

## Empresas chilenas

### Análisis de la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas

La Unidad de Estudios elaboró el informe de resultados “Empresas chilenas” con el fin de entregar una descripción actualizada sobre qué y cómo son las empresas chilenas en términos de propiedad, organización jurídica, edad, si realizan exportaciones, entre otros aspectos. Para ello se emplearon los resultados de la Tercera Encuesta Longitudinal de Empresas con información del 2013, cuyo marco muestral comprende a 302.840 empresas, abarcando todas aquellas que en el año 2012 se encontraban en el directorio del SII, y cuyas ventas superaron las 800,01 UF. Dentro de los principales hallazgos se encuentra que:

- **La mayoría de las empresas se constituye como persona natural (49,3%),** seguido por sociedades de responsabilidad limitada (30,6%). Las sociedades anónimas cerradas solo tienen importancia en las grandes empresas.
- **Más del 85% de las empresas tiene 20 o menos años de edad** contado desde el inicio de actividades en el SII. Por estrato de tamaño, las pymes tienen 15 años de edad en promedio y las grandes empresas 17 años.
- **En el 98,5% de las empresas, el 50% o más de su propiedad está en manos de nacionales.** Solo el 1,1% de las empresas tienen propietarios mayoritarios de origen extranjero; el 41,2% de estas empresas son grandes.
- **Solo un 5,0% de las empresas pertenece a un grupo empresarial.** Se observa gran diferencia por tamaño de empresa: mientras en pymes esto se da en el 5,1% de los casos, en la gran empresa esta cifra sube a 42,1%. Por sector económico, el porcentaje de empresas que es parte de un grupo empresarial llega a 50,6% y 43,6% en intermediación financiera y electricidad-gas-agua respectivamente.
- **1 de cada 2 empresas es de propiedad familiar.** De hecho, este fenómeno está más presente en las empresas de menor tamaño. En efecto, en la pyme y en la microempresa un 49,6% y un 51,1% de las empresas es familiar, mientras que en la gran empresa un 41,3% lo es. Los sectores con más empresas familiares son comercio, manufactura y agro-silvicultura (57,5%; 52% y 50% respectivamente).
- **Un 35,9% de las empresas cuenta con un cliente que concentra el 25% o más de las ventas.** Los sectores en los cuales destaca este fenómeno son pesca, transporte y comunicaciones y minería (67,4%; 58,4% y 55,4% respectivamente).
- **La principal mala práctica que sufren las empresas con ventas concentradas en un cliente son los “acuerdos sólo verbales”,** con un 29,9% de las menciones. Le sigue “atraso en las fechas de pago pactadas” con un 17,6%. Por tamaño de empresa, mientras en las grandes empresas solo el 26,3% indica que sufre alguna de las malas

### Antecedentes

Disponer de una correcta caracterización respecto a qué y cómo son las empresas en Chile es fundamental al momento de diseñar y evaluar las políticas públicas que busquen subsanar las dificultades que enfrentan las empresas para su desarrollo y crecimiento.

A raíz de lo anterior la Unidad de Estudios elaboró el informe de resultados “Empresas chilenas”, con el objeto de contribuir en la elaboración de un diagnóstico de la situación empresarial en Chile a partir de los datos recogidos por la Encuesta Longitudinal de Empresas en su tercera versión.

El informe completo lo encuentra en:

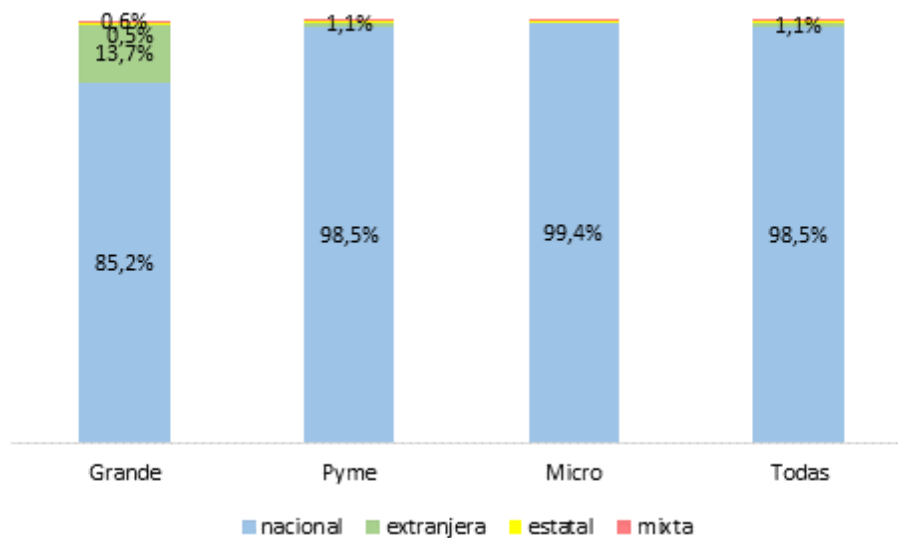
<http://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2015/09/Informe-de-resultados-empresas-chilenas.pdf>

prácticas, en las pymes y microempresas este porcentaje asciende a 39,9% y 44,3% respectivamente.

- **Solo un 2,8% de las empresas exporta directamente** sin embargo en grandes empresas es 25,4% mientras que en pymes solo 2,9%. Los principales sectores de las grandes empresas exportadoras directas son manufactura, minería y pesca.
- **1 de cada 2 pymes cuyos productos llegan a los mercados internacionales utiliza un intermediario**, mientras que para el caso de las grandes empresas esto se da solo en 1 de cada 10 casos.
- **La principal razón para no exportar, según las empresas, es “no les interesa”** con el 61,9% de los casos.
- **El factor “más importante” que afecta el crecimiento de las empresas es el “panorama general de la economía”** con el 27,4% de las menciones. El segundo factor es “demanda limitada en el mercado local” con 13,5%.

## Principales estadísticas según tamaño de empresa<sup>1</sup> y sector económico

**Gráfico 1: Propiedad de las empresas de acuerdo al tipo del dueño principal (posee el 50% de la empresa o más)<sup>2</sup>**

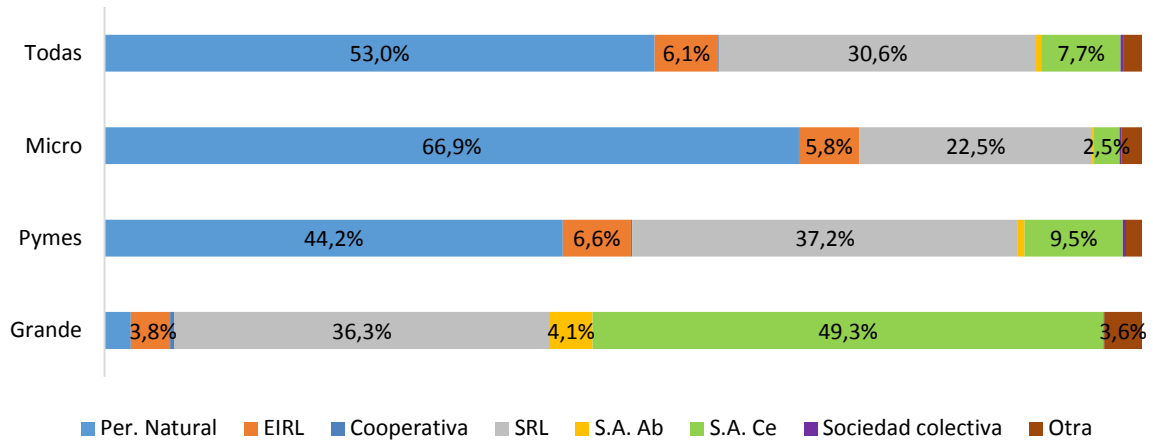


Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

<sup>1</sup> Se consideran micro aquellas empresas cuyas ventas anuales se ubicaron entre 800,01 y 2.400 UF, pequeñas aquellas que registraron ventas entre 2.400,01 y 25.000 UF, medianas las que vendieron entre 25.000,01 y 100.000 UF, y grandes a las que vendieron por sobre 100.000 UF.

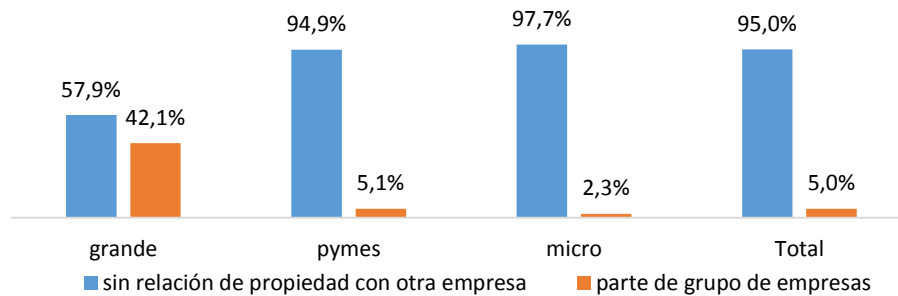
<sup>2</sup> Nacional: más del 50% de la propiedad pertenece a nacionales. Extranjero: más del 50% de la propiedad pertenece a extranjeros. Estatal: más del 50% de la propiedad pertenece al Estado. Mixta: La empresa es compartida en 50% por dos tipos de propietarios.

**Gráfico 2: Tipo de organización jurídica**



Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

**Gráfico 3: Empresas que son parte de grupos empresariales; holding, filiales, subsidiarias, coligadas, entre otros.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

**Tabla 1: Empresas con ventas altamente concentradas con y sin relación de propiedad con cliente principal, por sector económico.**

Sector	Sin ventas concentradas	Con ventas concentradas en empresa no relacionada	Con ventas concentradas en empresa relacionada
Pesca	32,6%	61,4%	5,9%
Transporte y comunicaciones	41,6%	53,0%	5,4%
Agro-silvicultura	45,4%	49,9%	4,7%
Construcción	49,8%	48,8%	1,4%
Explotación de Minas	44,6%	47,8%	7,6%
Actividades Inmobiliarias	51,4%	40,4%	8,2%
Manufactura	61,9%	36,4%	1,7%
EGA	56,7%	23,3%	<b>20,0%</b>
Otras actividades de servicio	76,5%	19,9%	3,6%
Comercio al por mayor	82,7%	16,7%	0,7%
Hoteles y restaurante	86,1%	13,1%	0,8%
Intermediación financiera	75,4%	13,0%	<b>11,6%</b>
<b>Total</b>	<b>64,1%</b>	<b>32,9%</b>	<b>3,0%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

**Tabla 2: Malas prácticas que realiza el cliente principal de empresas con ventas altamente concentradas.<sup>3</sup>**

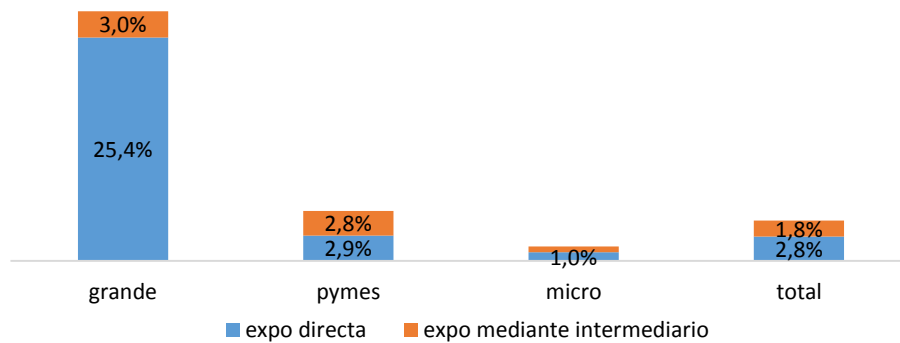
Principales prácticas de cliente principal	grande	pymes	micro	Total
Descuentos arbitrarios	4,6%	8,4%	5,3%	7,0%
Atraso en las fechas de pago pactadas	12,9%	19,4%	15,2%	17,6%
Impedimentos para realizar factoring	8,0%	9,0%	7,3%	8,3%
Acuerdos solo verbales	11,9%	27,0%	35,6%	29,9%
Cambios en las condiciones pactadas <sup>4</sup>	6,4%	9,7%	5,8%	8,1%
<b>Sufre alguna de las malas prácticas</b>	<b>26,3%</b>	<b>39,9%</b>	<b>44,3%</b>	<b>41,1%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

<sup>3</sup> Se considera las alternativas “siempre” y “muchas veces” como práctica que se realiza.

<sup>4</sup> Relativas al producto, logística, reposición de productos, garantías.

**Gráfico 4: Empresas que exportan por tipo de exportación y tamaño de empresa.**



Fuente: Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

**Gráfico 5: Empresas que exportan por sector económico y tamaño de empresa.**

Grandes empresas

↳ Elaboración propia a partir de la Tercera ELE.

Pymes

