su potencial de mercado pero ligado al tamaño de su población. La diversificación de riesgos y lograr economías de escala se sitúan en la horquilla de “importante”. Por su parte, ni sustituir importaciones, ni buscar mano de obra más barata, ni aprovechar factores productivos naturales, son razones consideradas de relevancia para radicarse en Chile.

Gráfico 30.2

Motivos para la instalación



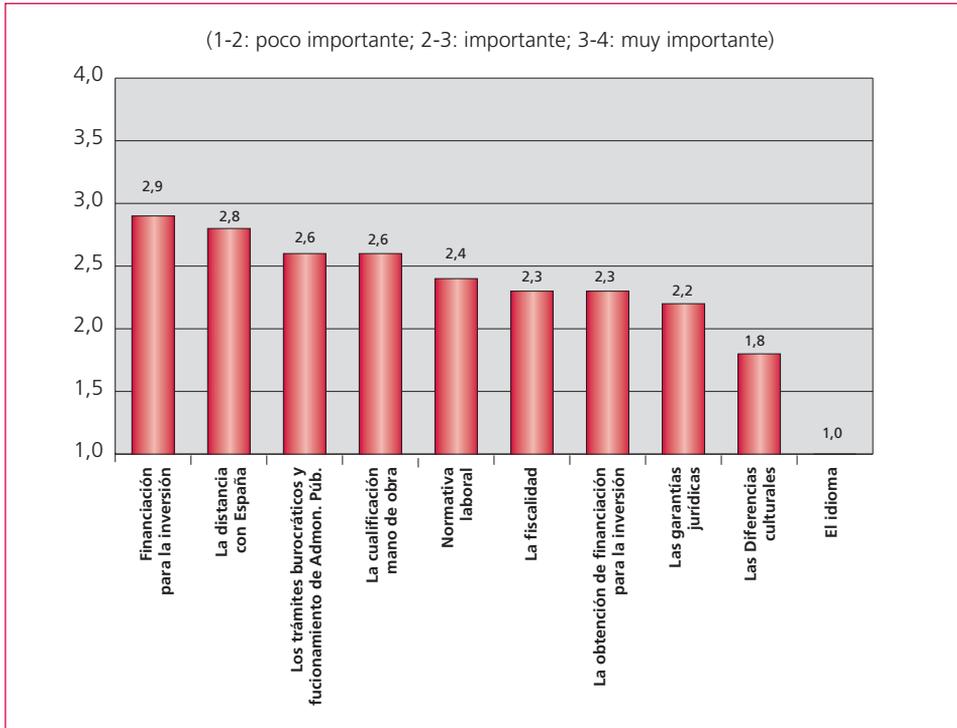
Fuente: elaboración propia.

- *Principales obstáculos en el proceso de instalación:* En general, las barreras de entrada declaradas por las empresas españolas para establecerse en Chile son, en media, inferiores a las manifestadas en los casos de China, Brasil y México (ver estudios anteriores 2008, 2010, 2012 y 2013).

Los principales obstáculos con los que se ha encontrado la empresa española en su proceso de instalación han sido la financiación para la inversión y la distancia con España. Los trámites burocráticos y el funcionamiento de la Administración Pública también se señalan como influyentes, sin embargo, en comparación con otras economías como la china, brasileña, mexicana o cualquier otro país latinoamericano, las trabas son inferiores. De hecho, Chile ocupa la primera posición en Latinoamérica y el Caribe en facilidad para hacer negocios, según el Banco Mundial (2013), y la 28 en todo el mundo en estabilidad y eficiencia institucional, según el *World Economic Forum* (2013).

Gráfico 30.3

Obstáculos encontrados en el proceso de instalación



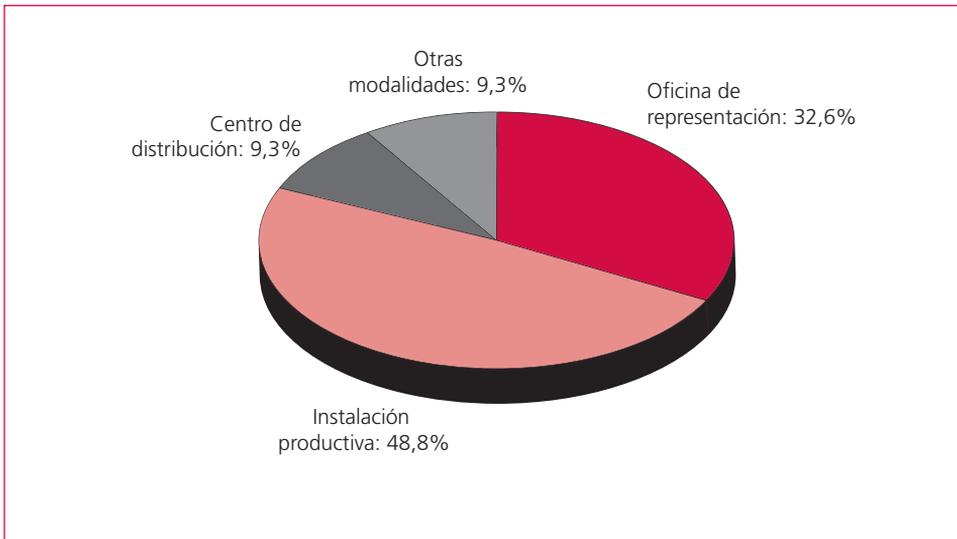
Fuente: elaboración propia.

La actividad en Chile (instalación, barreras, competencia y experiencia):

- *Tipo de instalación:* La mayoría de las empresas ha optado por la instalación productiva (48,8%). En segundo lugar, aparecen las oficinas de representación (32,6%) y, en último lugar, los centros de distribución y otras modalidades.

Gráfico 30.4

Tipo de instalación utilizada

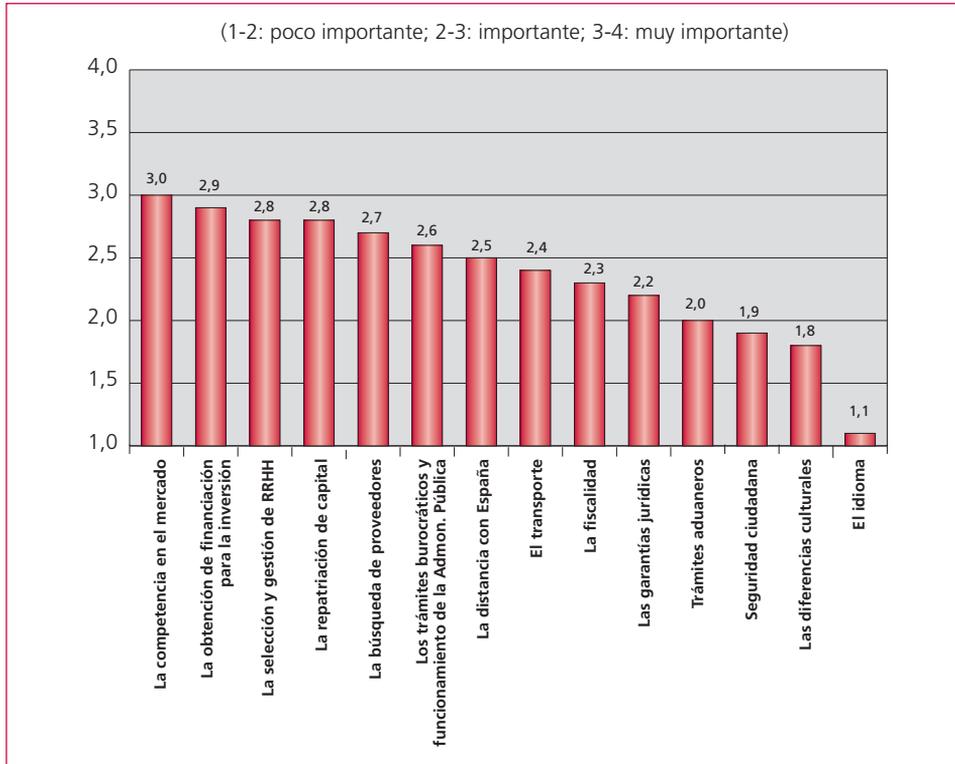


Fuente: elaboración propia.

- *Barreras para el desarrollo de la actividad empresarial:* Los obstáculos más relevantes con los que se enfrenta la empresa española en Chile en el desarrollo de su actividad son la competencia en el mercado y la obtención de financiación para la inversión (ver en el anexo 2 el deterioro en el ranking de acceso al crédito). Los menos importantes son la seguridad ciudadana, las diferencias culturales y el idioma.

Gráfico 30.5

Obstáculos encontrados en el desarrollo de la actividad empresarial

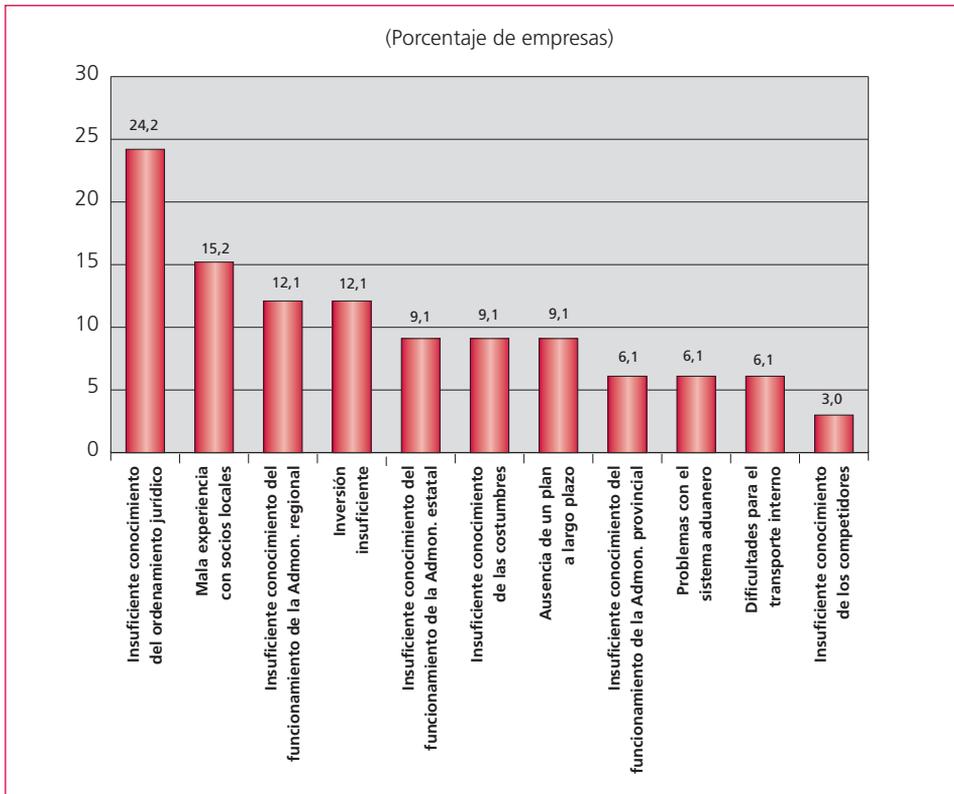


Fuente: elaboración propia.

- Principales causas de las malas experiencias sufridas:** Una de cada cuatro empresas españolas ha sufrido alguna mala experiencia con el ordenamiento jurídico chileno, por tener un conocimiento insuficiente del mismo. Por otro lado, el 15,2% de las compañías españolas ha vivido alguna mala experiencia con socios locales.

En cuanto a las relaciones con la Administración Pública, las malas experiencias se reducen sensiblemente cuando se comparan con otras economías en crecimiento, coincidiendo los resultados con los datos aportados por la descomposición del pilar “instituciones” del indicador de competitividad global, elaborados por el *World Economic Forum* (2013). Sirvan como ejemplo la buena posición en los “pagos irregulares y sobornos”, donde Chile ocupa la posición 23 de 144 países; en la “independencia judicial”, que se sitúa en la 24, en el “favoritismo de las decisiones oficiales del gobierno”, cuya posición es la 21 o en el “despilfarro del gasto público”, cuya situación en el ranking es la décima. Datos que, seguramente, podrían ser de países del norte de Europa.

Gráfico 30.6
Causas de malas experiencias

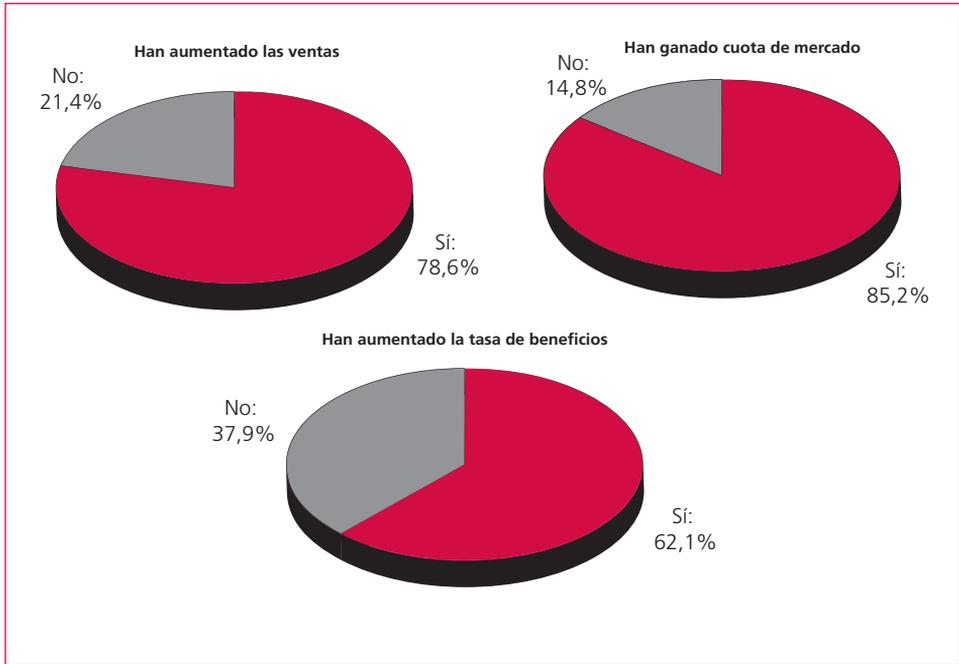


Fuente: elaboración propia.

Resultados en Chile (cuantitativos y cualitativos):

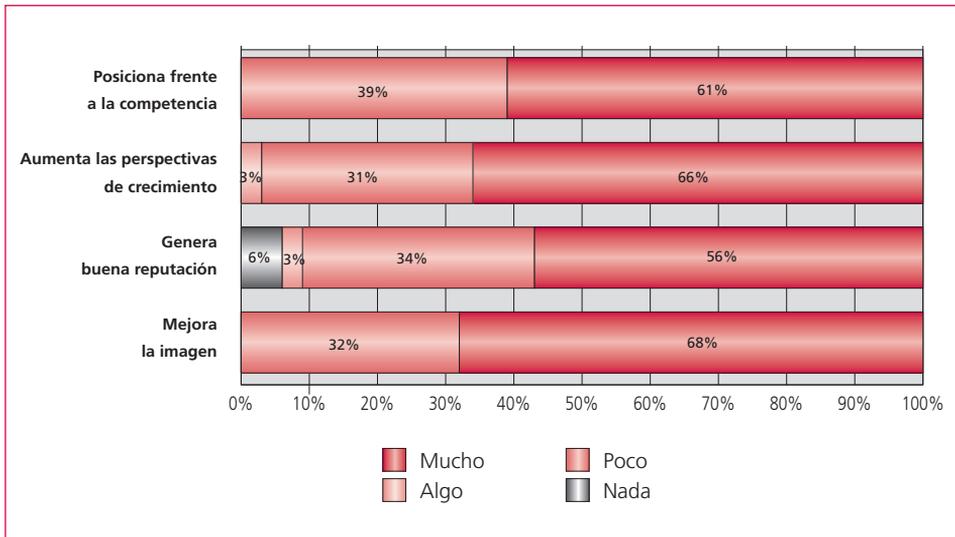
- *Ventas, cuota de mercado y beneficios:* Cerca del 80% de las empresas españolas indican que han incrementado sus ventas gracias a su implantación en Chile, algo más del 85% que han aumentado su cuota de mercado y el 62,1% que han mejorado su tasa de beneficios.

Gráfico 30.7 Resultados objetivos



Fuente: elaboración propia.

- **Valoración del empresario:** En este caso, la valoración de los resultados se basa en la percepción de las propias empresas al desarrollar su actividad. El resultado cualitativo es, en general, muy positivo:
 - El 61% de las empresas españolas cree que su establecimiento en Chile posiciona notablemente a su compañía frente a la competencia, al entrar en un mercado con buenas perspectivas de desarrollo. El 39% restante también lo cree pero en menor medida.
 - El 66% indica que aumentan sus perspectivas de crecimiento y beneficios. El 31% piensa que algo y el 3% poco.
 - Casi el 90% de las empresas piensa que le genera buena reputación ante organismos financieros. Y gran parte de este porcentaje, el 56%, cree que en gran medida.
 - Prácticamente todas las empresas creen que su instalación en Chile mejora su imagen ante competidores y clientes, de las cuales el 68% lo cree especialmente.

Gráfico 30.8**Valoración subjetiva**

Fuente: elaboración propia.

Estrategias de negocio (estructura organizativa y futuro de la empresa):

- *Estructura organizativa utilizada:* Los esquemas organizativos empleados en este estudio son el centralizado, si la gestión se realiza desde la matriz, el mixto, si las decisiones se toman de una manera combinada entre la matriz y la filial en Chile, y el descentralizado si la gestión es llevada a cabo principalmente en Chile. Para conocer qué tipo de estrategia utilizan las empresas españolas se ha diferenciado por áreas funcionales dentro de la actividad empresarial.

De manera general, se puede afirmar que la empresa española radicada en Chile utiliza un sistema mixto de gestión de recursos en casi todas las áreas funcionales. En algunos casos como en finanzas o en I+D, la gestión y toma de decisiones también hace la estructura centralizada; mientras que en otros casos sucede lo contrario: en recursos humanos, marketing, gestión de compras y servicios fiscales y jurídicos se recurre más a la gestión descentralizada.

Cuadro 30.1

Estructura organizativa utilizada

(porcentajes)

Áreas funcionales	Estructura organizativa		
	Centralizado	Mixto	Descentralizado
RRHH	6,3	65,6	28,1
Finanzas	24,2	63,7	12,1
Marketing	9,4	53,1	37,5
Gestión de compras	12,5	53,1	34,4
Tecnología, I+D+i	34,4	46,9	18,7
Servicios fiscales	6,1	48,5	45,4
Servicios jurídicos	6,1	45,4	48,5

Fuente: elaboración propia.

NOTA: los valores perdidos han sido eliminados de la lista.

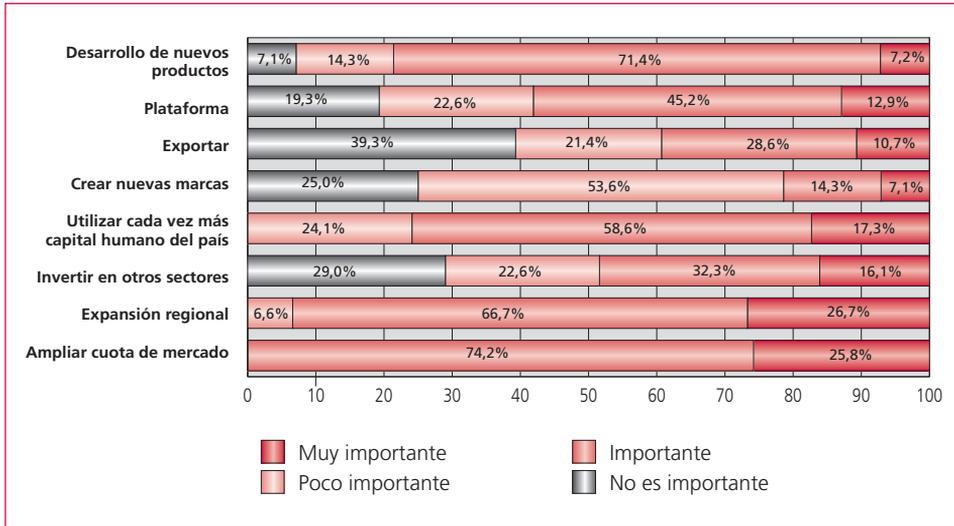
- *Estrategia de futuro en Chile*: La empresa española instalada en Chile busca principalmente la ampliación de su cuota de mercado, la expansión regional y la utilización de Chile como plataforma⁴ a terceros mercados. En consecuencia, la empresa española se plantea emplear cada vez más la mano de obra chilena así como desarrollar nuevos productos. Sin embargo, parece descartarse la creación de nuevas marcas.

Asimismo, las compañías españolas consideran a Chile como un país esencial para su futuro, incluso en mayor medida que con respecto al resto de países en alto crecimiento (en media). A las preguntas ¿qué importancia otorga a Chile en el futuro de su empresa? y ¿qué importancia otorga a los mercados emergentes en el futuro de su empresa?, las compañías españolas contestaron en ambos casos que la importancia es elevada, pero en el caso chileno el nivel de importancia otorgado es ligeramente superior (de 1 a 4 en nivel de importancia, Chile obtuvo 3,5 y los países emergentes 3,3).

4 Los Tratados de Libre Comercio de Chile han sido clave para animar a muchas empresas a implantarse allí. En este sentido, las empresas en Chile ahora disfrutan de un acceso privilegiado —y, en muchos casos, con arancel cero— a un mercado de más de mil millones de consumidores alrededor del mundo.

Gráfico 30.9

Estrategia de futuro de la empresa española



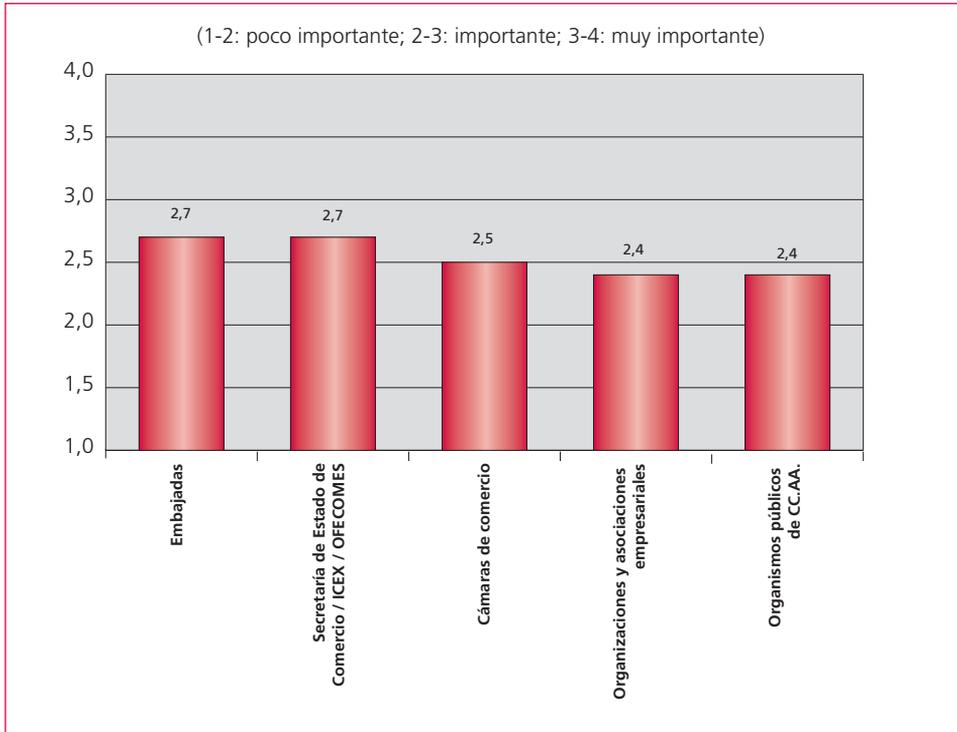
Fuente: elaboración propia.

Apoyo público / privado recibido:

- *Apoyo público chileno:* El 31,3% de las empresas españolas instaladas en Chile han utilizado, de alguna manera, el apoyo público chileno en su proceso de instalación. De las que han empleado los servicios, el 75% los valora “bien”, el 16,7% “regular” y el 8,3% “mal”.
- *Apoyo público español:* El 37,5% de las empresas españolas establecidas en Chile y con actividad permanente han utilizado, de algún modo, el apoyo público español en su proceso de implantación. De estas empresas, el 57,1% valora el apoyo “bien”, el 21,4% “regular” y el 21,5% “mal”.

En el caso español, la mejor valoración de la calidad de los servicios de apoyo es concedida de igual manera a las Embajadas y a las OFECOMES (ICEX), seguido de las Cámaras de Comercio. Las instituciones peor valoradas son los Organismos Públicos de las Comunidades Autónomas.

Gráfico 30.10
Valoración de los servicios de apoyo a la internacionalización



Fuente: elaboración propia.

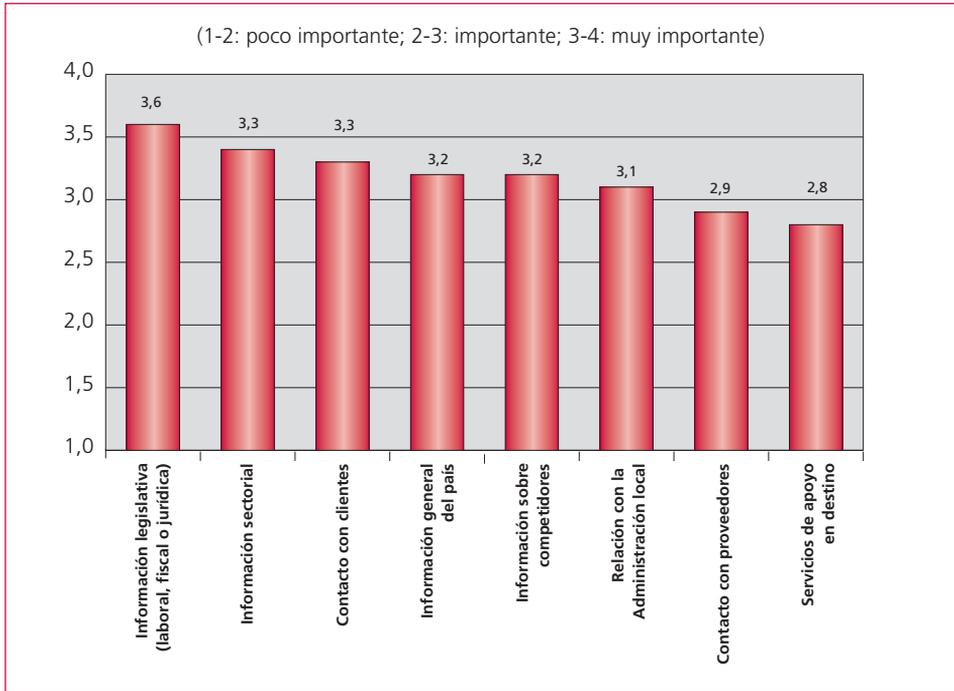
- Por último, dentro del apoyo público español, las empresas españolas identifican algunos puntos que podrían mejorar el servicio de las Administraciones Públicas:
 - “En línea con el trabajo que vienen realizando, seguir facilitando a las compañías interesadas servicios de apoyo y asesoramiento. Esto contribuirá a la dinamización de la economía española y permitirá que empresas ya implantadas ejerzan de cabezas tractoras de otras empresas españolas en el exterior”.
 - “Dar a conocer las condiciones del país a los inversores españoles”.
 - “Prestar un apoyo más práctico en el país de destino y ser mucho más activas en crear una red de proveedores españoles para las grandes empresas españolas que se implantan o ya están implantadas en ese país”.
 - “Dar información comercial, jurídica y tributaria a las empresas que quieran instalarse en un país extranjero”.
 - “En el caso de Chile, se trata de un país con todas las estructuras legales y de gobernanza que lo homologan plenamente como uno de los países con mayor facilidad de hacer negocios (“*business friendly*”). La labor de las administraciones sería más de acompañamiento a través de la entrega de información, ayuda

y organización de misiones de negocios y apoyo ante contingencias que puedan afectar a la inversión, cuando se ve afectado por su calidad de inversor extranjero”.

- “Facilitar la homologación de títulos universitarios y profesionales con el objetivo de mejorar el acceso de profesionales españoles al mercado chileno”.
 - “Agilizar trámites administrativos, informar y asesorar exhaustivamente sobre el régimen de expatriados para iniciar la implantación así como facultar el acceso a la legislación chilena”.
 - “Asesorar a las empresas para que contraten consultorías con personal especializado, que les ayuden en el proceso de implantación”.
 - “Facilitar específicamente a pymes con menores medios asesoramiento legal, financiero, tributario y laboral”.
 - “Fortalecer el puente Europa-Chile a través de España”.
- En cuanto a los servicios financieros públicos chilenos, han sido utilizados por el 33% de las empresas españolas. El 64,3% de ellas los valoran bien. Los servicios financieros públicos españoles (ICO, COFIDES, etc.) han sido empleados por el 39,4% de las compañías españolas, las cuales la mitad de ellas valoran al servicio positivamente.
 - Respecto a los servicios financieros privados, cerca del 40% de las empresas considera que les ha facilitado su negocio en Chile; mientras que los no financieros tales como consultoras, despachos de abogados u otros, el 80% de las empresas implantadas los han utilizado y el 72% de ellas valora el servicio positivamente.
 - Por último, las empresas españolas señalan que los servicios —públicos o privados— más importantes para el proceso de implantación en Chile son los relativos a la información legislativa (laboral, fiscal o jurídica), además con el grado de consenso más alto en comparación al resto de servicios (desviación típica más baja).
 - En un segundo lugar, se destaca la información sectorial, el contacto con los clientes, la información general del país, la información sobre competidores y las relaciones con la Administración Local.

Gráfico 30.11

Servicios más importantes para el proceso de implantación en Chile



Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

La conclusión general obtenida del análisis realizado es que la empresa española considera al mercado chileno como elemento central de su expansión. La experiencia, hasta la fecha, ha reportado un aumento de la cifra de negocios y del tamaño de la empresa medido en número de trabajadores pero también un mayor prestigio internacional como compañía. Por otro lado, las empresas españolas destacan positivamente la estabilidad política y macroeconómica del país y su utilidad para servir como plataforma hacia terceros mercados. Señalan, al mismo tiempo, la elevada competencia interna.

Las conclusiones específicas más relevantes indican que:

- La mayoría de las compañías españolas ha incrementado sus ventas, cuota de mercado y beneficios como consecuencia de su instalación en Chile. Además, la evolución de las cifras en el último lustro mejora más en el negocio específico chileno en comparación con la empresa en su conjunto. Asimismo, las compañías indican que su presencia en Chile les posicionan frente a la competencia, aumentan sus perspectivas de crecimiento y beneficio, mejoran su imagen frente a clientes y competidores y les generan buena reputación ante entidades financieras.

- Casi el 70% de las empresas españolas se ha implantado en Chile mediante la fórmula de constitución de filiales y el 25% a través de fusiones y adquisiciones. Marginalmente, se ha acudido a las *Joint Ventures* con socios locales. Estos datos ponen de manifiesto las menores barreras de entradas encontradas en Chile por las empresas españolas en relación a otros mercados en crecimiento como el chino, el brasileño o el mexicano.
- El motivo más importante para instalarse en Chile es aprovechar el potencial de su mercado. Las empresas españolas son conscientes de la limitación del tamaño de la población chilena (unos 17,5 millones de habitantes), sin embargo, destacan la capacidad adquisitiva de la misma en comparación con la media de países en alto crecimiento.
- Las barreras de entrada más importantes con las que se ha encontrado la empresa española en su proceso de implantación y desarrollo de su actividad han sido la financiación para la inversión, la distancia con España y la competencia en el mercado. No obstante, los obstáculos observados son, en general, inferiores a los manifestados en los casos de China, Brasil y México (ver ediciones anteriores publicadas por el equipo de la Cátedra). Resultados que se asemejan a los aportados por el informe *Doing Business 2014* que elabora el Banco Mundial. En este sentido, Chile ocupa la posición 34 de 189 países, siendo la economía donde más fácil es hacer negocios en toda Latinoamérica y el Caribe.
- Respecto a las malas experiencias sufridas, ocurre algo similar a lo que sucedía en el apartado de barreras de entrada: se observan experiencias negativas con menos frecuencia en Chile que en el resto de economías en alto crecimiento. En cualquier caso, los problemas se concentran en el ordenamiento jurídico por un conocimiento insuficiente de la normativa (24,2% de las empresas). En menor medida, las empresas españolas han sufrido malas experiencias con socios locales (15,2%) y con la Administración regional (12,1%), datos que se correlacionan —por el abandono o cese de la actividad conjunta— con el indicador de facilidad para cerrar empresas en Chile, incardinado en el *Doing Business*. Paradójicamente, Chile ocupa la posición 102 de 189 países en este apartado.
- La estructura organizativa empleada por la empresa española en Chile suele ser de carácter mixto (las decisiones se toman de una manera combinada entre la matriz y la filial chilena), tendente a ser centralizada en finanzas e I+D y orientada al esquema descentralizado en servicios fiscales y jurídicos, gestión de compras, marketing y recursos humanos.
- La estrategia futura que pretenden implementar las empresas españolas en Chile está básicamente ligada a la expansión y aumento del tamaño de la empresa. Es un país que se puede considerar como un lugar propicio para pymes españolas, en tanto en cuanto la estabilidad política y macroeconómica del país, su idioma, los Tratados de Libre Comercio que posee junto con las altas tasas de crecimiento que experimenta, favorecerían el desarrollo y el aumento de tamaño de la empresa española (Romero Pizarro, 2013). De hecho, las propias compañías señalan específicamente que buscan la ampliación de su cuota de mercado, la expansión regional y la utilización de Chile como plataforma a terceros mercados.

- El nivel de importancia otorgado por la empresa española al mercado chileno en el futuro de su negocio es superior a la media en el caso de los mercados emergentes.
- Alrededor de una de cada tres empresas españolas encuestadas se ha beneficiado de algún modo del apoyo público español y chileno existentes. En ambos casos, la ayuda ha sido valorada como satisfactoria, aunque en el caso chileno en mayor medida. En el caso español, las instituciones mejor valoradas son las Embajadas y las OFECOMES (ICEX).
- Por otro lado, respecto a los servicios privados se observa una valoración dual. Los no financieros (consultoras, despachos de abogados, etc.) son valorados positivamente por más del 70% de las compañías españolas, mientras que los financieros obtienen unos resultados más modestos (el 40% de las empresas españolas dicen que ha facilitado su negocio en Chile), como consecuencia de la restricción crediticia que aún persiste.
- Finalmente, las empresas españolas señalan que los servicios más importantes para el proceso de implantación en Chile son la aportación de información legislativa (laboral, fiscal o jurídica) así como la relacionada con la información sectorial y contacto con los clientes. Las relaciones con la Administración Pública, aun siendo importantes, no son tan determinantes como lo eran en otros casos como los de China, Brasil o México, estudiado en ediciones anteriores.

ANEXOS

ANEXO 1: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología utilizada para obtener los resultados se basa en el análisis exploratorio de los datos, extraídos de un cuestionario diseñado por el Consejo Académico de la Cátedra Santander de Dirección Internacional de Empresas de la Universidad Nebrija y enviado a numerosas empresas españolas con actividad habitual en Chile, con la colaboración de la Embajada de Chile en España.

El cuestionario se compone de cincuenta y una preguntas agrupadas en seis apartados: datos generales de la empresa, proceso de localización, actividad, resultados, estrategias de negocio y apoyo público-privado recibido.

Se ha procedido a encuestar a empresas españolas que operan en Chile, obteniendo 52 encuestas correctamente cumplimentadas. No es posible conocer con total exactitud el número de empresas españolas instaladas en Chile que cumplen con los requisitos establecidos en este muestreo, ya que no se dispone de cifras oficiales. De la información facilitada por la Cámara de Comercio España-Chile podemos concluir que el universo de esta encuesta es del orden de 200 empresas. Con este universo y el número de encuestas cumplimentadas se obtiene un error muestral (al 90% de confianza) aceptable para confiar en los resultados para el conjunto de las empresas españolas implantadas en Chile.

Ficha técnica

<i>Universo de la encuesta</i>	El universo estimado es del orden de 200 empresas
<i>Muestra</i>	52 empresas de diversos sectores
<i>Error de la muestra</i>	9,8%
<i>Muestreo</i>	Aleatorio
<i>Modo de distribución de las encuestas</i>	Distribuida por el personal de la Cátedra Nebrija-Santander en Dirección Internacional de Empresas en colaboración con la Embajada de Chile en España, mediante correo postal y seguimiento telefónico
<i>Cargo persona encuestada</i>	Miembro del equipo directivo
<i>Fechas de realización</i>	Del 1 de abril de 2013 al 1 de octubre de 2013

Para tratar los datos y extraer las conclusiones se ha llevado a cabo un análisis exploratorio mediante el paquete estadístico SPSS 21.0.

ANEXO 2: DETALLE INDICADOR “FACILIDAD DE HACER NEGOCIOS”

Indicadores	2007	2014
FACILIDAD PARA HACER NEGOCIOS (clasificación)	28	34
APERTURA DE UNA EMPRESA (clasificación)	32	22
Número de procedimientos	9	7
Tiempo (días)	27	5,5
Coste (% del ingreso per cápita)	9,8	0,7
Capital mínimo pagado (% del ingreso per cápita)	0,0	0,0
MANEJO DE LICENCIAS (clasificación)	40	101
Número de procedimientos	12	15
Tiempo (días)	171	155
Coste (% del ingreso per cápita)	114,2	69,9
ACCESO A ELECTRICIDAD (clasificación)	nd	43
Número de procedimientos	nd	6
Tiempo (días)	nd	30
Coste (% del ingreso per cápita)	nd	63,9
REGISTROS DE PROPIEDAD (clasificación)	30	55
Número de procedimientos	6	6
Tiempo (días)	31	28,5
Coste (% del valor de la propiedad)	1,3	1,2
ACCESO AL CRÉDITO (clasificación)	33	55
Índice de grado de transparencia (1-10)	4	6
Índice de alcance de la información crediticia (0-6)	6	5
Cobertura de registros públicos (% de adultos)	31,3	40,5
Cobertura de burós privados (% de adultos)	19,3	5,9

Indicadores	2007	2014
PROTECCIÓN DEL INVERSOR (clasificación)	19	34
Índice de grado de transparencia (1-10)	8	8
Índice de responsabilidad de los directores (1-10)	6	6
Índice de facilidad para juicios de accionistas (1-10)	5	5
Índice de fortaleza de protección de inversores (0-10)	6,3	6,3
PAGO DE IMPUESTOS (clasificación)	37	38
Pagos (número por año)	10	7
Tiempo (horas por año)	432	291
Tasa de impuesto total (% de la ganancia)	26,3	27,7
COMERCIO TRANSFRONTERIZO (clasificación)	44	40
Documentos para exportar (número)	7	5
Tiempo para exportar (días)	20	15
Coste de exportación (US\$ por contenedor)	510	980
Documentos para importar (días)	9	5
Tiempo para importar (días)	24	12
Coste de importación (US\$ por contenedor)	510	930
CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS (clasificación)	73	64
Número de procedimientos	33	36
Tiempo (días)	480	480
Coste (% de la demanda)	16,3	28,6
CIERRE DE UNA EMPRESA (clasificación)	107	102
Tiempo (años)	5,6	3,2
Coste (% del valor de los bienes)	15	15
Tasa de recuperación (centavos por US\$)	20,0	29,1

Fuente: *Doing Business, 2007 y 2014 (Banco Mundial)*.

NOTA: se ha seleccionado como año inicial 2007 (ranking de 175 países), porque fue el primer año donde el Banco Mundial clasificó a los países no sólo por el indicador global "Facilidad de hacer negocios" sino también atendiendo a los indicadores parciales. El último informe Doing Business es el de 2014 (ranking de 189 países). Nótese también que un país puede mejorar o empeorar en el ranking porque otros países empeoren o mejoren con más intensidad.