



Informe de resultados: Empresas en Chile

Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas

Unidad de Estudios

Agosto 2017

Resumen:

El presente informe de resultados, entrega información estadística sobre distintas características de las empresas en Chile, como por ejemplo: propiedad, organización jurídica, edad, grupos empresariales, grupos familiares, y exportaciones entre otros. Para ello, se utiliza la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE4), publicada el 2017, representativa a nivel de sector económico y tamaño según ventas.

Resumen Ejecutivo

- **El 34,4% de las empresas se concentran en el sector en comercio**, las que en conjunto con los sectores transporte y almacenamiento; industrias manufactureras; agro-silvicultura y pesca; y construcción agrupan más del 75% de las empresas.
- **El 97,7% de las empresas son sólo de propiedad nacional**. En contraste, sólo el 1,4% de las empresas son de exclusiva propiedad extranjera. No obstante, este porcentaje aumenta al 75% en las empresas grandes.
- **La mayoría de las empresas se constituye como personas naturales (49,1%)**, seguido por sociedades de responsabilidad limitada (33,4%). Las sociedades anónimas cerradas sólo tienen importancia en las grandes empresas.
- **La participación de las mujeres en empresas constituidas como personas naturales y EIRL alcanzó un (39,2%) y (22,9%), respectivamente, siendo inferior a la de los hombres (60,7% y 77,1%, respectivamente)**. La participación más alta de mujeres se alcanza en las microempresas, la que disminuye a medida que las empresas se hacen más grandes.
- **La mitad de las empresas tiene 14 años o menos**, considerando como nacimiento el inicio de actividades ante el SII. Además, un 90% de las empresas tiene 27 años o menos.
- **Sólo el 6,8% de las empresas chilenas pertenece a un grupo empresarial**. En las microempresas en tanto el 2,8%, en las pymes el 8,1% y en las grandes empresas el 43,2%.
- **Casi la mitad de las empresas del país (48,3%) son familiares**. En las microempresas y en las pymes el 48,7% y 48,6% respectivamente funciona bajo este esquema, mientras que en las grandes empresas el 39,8%.
- **Un 4,3% de las empresas realizó envíos al exterior**. De estas, un 2,8% participa directamente de los mercados exportadores y un 1,5% realizó envíos a través de un intermediario.
- **Por tamaño, un 23,2% de las grandes empresas exporta directamente**, contrastando con el 2,9% observado en las pymes.

- **Dos tercios de las empresas que no exportan, indican que no les interesa exportar.** Se observa que, en todos los sectores económicos, más de la mitad de las empresas indica como muy importante “no le interesa exportar”, siendo mayor en los no transables.
- **La principal dificultad para exportar corresponde a “tipo de cambio poco favorable”,** seguido por, “altas exigencias del país o zona de destino y en tercer lugar “dificultad para encontrar clientes o canales de distribución”.
- **El factor “más importante” que afecta el crecimiento de las empresas es la “alta competencia en el mercado”,** con un 51,6% de menciones. En segundo lugar, se encuentra “demanda limitada”, con un 44%.
- **Un 46,4% de las empresas cuenta con un cliente comercial que concentra más del 25% de las ventas (excluyendo hogares).** Los sectores donde destaca este fenómeno son agro-silvicultura y pesca, explotación de minas y transporte (89,1%; 80,4% y 68,7% respectivamente).
- **En el sector agro-silvicultura y pesca, un 85,2% de las empresas tienen ventas concentradas (excluyendo hogares) y uno de sus tres principales clientes comerciales no está relacionado con la empresa.** En las empresas, en general, esto ocurre solamente en el 43,4%.
- **La principal mala práctica que sufren las empresas con ventas concentradas, de al menos uno de sus tres principales clientes, es tener “acuerdos sólo verbales”** con un 23,9% de las menciones, seguida por “atraso en las fechas de pago pactadas” con un 21,3%. Por tamaño de empresa, mientras en las grandes empresas solo el 35,8% indica que sufre alguna de las malas prácticas, en las pymes y microempresas este porcentaje asciende a 49,1% y 58,1% respectivamente.

1. Introducción

Continuando con el esfuerzo constante que el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo hace por caracterizar a las empresas en Chile, durante el primer semestre del 2017 se dio a conocer la [Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas \(ELE4\)](#) con un total de 325.334¹ empresas, cuya representatividad se alcanza a nivel de sector económico y tamaño según ventas. Además, contiene un componente de panel que hace que sea la única encuesta nacional a nivel de empresas estructurada de esta forma, recogiendo datos transversales a diferentes rubros económicos a través del tiempo, permitiendo así estudiar la evolución de la matriz productiva a nivel nacional en distintas áreas tales como, financiamiento, tecnologías de la información, exportaciones, encadenamiento productivo, capacitación, productividad, etc.

Considerando experiencias clave de los usuarios de la encuesta en versiones previas, se trabajó de manera conjunta con el INE para hacer cambios y mejoras en el cuestionario, con el objetivo de hacerlo más amable para el informante y, además, focalizado en aspectos claves de medición. Los cambios más relevantes se concentraron en el módulo de Contabilidad y Finanzas, se homogenizó el módulo de Recursos Humanos y se actualizaron los módulos de Comercialización, Gerencia General y Tecnologías de la Información.

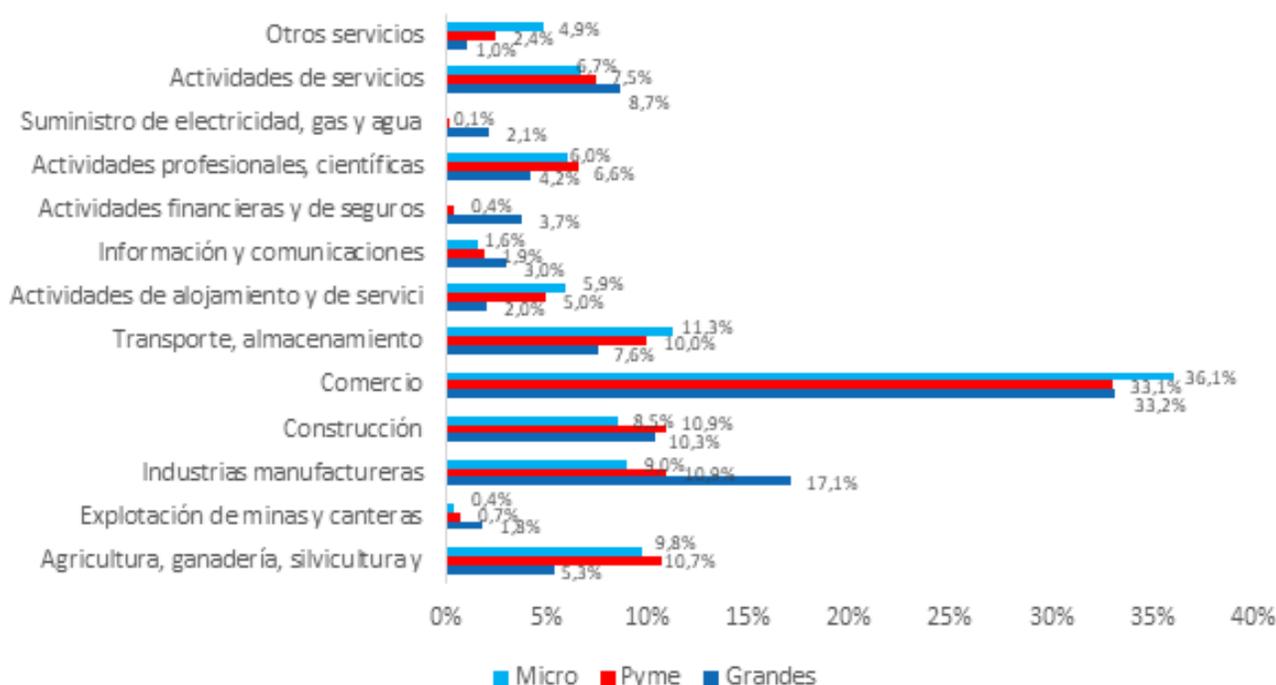
Adicionalmente, se debe considerar que en línea con la actualización de las distintas encuestas económicas que realiza el INE, para esta versión se utiliza la CIU Rev.4, lo cual incide en la comparabilidad de algunas actividades respecto de las anteriores versiones.

Dicho esto, a nivel de tamaño, las pymes resultaron ser las de mayor participación porcentual dentro de la distribución de empresas alcanzando un 51,9%, le siguen de cerca las micro con un 44,9%, mientras que las grandes empresas representaron sólo un 3,2%. A nivel de sector económico, los cinco más predominantes fueron comercio (34,5%); transporte y almacenamiento (10,5%); industrias manufactureras (10,2%), agro-silvicultura y pesca (10,1%) y construcción (9,8%), que de manera agrupada representaron más del 75% de las empresas encuestadas.

En coincidencia con los resultados agregados, el sector comercio es el que concentra la mayor cantidad de empresas, ya sean estas grandes (33,1%), pymes (33,2%) o microempresas (36,1%). En las primeras, también destacan industrias manufactureras (17,1%), mientras que en las pymes le siguen industrias manufactureras y agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, ambos sectores con una participación de 10,9%. Por su parte, en las microempresas el sector transporte y almacenamiento ocupa el segundo lugar con un 11,3%.

¹ Excluye a aquellas con ventas anuales iguales o menores a 800 UF.

Gráfico 1: Composición de empresas por sector y tamaño
(% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

2. Propiedad de las empresas

Al observar la propiedad de las empresas para el año 2016, se constata que un 97,7% de son sólo de propiedad privada nacional, muy por detrás se encuentran las empresas que son sólo de propiedad privada extranjera (1,4%), seguido de las empresas que son sólo de propiedad estatal (0,5%). En tanto, el 0,9% restante se reparte en empresas de propiedad mixta².

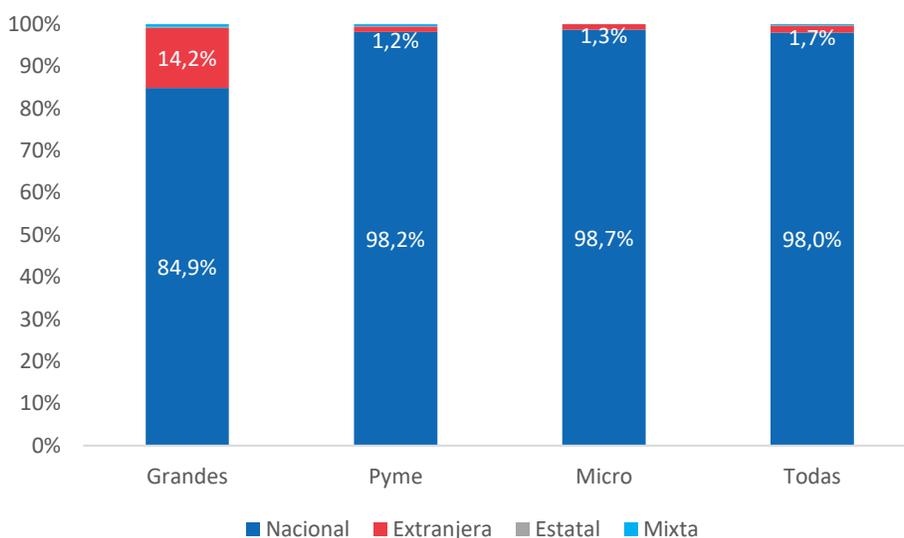
A nivel tamaño, se mantiene la supremacía de la propiedad nacional, no obstante, en las grandes empresas el porcentaje de firmas que poseen mayoritariamente propiedad extranjera aumenta a un 14,2%, mientras que en las pymes sólo se registra un 1,2%. Esto

² Las empresas de propiedad mixta se componen de empresas con propiedad mayoritariamente privada nacional (0,28%), donde sobre el 50% de la propiedad pertenece a nacionales; propiedad mayoritariamente privada extranjera (0,31%), donde sobre el 50% de la propiedad pertenece a extranjeros y de propiedad equivalente (0,27%), indicando que la empresa es compartida en un 50% entre nacionales y extranjeros.

es razonable si se considera que para los capitales extranjeros es mucho más atractivo invertir en grandes empresas consolidadas que son capaces de hacer frente de manera mucho más eficiente los riesgos del mercado ya sean internos o externos, que hacerlo en una pyme que no contará con la misma capacidad.

Gráfico 2: Propiedad de las empresas de acuerdo al tipo de dueño principal por tamaño de empresa

(% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Por otro lado, como ya se mencionó, prácticamente la totalidad de los empresarios extranjeros entran a la propiedad de las empresas como dueños mayoritarios, lo cual puede estar relacionado y ser consecuencia de nuestro nivel de protección al inversionista minoritario que no estimula la participación minoritaria de inversionistas extranjeros en las empresas que operan en el país. En términos de cifras, la encuesta muestra que un 75% de las empresas grandes son sólo de propiedad extranjera y el 25% restante comparte participación con nacionales.

Claramente, cualquier elemento que impida la llegada de inversionistas extranjeros es negativo. En la literatura, están profusamente documentados³ los beneficios de la Inversión Extranjera Directa. Entre otros muchos aspectos, este tipo de capitales extranjeros facilita el acceso a los mercados internacionales de productos finales e insumos, entre los que se

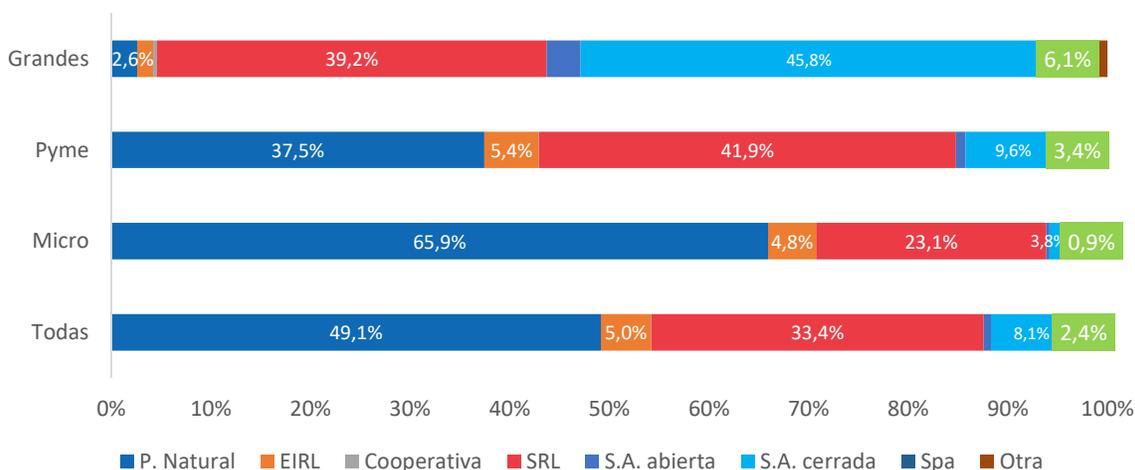
³ Por mencionar un estudio, se recomienda “Foreign Direct Investment for Development. Maximising Benefits, Minimising Costs”, OECD, 2002.

encuentran los tecnológicos y otros bienes de capital; aporta spillovers en tecnología; la formación recursos humanos; contribuye a la integración económica a través del comercio internacional; a generar mercados más competitivos y empresas de mejor desempeño. Asimismo, las empresas extranjeras transmiten al mercado que las reciben su conocimiento o know-how de buenas prácticas y estilos organizacionales que son bienvenidas porque significan un cambio positivo hacia una mayor flexibilidad laboral, el mayor énfasis a la I&D, la innovación, el uso de tecnologías limpias, políticas de género y la responsabilidad social empresarial, entre otras cosas.

Organización jurídica

Respecto a los resultados según tipo de organización jurídica, la mayoría de las empresas son personas naturales (49,1%), seguido por sociedades de responsabilidad limitada (33,4%); bastante más atrás, se encuentran las sociedades anónimas cerradas (8,1%) y las EIRL (5%). Por tamaño de empresas, se aprecian grandes diferencias, las personas naturales son preferidas en el segmento de las empresas de menor tamaño, pero no en las grandes empresas donde prácticamente no tienen presencia. Por el contrario, las sociedades anónimas cerradas destacan fuertemente en las grandes empresas (45,8%), mientras que en pymes y microempresas sólo representan el 9,6% y 3,8%, respectivamente. Finalmente, no se puede dejar de mencionar que las cooperativas tienen una bajísima presencia en el mercado con tan solo el 0,03% de las empresas en Chile.

Gráfico 3: Tipo de organización jurídica por tamaño de empresa
(% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



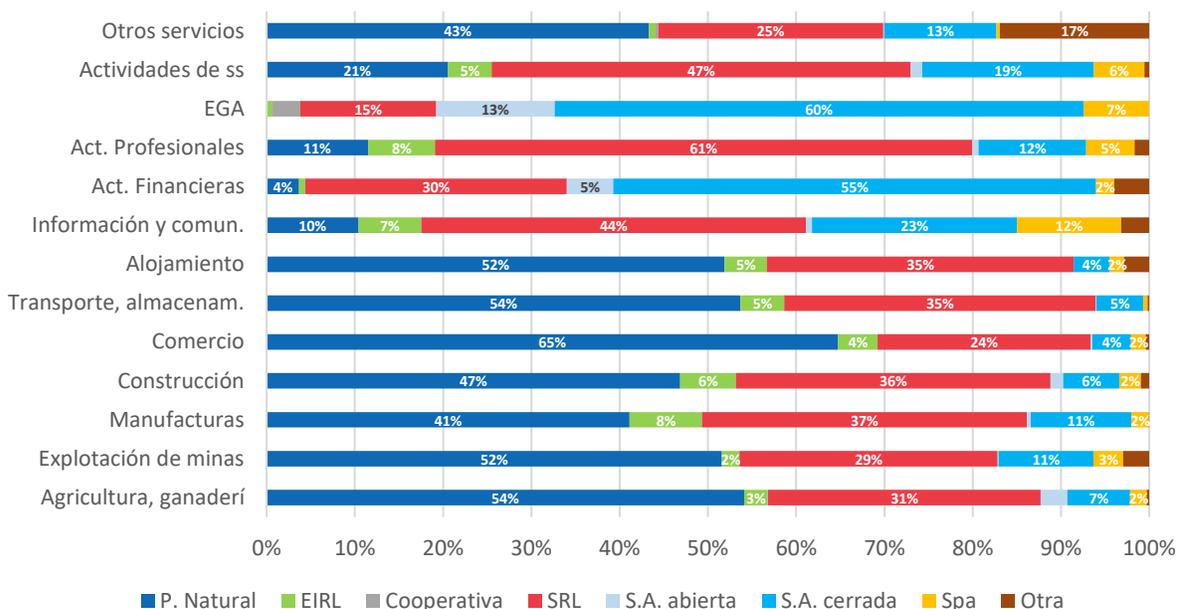
Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Al analizar lo anterior por sector económico, se observa que las personas naturales, tan frecuentes en la mayoría de los sectores económicos, tiene baja prevalencia en EGA y en

actividades financieras. En estos dos sectores, prevalecen las sociedades anónimas abiertas y cerradas con el 73,3% y 59,9%, respectivamente.

De hecho, las sociedades anónimas abiertas sólo son relevantes en estos dos sectores. Por último, en el sector de actividades profesiones y actividades de servicios las SRL presentan relevancia con un 60,9% y 47,5%, respectivamente.

Gráfico 4: Tipo de organización jurídica por sector económico
(% sobre el total de empresas en cada sector, 2016)



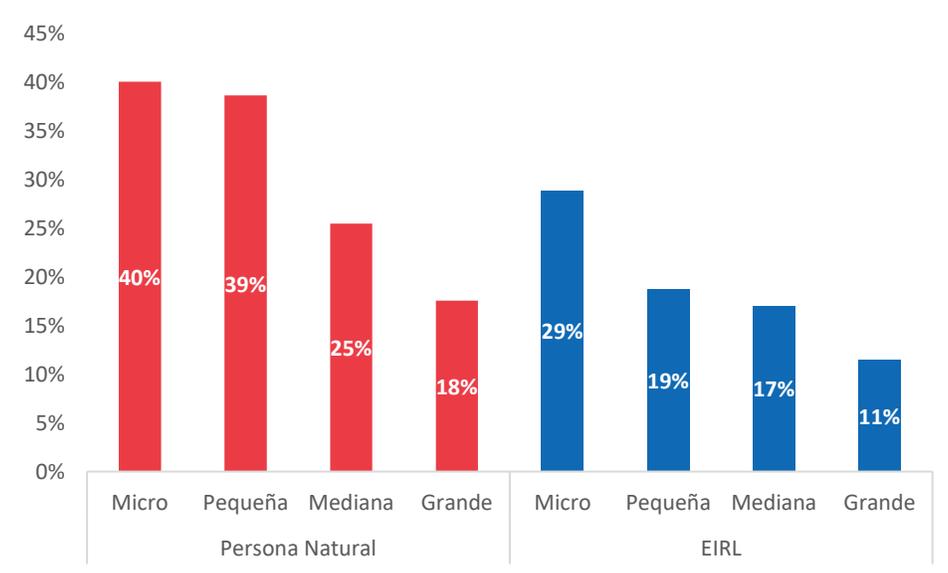
Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

La desagregación a nivel de sexo sólo está disponible para las organizaciones jurídicas del tipo persona natural y EIRL. En ambos tipos, los hombres representaron una mayor participación que las mujeres, siendo esta mayor en las EIRL (77,1%) que en las personas naturales (60,7%).

Desde el punto de vista del tamaño de la empresa, la participación de las mujeres alcanza su máximo en las microempresas, porcentaje que va descendiendo a medida que las empresas se hacen más grandes. Dicha dinámica se replica tanto en las EIRL como en las personas naturales.

Gráfico 5: Participación de mujeres según tipo organización jurídica, por tamaño de empresa

(% en función del total por sexo, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Edad de las empresas

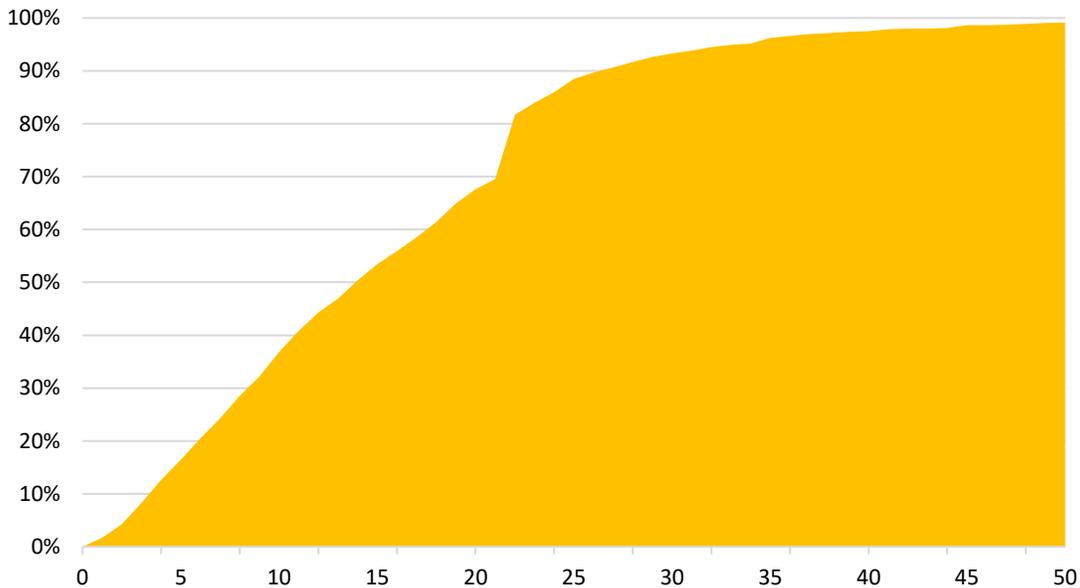
En Chile se observa que las empresas se encuentran distribuidas relativamente en los primeros años de vida. En efecto, la mitad de las empresas tiene 14 años o menos, considerando como nacimiento el inicio de actividades ante el SII. Luego el siguiente 40% de las empresas se distribuye en el rango 15 a 27 años, totalizando un 90% de las empresas con 27 años o menos. El resto (10%), se encuentra en el rango 28 años a 150 años.

Por otro lado, destaca que un 12% de las empresas inicio actividades en el año 1993, es decir tiene 22 años a la fecha de referencia de la encuesta (2015), mostrando así, un leve aumento en la edad de las empresas en comparación a la encuesta anterior, donde la mayor parte de las empresas (20%) tenía 20 años en 2013. Esto estaría mostrando un desplazamiento de la distribución de las empresas por edad, es decir, mostrando un leve envejecimiento de las empresas nacionales.

Al observar la edad de las empresas por tamaño, es posible notar diferencias, destacando que las grandes tienden a ser las con más continuidad, presentando el mayor porcentaje por sobre los 27 años (19%). Mientras que las micro empresas son las más jóvenes, mostrando el mayor porcentaje de unidades entre los 0 y 5 años (18,4%), casi duplicando el 10,2% de las grandes en este mismo rango. El 15,2% de las pymes se encuentra dentro de los 0 a 5 años. En efecto, se puede observar que las grandes tienden a ser mayores,

con una edad promedio de 10 años, seguidas por las pymes con 16 años y finalmente las micro con 15 años. Esto está en línea con lo encontrado en estudios previos del Ministerio de Economía (MINECON a., 2016), donde se encuentra que las empresas nacen más pequeñas y las microempresas tienden a tener una menor tasa de supervivencia.

Gráfico 6: Edad de las empresas según año de inicio de actividades en el SII
(% acumulado de las empresas, año de referencia 2015)



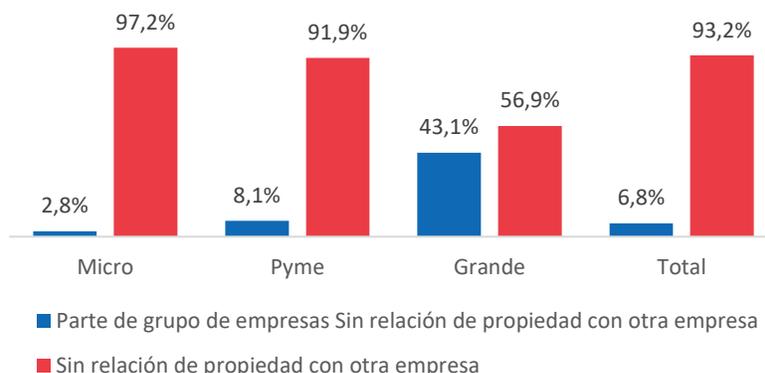
Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Grupos empresariales

El constante dinamismo que se produce a raíz de la interacción entre las firmas, en algunas ocasiones obliga a las empresas a evolucionar y adoptar nuevas formas de organizarse, siendo una de las estrategias no poco comunes, la diversificación de actividades y procesos que terminan derivando en complejas estructuras como los grupos empresariales.

En el caso de Chile, se observa que, en promedio, solo el 6,8% de las empresas cae en esta categoría. Al mirar lo que ocurre a través de los distintos estratos los resultados varían fuertemente entre ellos, así, mientras en las microempresas sólo el 2,8% es parte de un grupo de empresas, en las pymes el 8,1% y, en las grandes empresas el 43,1%.

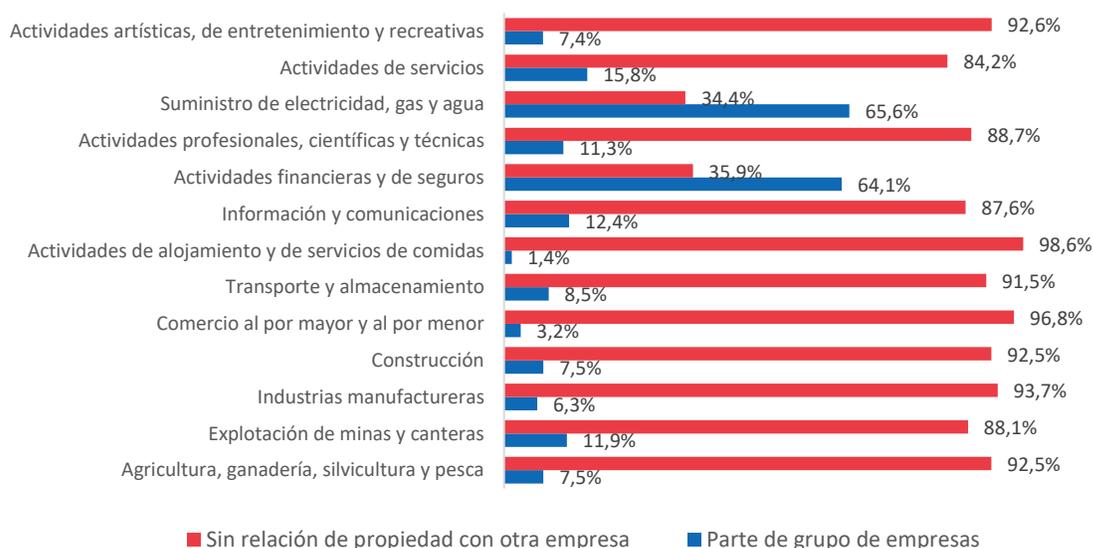
Gráfico 7: Empresas parte de grupos empresariales, holding, filiales, subsidiarias y otros (% en relación al total de empresas en cada estrato - 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

A través de los distintos sectores económicos, suministros de electricidad, gas y agua (65,6%) y actividades financieras y de seguros (64,1%) fueron los sectores con mayor cantidad de empresas pertenecientes a un grupo empresarial, mientras que, actividades de alojamiento, servicio y comidas (1,4%) y comercio al por mayor y al por menor (3,2%) fueron los sectores con menos firmas parte de un grupo de empresas.

Gráfico 8: Empresas parte de grupos empresariales, holding, filiales, subsidiarias y otros (% en relación al total de empresas en cada sector - 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Empresas familiares

La presencia de empresas familiares en Chile, aquellas donde más de la mitad de la propiedad pertenece a una familia o grupo familiar es bastante alta, de hecho, en promedio durante el año 2016 el 48,3% de las firmas en el país cayeron en esta categoría, algo menos que lo registrado durante el 2014, donde el 50% de las empresas dijeron ser familiares. A nivel de estrato, se observa un comportamiento parecido entre las microempresas y las pymes, mientras que las grandes muestran una menor participación mayoritaria de una familia o grupo familiar. De hecho, mientras en las microempresas y las pymes el 48,7% y 48,6% respectivamente son empresas familiares, en las grandes empresas esta cifra se reduce a 39,8%.

Tabla 1: Empresas familiares según tamaño
(% en relación al total de empresas en cada estrato - 2016)

Tamaño	No familiar	Familiar	Total
Micro	51,3%	48,7%	100%
Pyme	51,4%	48,6%	100%
Grande	60,2%	39,8%	100%
Total	51,7%	48,3%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

A nivel de sector económico, actividades de alojamiento y de servicios de comida es el sector con mayor cantidad de empresas familiares (57,5%), seguido por comercio al por mayor y al menor (54,7%) e industrias manufactureras (52%). En el otro extremo, los sectores con menos empresas de este tipo son suministros de electricidad, gas y agua (18,3%), actividades financieras y de seguros (23%) y actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas (29,3%).

Gráfico 9: Empresas familiares según sector económico
(% en relación al total de empresas en cada sector - 2016)



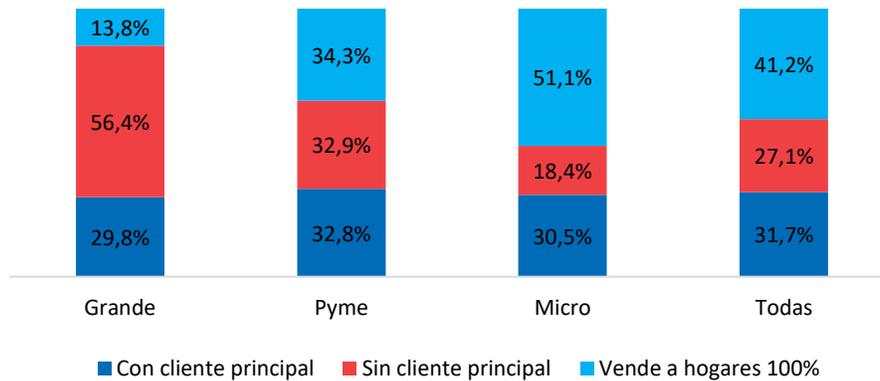
Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

3. Entorno comercial de las empresas

Sin duda, el manejo del riesgo comercial de las empresas es mayor cuando una parte significativa de sus ventas está en manos de un solo cliente. Entre otras cosas, el fracaso de un cliente que concentra parte relevante de las ventas puede dificultar y, en el extremo, llevar a que la empresa proveedora deje de operar comercialmente. Asimismo, este cliente significativo, debido a la fuerte relación de dependencia con la empresa proveedora, puede incurrir en comportamientos oportunistas en detrimento del proveedor, como la realización de descuentos arbitrarios, atrasos en los pagos, entre otros.

En ese sentido, los datos de la encuesta indican que un **31,7% (103.131)** de todas las empresas cuentan con un cliente comercial que anualmente representa más del 50% de las ventas (excluyendo hogares). Al analizarlo por tamaño de empresa, no se ven grandes diferencias, lo que indica que ésta es una realidad más bien transversal dentro de la economía chilena.

Gráfico 10: Firmas con un cliente comercial⁴ que representa más del 50% de sus ventas anuales (excluyendo hogares), por tamaño (% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



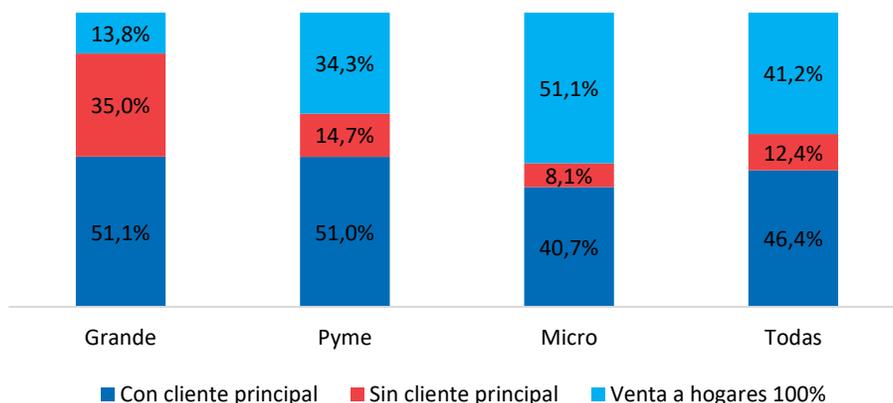
Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Si se baja la restricción anterior a la mitad, es decir, a más del 25% de las ventas anuales (excluyendo hogares), se observa que la cifra aumenta a **46,4% (135.339)**. Efectivamente, llama la atención que un 14,7% de las empresas tiene ventas concentradas entre un 25% y 50% del total, y más del doble (31,7%) tiene ventas altamente concentradas por sobre el 50%, observando transversalmente este fenómeno en las empresas nacionales.

En contraste, un bajo porcentaje de empresas no tiene cliente principal (12,4%), lo que se replica en las pymes (14,7%) y micro empresas (8,1%). Sin embargo, esta conclusión no es cierta para el caso de las grandes empresas, ya que muestran un mayor poder de diversificación en su cartera de clientes, alcanzando un 35% de empresas que no indica tener un cliente principal.

⁴ Empresas, instituciones y organismos del Estado. No incluye hogares.

Gráfico 11: Firmas con un cliente comercial que representa más del 25% de sus ventas anuales (excluyendo hogares), por tamaño (% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Al analizar lo anterior por sector económico, destaca que en el sector agro-silvicultura y pesca un 89,1% de las empresas declara tener un cliente (empresa) que compra más del 25% de sus productos a empresas en el año. Similarmente, pero en menor magnitud, se encuentran los sectores de explotación de minas, transporte, construcción y actividades profesionales. Por otro lado, los sectores donde existen menos empresas en esta situación son comercio, actividades de alojamiento y artísticas, lo que es esperable dado que las empresas de estos sectores mayoritariamente venden a público y no a empresas.

Tabla 2: Firmas con un cliente comercial que representa más del 25% de sus ventas anuales (excluyendo hogares), por sector económico (% sobre el total de empresas en cada sector, 2016)

Sector	Vende sólo a hogares	Sin ventas concentradas	Con ventas concentradas
Agro-silvicultura y Pesca	5,3%	5,6%	89,1%
Explotación de Minas	14,7%	4,9%	80,4%
Transporte	23,7%	7,6%	68,7%
Construcción	21,1%	10,4%	68,5%
Act. profesionales	13,7%	19,4%	66,8%
EGA	12,5%	24,8%	62,8%
Información y Comunicación	17,4%	21,2%	61,5%
Act. de servicios	33,4%	11,0%	55,6%
Manufactura	31,8%	18,2%	50,1%
Total	41,2%	12,4%	46,4%
Act. financieras	24,6%	38,4%	37,0%
Comercio	66,5%	13,2%	20,2%
Act. alojamiento	73,7%	9,2%	17,1%
Act. artísticas	67,4%	16,0%	16,6%

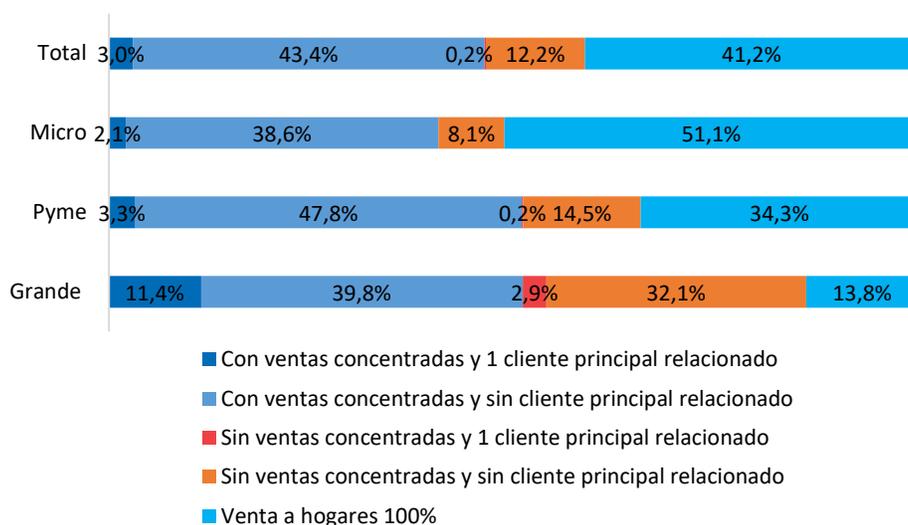
Total	41,2%	12,4%	46,4%
-------	-------	-------	-------

Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Como se presentó en una sección anterior, un porcentaje significativo de empresas pertenecen a un grupo empresarial, de ahí que sea interesante corregir los números de la tabla anterior de manera de distinguir cuántos de estos casos de fuerte dependencia se da entre empresas con propiedad relacionada. Esto, debido a que no es problemático que una empresa filial o coligada le venda parte importante de su producción a una empresa del mismo grupo. En efecto, el problema se genera para las otras empresas, es decir, quienes no han logrado diversificar su base de clientes.

En la encuesta se pregunta explícitamente a las empresas si uno de sus tres clientes principales (empresas) está relacionado o se encuentra bajo la misma propiedad que la empresa encuestada. Los datos muestran que, en el caso de las pymes, solo el 3,3% de las empresas tienen ventas altamente concentradas (más del 25% en un cliente) y se encuentra además bajo la misma propiedad que uno de sus tres principales clientes. En contraste, en grandes empresas este número aumenta a 11,4%. Es decir, en su gran mayoría, las empresas con ventas altamente concentradas, no tiene uno de sus tres clientes principales bajo su propiedad.

Gráfico 12: Firmas con uno de sus tres clientes principales tipo empresa que se encuentran bajo la misma propiedad, por tamaño (% sobre el total de empresas en cada estrato, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Si bien, en términos generales, es relativamente bajo el porcentaje de empresas que tienen ventas altamente concentradas y cuentan con 1 de sus clientes principales bajo su misma

propiedad (solo 3,0% para todas las empresas independiente de su tamaño), al analizar las cifras por sector económico se observa que, en los rubros de EGA y actividades financieras, esta situación se da en una mayor proporción (17,6% y 21,6% respectivamente).

Por el lado de construcción y manufactura, en cambio, las empresas que tienen ventas altamente concentradas no tienen un cliente principal en alguna empresa relacionada si no que venden a un cliente independiente de ellas (65,9% y 47,7% respectivamente).

En el caso de agro-silvicultura y pesca, el sector con menor diversificación de clientes, solo el 3,9% de las empresas con alta concentración de ventas está bajo la misma propiedad que el cliente principal.

Tabla 3: Empresas con ventas altamente concentradas (más del 25% en un cliente) con y sin relación de propiedad con 1 cliente principal, por sector económico
(% sobre el total de empresas en cada sector, 2016)

Sector	Con ventas concentradas y 1 cliente principal relacionado	Con ventas concentradas y sin cliente principal relacionado	Sin ventas concentradas y 1 cliente principal relacionado	Sin ventas concentradas y sin cliente principal relacionado	Venta a hogares 100%
Agro-silvicultura y Pesca	3,9%	85,2%	0,0%	5,6%	5,3%
Explotación de Minas	6,7%	73,7%	0,4%	4,5%	14,7%
Construcción	2,7%	65,9%	0,3%	10,1%	21,1%
Act. profesionales	5,6%	61,3%	0,3%	19,1%	13,7%
Transporte	7,5%	61,2%	0,1%	7,5%	23,7%
Información y Comunicaciones	2,7%	58,7%	0,4%	20,8%	17,4%
Act. de servicios	7,6%	47,9%	0,3%	10,7%	33,4%
Manufactura	2,4%	47,7%	0,2%	18,0%	31,8%
EGA	17,5%	45,3%	1,9%	22,9%	12,5%
Comercio	0,6%	19,6%	0,1%	13,1%	66,5%
Act. de alojamiento	0,2%	16,9%	0,1%	9,1%	73,7%
Act. artísticas	0,2%	16,4%	0,0%	15,9%	67,4%
Act. financieras	21,6%	15,5%	4,9%	33,4%	24,6%
Total	3,0%	43,4%	0,2%	12,2%	41,2%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Como se indicó anteriormente, concentrar las ventas en pocos clientes significativos posibilita el surgimiento de comportamientos oportunistas de parte del comprador. Claramente, los abusos en el mundo empresarial son un tema relevante y ha estado

permanentemente presente en el debate e incentivando políticas públicas como la creación de la defensoría PYME y el sello PROPYME.

Sobre las malas prácticas que terminan afectando el sano desarrollo de las empresas del país, los datos de la encuesta muestran que la principal mala práctica de al menos 1 de los 3 principales clientes (empresas) de las empresas es tener “acuerdos solo verbales” con 23,9% de las menciones, seguido por “atraso en las fechas de pago pactadas” con el 21,3% de las empresas encuestadas.

Luego, se encuentran las practicas “cambios en las condiciones pactadas”, “descuentos arbitrarios” y “impedimentos para realizar factoring” con menciones por debajo del 10%. Por tamaño de empresa, se observa que la práctica “acuerdos verbales” ocurre notoriamente más en las pymes y microempresas que en las grandes empresas. Por último, **un 51,9% de las empresas señala que sufre alguna de estas malas prácticas**, situación que se agudiza en el mundo de las empresas de menor tamaño. En efecto, mientras en las grandes empresas solo el 35,8% indica que sufre alguna de las malas prácticas mencionadas, en las pymes y microempresas este porcentaje asciende a 49,9% y 58,1%, respectivamente. En este sentido falta mucho por avanzar aún para erradicar estas prácticas del sistema económico chileno.

Tabla 4: Malas prácticas que realiza 1 de los 3 clientes comerciales de empresas con ventas altamente concentradas ⁵
(% sobre el total de empresas en cada sector, 2016)

Principales prácticas	Grande	Pymes	Micro	Total
Descuentos arbitrarios	4,7%	7,9%	9,4%	8,3%
Atraso en las fechas de pago pactadas	17,4%	22,6%	19,8%	21,3%
Impedimentos para realizar factoring	5,6%	8,2%	6,8%	7,5%
Acuerdos solo verbales	10,6%	19,8%	32,0%	23,9%
Cambios en las condiciones pactadas	4,4%	7,0%	12,2%	8,8%
Sufre alguna de las malas prácticas	35,8	49,1	58,1	51,9%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

De los sectores económicos con mayor concentración de ventas, se observa que en agro-silvicultura la principal mala práctica es “acuerdos solo verbales” (12,6% indicó afirmativamente). Mientras que en construcción y manufactura es “atraso en fechas de pago pactadas” (33,1% y 22,8% respectivamente).

Exportaciones

El desarrollo chileno se ha basado en fomentar las exportaciones (Ramos, 2008), siendo la apertura económica una herramienta fundamental para permitir que las empresas nacionales tengan espacio de crecimiento más allá del mercado interno. Sin embargo, un

⁵ Se considera las alternativas “siempre” y “muchas veces” como práctica que se realiza.

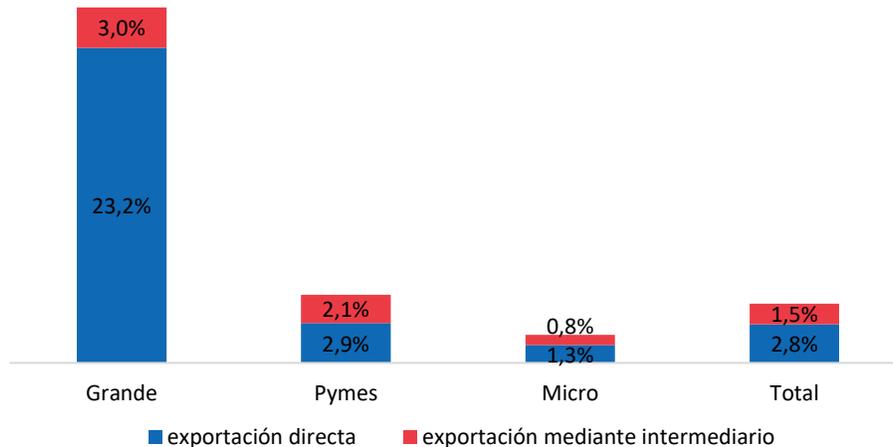
2,8% de las empresas participa directamente de los mercados exportadores, siendo el mismo valor que en la versión anterior de la encuesta. Esta cifra pareciera estar por debajo del 4,5% observado en las empresas de Estados Unidos y en línea con el 2,7% de firmas de la Unión Europea con envíos fuera de la comunidad (OECD Stats, 2011).

Existen fuertes contrastes en la participación exportadora al analizar los datos por tamaño de empresa. Mientras que un 23,2% de las grandes exporta directamente, en el caso de las pymes, la participación exportadora baja a un 2,9% y en las micros alcanza un 1,3%. Dando luces que las exportaciones están altamente concentradas en un número limitado de empresas muy grandes, mientras que una proporción importante de pequeños exportadores realiza envíos de un producto a un destino (Eaton et al., 2004; Economía b., 2015; Economía c., 2016). Parte de este fenómeno se explica por la mayor disponibilidad de recursos y productividad presente en las empresas de mayor tamaño. Además, existe una alta tasa de entrada y salida de pymes, como nuevas exportadoras, con una baja tasa de sobrevivencia. Igualmente, las micro empresas que logran sobrevivir, muestran un crecimiento acelerado para quienes logran mantenerse exportando (Eaton et al., 2007; Freund y Pierola; 2010; Economía c., 2016 y Economía d., 2015).

Por otro lado, las exportaciones a través de un intermediario también representan una importante fracción del total de exportadores, donde un 1,5% de las firmas decidió realizar sus envíos de esta forma. En las grandes empresas, este valor se duplica y llega a representar un 3%, seguidas por las pymes, con un 2,1% y; finalmente las micro, con un 0,8%. El externalizar la exportación parece una estrategia atractiva, sobre todo cuando la empresa no cuenta con la escala suficiente para enfrentar directamente los mercados externos, porque no tiene conocimientos de los canales de distribución o comercialización, entre otros costos que se deben asumir al decidir exportar directamente.

Finalmente, un 4,4% de las empresas exportó directamente o a través de intermediarios. Por tamaño, en total un 26,2% de las grandes realizó envíos al extranjero, mientras que en las pymes ese número corresponde a un 5% y en las micro a un 2,1%.

Gráfico 13: Empresas que exportan por tipo de exportación y tamaño de empresa (% de empresas, 2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Al analizar los sectores económicos, destacan seis con un porcentaje superior al 4,4% de empresas que ha decidido exportar, en otras palabras, por sobre el porcentaje total de exportadoras. El principal corresponde a agro-silvicultura y pesca, con un 16,9% de las empresas del sector realizando envíos directamente o a través de intermediarios. Este sector también destaca por tener un alto porcentaje de exportadores con intermediarios (11%) que casi duplica a los envíos directos (5,9%). El segundo sector corresponde a servicios de Información y comunicaciones, con un 11,4% de empresas realizando envíos al exterior. En tercer lugar, se encuentran las actividades financieras y de seguros con un 7,3%. Seguidas de explotación de minas y canteras, con un 6,8%. Luego se posiciona la industria manufacturera, con un 5,4% y, finalmente, se encuentra el sector de actividades profesionales, científicas y técnicas con un 4,7% de sus empresas exportando.

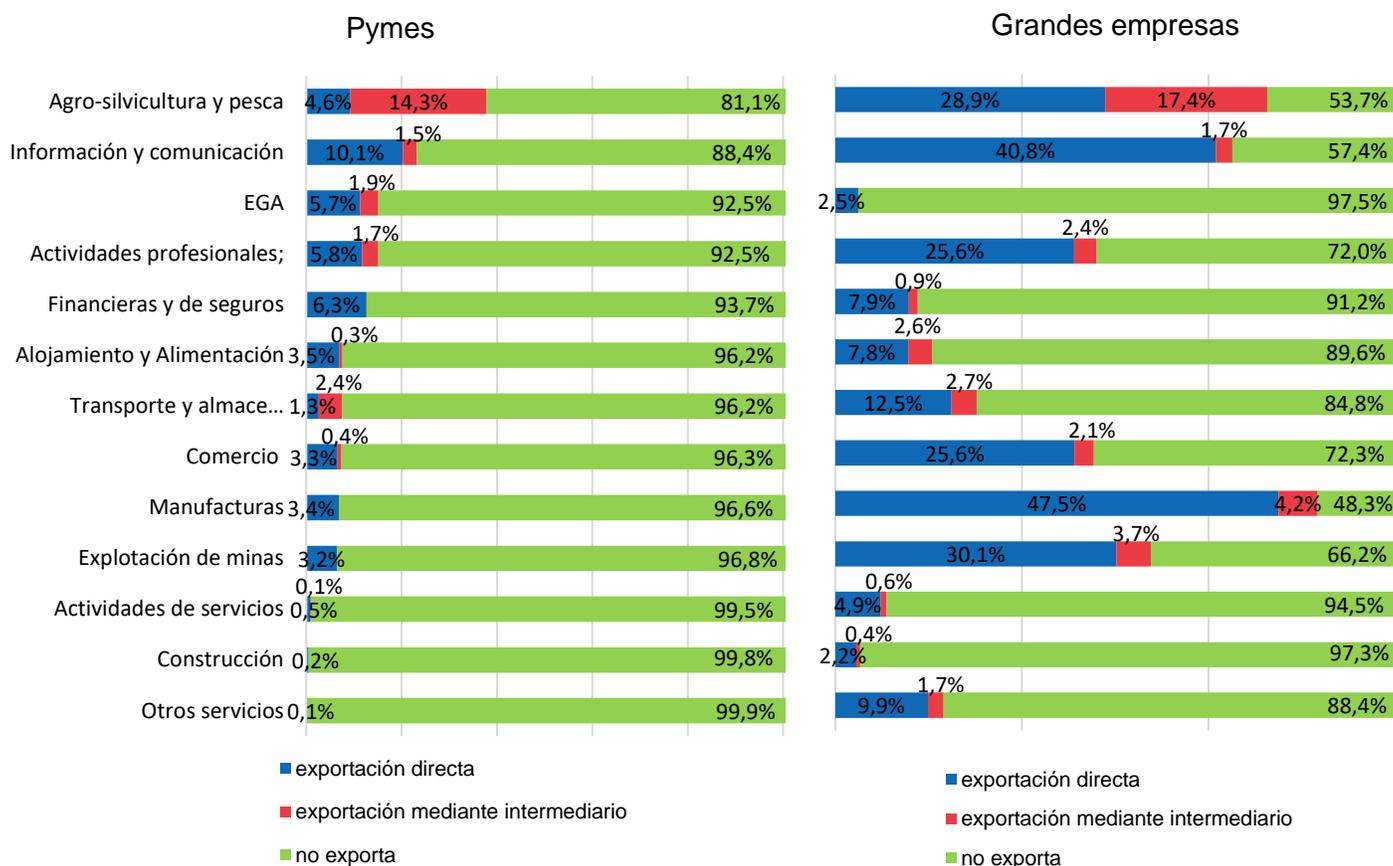
Por tamaños de empresas, los tres principales sectores por exportaciones en las pymes corresponden a agro-silvicultura y pesca; con un total de 18,9% exportando, por sobre el promedio para todos los tamaños y presentando el mayor porcentaje de empresas que exporta a través de un intermediario (14,3%). Luego, se encuentran el sector de servicios de información y comunicación, con un 11,6% de empresas realizando envíos al exterior. En tercer lugar, se posiciona el sector EGA, con un total de 7,5% de exportadores⁶.

En el caso de las grandes empresas, la industria manufacturera lidera la participación exportadora con un 51,7% de sus empresas. Le sigue agro-silvicultura y pesca, con un

⁶ EGA presenta un alto porcentaje de empresas exportadoras (7,5%). Sin embargo, este es el sector con el menor número de empresas a nivel nacional, donde 9 de 126 empresas realizaron alguna forma de envíos al exterior.

46,3% realizando envío. En tercer lugar, se observa que un 42,6% de las empresas del sector servicios de información y comunicación.

Gráfico 14: Empresas que exportan por sector económico y tamaño de empresa (% de empresas, año de referencia 2015)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

Dentro de la encuesta, llama la atención el qué las empresas no exportadoras consideraren poco importante las dificultades para exportar que se muestran en la Tabla 5, promediando 2,8 en su valorización de importancia, es decir, muy cerca a “poco o nada importante”. Al mismo tiempo, el 68% de éstas indica que está muy de acuerdo⁷ con la aseveración “no le interesa exportar”, sin observar mayores variaciones entre tamaño de empresas. Esto plantea un desafío a las políticas de fomento exportador, dado que se vuelve necesario que

⁷ En la encuesta, se le pide al informante indicar si considera la dificultad para exportar “muy importante”, “importante” o “poco o nada importante”. El 68% de las empresas indicó que considera muy importante el “no le interesa exportar”, siendo, muy por sobre el resto de las opciones, la considerada como más relevante.

sean medidas más focalizadas para llegar a ese tercio de las empresas que pudiese tener interés en exportar, pero que en estos momentos no lo está haciendo.

A nivel sectorial, Aunque se observan algunas variaciones por sectores, más de la mitad de las empresas indica como muy importante “no le interesa exportar”, siendo mayor en los no transables. Los principales sectores con vocación exportadora corresponden a la Industria manufacturera, con 52,9% de las empresas indicando muy importante “no le interesa exportar”; seguida de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, con un 56% de sus empresas indicando muy importante a esta afirmación. En contraste, el sector con menor vocación exportadora corresponde a actividades financieras y de seguros, con un 81,5% de las empresas no exportadoras indicando muy importante el “no le interesa exportar”. Esto estaría en línea con lo observado a nivel general, es decir, que una menor proporción de las empresas nacionales tiene vocación exportadora, ya sea perteneciente a sectores de bienes o servicios transables o no.

Al examinar las empresas que exportaron de forma directa o a través de intermediarios, se observa que la principal dificultad para exportar corresponde a “tipo de cambio poco favorable”, con una valoración de importante (2,1). En segundo lugar, “altas exigencias del país o zona de destino” aparece como una dificultad importante (2,1). En tercer lugar, se posiciona la dificultad “dificultad para encontrar clientes o canales de distribución”, también como una razón importante (2,2).

Tabla 5: Dificultades para exportar

(Promedio de valoración de empresas que exportaron directamente o a través de intermediarios, 2015)

Dificultades para exportar	Grande	Pyme	Micro	Total
Desconocimiento de gustos, tendencias y formato de consumo en otros países	2,6	2,4	2,9	2,5
Dificultad para encontrar clientes o canales de distribución	2,3	2,2	2,4	2,2
Dificultad para certificar productos en Chile	2,5	2,3	2,4	2,4
Altas exigencias del país o zona de destino	2,3	2,0	2,3	2,1
La producción de la empresa es baja para exportar	2,6	2,4	2,5	2,5
Dificultades para conseguir financiamiento para exportar	2,6	2,4	2,3	2,4
Plazo de pagos muy extensos	2,4	2,2	2,7	2,3
Tipo de cambio poco favorable	2,1	2,0	2,2	2,1
Otro	2,9	3,0	3,0	3,0

1 - Muy importante

2 - Importante

3 - Poco o nada importante

Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

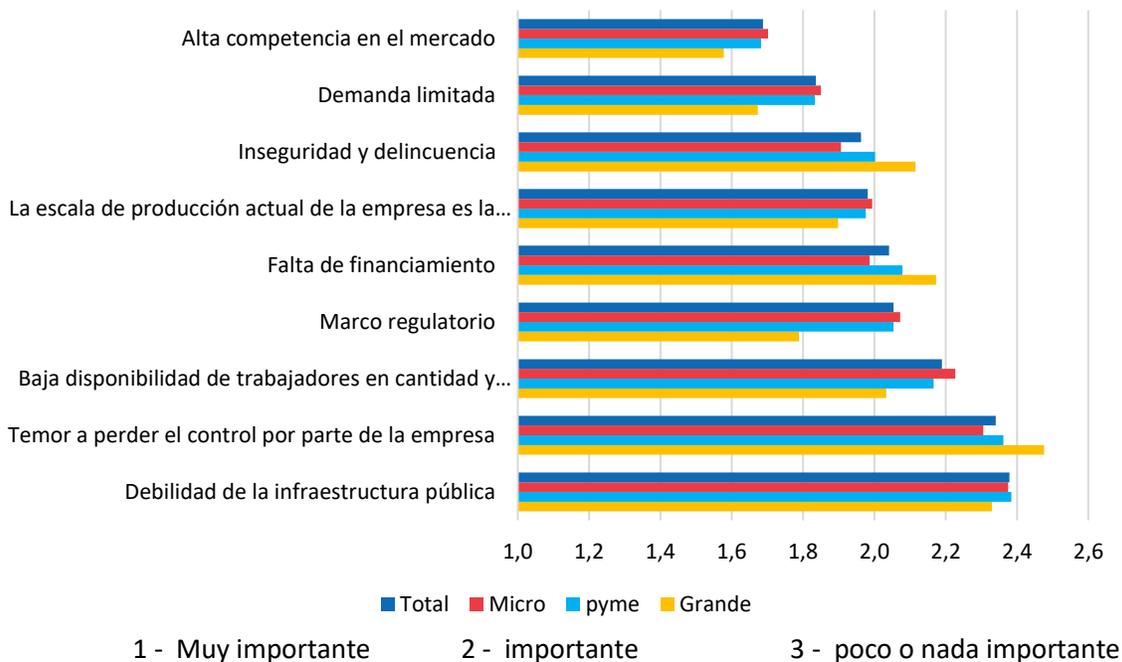
Limitaciones al crecimiento

Un último tema de interés a plantear en este documento, corresponde a las principales limitaciones de crecimiento presentadas por las empresas chilenas. Dentro de ellas, únicamente dos limitaciones tuvieron una valoración por debajo de 2, es decir, fueron consideradas más que importante. En primer lugar, se observa a “alta competencia en el mercado”, con un 51,6% de las empresas indicando a este factor como muy importante. En segundo lugar, se encuentra “demanda limitada”, con un 44% evaluando esta aseveración como muy importante. Por tamaño, se observan pocas variaciones, donde solamente las grandes empresas indican una mayor importancia para estas afirmaciones con un 1,6 y 1,7 puntos de valoración, respectivamente. Llama la atención que las principales limitaciones corresponden a condiciones inherentes al mercado nacional, donde las empresas ven pocas posibilidades de expansión. Sin embargo, como visto en la sección anterior, dos tercios de las empresas que no realiza envíos al exterior, no les interesa exportar, a pesar de ser una respuesta a sobrellevar estas limitantes. Esto pudiera plantearnos que solamente un porcentaje minoritario de las empresas, estaría realmente dispuesto a expandirse.

Un segundo grupo corresponde a las afirmaciones consideradas como importantes, es decir, tuvieron una valoración de 2. Dentro de estas, “inseguridad y delincuencia” aparece con un 40% indicando como muy importante. Luego, un 33,2% de las empresas indicó a “falta de financiamiento” como un factor muy importante. En tercer lugar, “la escala de producción actual de la empresa es la adecuada” fue considerado como muy importante por un 31,1% de las empresas. Adicionalmente, se observan características por tamaño, donde en las grandes se considera más importante “la escala de producción actual de la empresa es la adecuada” con una valoración de 1,9. Igualmente en las grandes, la “falta de financiamiento” pareciera ser menos importante, con un 2,2. Mientras que, para las micro empresas “inseguridad y delincuencia” tienen un promedio de 1,9, siendo considerada levemente por sobre importante. Las pymes se comportan muy cerca del promedio para todas las aseveraciones del segmento.

Un tercer grupo corresponde a las limitaciones observadas como menos que importante, con valoraciones superiores a 2. Un 31,4% de las empresas consideró que el “marco regulatorio” era una limitación muy importante. 25,4% de las empresas respondió como muy importante a la “baja disponibilidad de trabajadores en cantidad y calidad requerida”. Un 21% indicó como muy importante el “temor a perder el control por parte de la empresa”. Finalmente, un 17,5% de las firmas contestó que la “debilidad de la infraestructura pública” era una limitación muy importante. Dentro de este grupo de afirmaciones, se observa poca varianza en las repuestas entre los distintos tamaños de empresas, resaltando únicamente “marco regulatorio”, que ha sido clasificada por sobre importante en las grandes, con un promedio de 1,8. Las tablas con los detalles por tamaño, se presentan en el anexo 3 de este documento.

Gráfico 15: Importancia de las limitaciones al crecimiento de su empresa
(Promedio de valoración de empresas, 2016)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Cuarta ELE.

4. Comentarios finales

Los resultados reportados en este informe, entregan una mirada general de la distribución de las empresas en Chile y ciertas características como el tipo de propiedad, organización jurídica, edad, entorno comercial y exportaciones entre muchos otros, ejercicio que permite confirmar la realidad altamente heterogénea que viven las firmas del país dependiendo de su tamaño y el sector económico al cual pertenecen. Así, se observa que al 2016, fecha del levantamiento de la Cuarta Encuesta Longitudinal de Empresas, la distribución a nivel de tamaño no ha variado respecto del 2014, siendo las pymes el tipo de empresa predominante en el país (51,9%), seguido por las microempresas (44,9%) y muy lejanamente por las grandes empresas (3,2%). A nivel de sector económico comercio (34,5%), transporte y almacenamiento (10,5%), industrias manufactureras (10,2%) y agro-silvicultura y pesca (10,1%) y construcción (9,8%), fueron los sectores con mayor representación.

Por otro lado, a nivel nacional el 98% de las firmas reporta ser de propiedad nacional, mientras que el 2% restante se reparte entre la propiedad extranjera, estatal y mixta. Este tipo de distribución de la propiedad de acuerdo al tipo de dueño principal, se mantiene entre las micro y las pymes, donde las empresas de propiedad nacional alcanzan el 98,7% y el

98,2% dentro de cada estrato. La situación cambia al mirar el grupo conformado por grandes empresas, pues si bien aproximadamente ocho de cada diez firmas (84,9%) en este estrato son de propiedad nacional, existe un 14,2% de propiedad extranjera y el 0,9% restante se distribuye entre la propiedad mixta y estatal.

En cuanto a la organización jurídica, casi la mitad de las empresas en Chile funcionan como persona natural (49,1%), lo que es razonable considerando la alta participación de las microempresas y pymes dentro de la encuesta. Constituirse de esta forma, es la forma más simple de organización para una mipyme, no obstante, desde el punto de vista del patrimonio también podría ser la más arriesgada, puesto que este tipo de empresas hace frente a sus obligaciones con todo el patrimonio de la persona natural. La segunda forma de organización jurídica más preferida, fue la Sociedad de Responsabilidad Ltda. (33,4%), que puede estar constituida por varias personas naturales o incluso, una combinación de personas naturales y jurídicas. A diferencia de las empresas que funcionan como personas naturales, desde el punto de vista patrimonial, la responsabilidad de cada miembro está estrictamente limitada a lo estipulado en la escritura de constitución.

Respecto a la edad de las empresas, se observa que estas son relativamente jóvenes, de hecho, la mitad (50%) tiene a lo más 14 años y un 40% se sitúa en el rango de entre 15 y 27 años. El restante 10% son empresas maduras que superan los 28 años, encontrando incluso, firmas que llevan más de un siglo de operaciones.

Otro rasgo importante que la ELE4 permite identificar, es si las empresas del país son parte de un grupo empresarial, algo que sin duda interesa caracterizar debido a que este tipo de organizaciones, tienen una participación relevante en los procesos de producción, empleo, inversión, etc. Así, en promedio, aproximadamente nueve de cada diez empresas en Chile (93,2%) no tiene relación de propiedad con otra empresa, proporción que es bastante similar entre las microempresas y las pymes (97,2% y 91,9% respectivamente), pero cambia drásticamente en las grandes empresas, donde el 56,9% pertenece a esta categoría y un relevante 43,1% declara ser parte de un grupo empresarial.

En relación al entorno comercial, los datos indican que casi un tercio de las empresas (31,7%) cuentan con un cliente (empresa) que anualmente representa más del 50% de sus ventas (excluyendo ventas a hogares), lo que no es menor considerando que tal nivel de dependencia incrementa fuertemente el riesgo comercial. Si bien se podría pensar que este es un fenómeno más bien propio de las mipyme, la ELE4 muestra que es algo transversal a la masa empresarial chilena. Ahora bien, si es que el porcentaje de ventas a un cliente principal se reduce del 50% al 25%, aparecen diferencias entre las empresas de los distintos estratos, así, mientras en las grandes empresas y las pymes el 51% reporta tener un cliente con ventas concentradas, en las micro solo el 40,7% tiene. A nivel de sector económico, los que tienen mayor cantidad de empresas con ventas concentradas fueron agro-silvicultura y

pesca (89,1%) y explotación de minas (80,4%), por el contrario, los con menos ventas concentradas fueron actividades de alojamiento (17,1%) y actividades artísticas (16,6%).

En otro ámbito de cosas, la mitad de las empresas con ventas concentradas (51,9%) reporta sufrir malas prácticas provenientes uno de sus tres principales clientes. Este porcentaje se incrementa en las microempresas (58,1%) y disminuye significativamente en las grandes firmas (35,8%). En las pymes en tanto, al igual como ocurre a nivel nacional, la mitad de las empresas (49,1%) señala haber vivido este tipo de comportamiento. En cuanto al tipo de mala práctica, en las grandes empresas y las pymes, la más común resultó ser el atraso en la fecha de pago pactada (17,4% y 22,6% respectivamente), mientras que en las microempresas el uso de acuerdos solo verbales (32%).

En cuanto al comportamiento relacionado con las exportaciones, a nivel nacional, sólo un 2,8% de las empresas declara hacer envíos directos. Este resultado varía bastante dependiendo del estrato en el que se encuentre la firma, de hecho, mientras que un 23,2% de las grandes exporta directamente, en el caso de las pymes la participación exportadora baja a un 2,9% y en las micros alcanza un 1,3%. El comportamiento se mantiene en las exportaciones mediante intermediario siendo las grandes con un 3% las que mayor capacidad exportadora a través de este medio tienen (pymes: 2,1%; micro: 0,8%).

A nivel de sector económico, considerando las exportaciones directas e indirectas, en las pymes agro-silvicultura y pesca es el sector con mayor cantidad de empresas exportadoras (18,9%), seguido por información y comunicaciones (11,6%). En las grandes empresas en tanto, manufacturas (51,7%) es el sector que más exporta, seguido de agro-silvicultura y pesca (46,3%). Al preguntar por las dificultades que vislumbran estas empresas para exportar, la principal razón fue el tipo de cambio poco favorable, con una valoración de importante (2,1), en segundo lugar, las altas exigencias del país o zona de destino (2,1) y, en tercer lugar, la dificultad para encontrar clientes o canales de distribución (2,2).

Finalmente, respecto de las limitaciones al crecimiento que perciben las empresas como muy importantes, se encontraron principalmente dos razones: la alta competencia (51,6%) y la demanda limitada (44%). Al nivel de tamaño, los principales resultados fueron similares, la única diferencia radica en el estrato de las grandes empresas, donde ambas limitantes adquieren mayor relevancia.

Jefe División Política Comercial e Industrial

Rodrigo Krell

rkrell@economia.cl

Analistas Unidad de Estudios

Eduardo Jiménez

ejimenez@economia.cl

Miguel Jara

mjara@economia.cl

Priscila Rodríguez

prodriquez@economia.cl

Sandra Peralta

speraltaa@economia.cl

Tomás Schuster

tschuster@economia.cl

Contacto

Kyra Recuero del Solar

+56 2 2473 3846