



# Informe de resultados: Séptima Encuesta Longitudinal de Empresas

---

**Unidad de Estudios**  
**División Política Comercial e Industrial**

Diciembre 2024

## Resumen Ejecutivo

Este informe presenta los principales resultados de la Séptima Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-7). La encuesta tiene como objetivo caracterizar las empresas formales en Chile, que desarrollan alguna actividad económica y cuyas ventas anuales superaron 800 UF<sup>1</sup>. La representatividad de la encuesta es a nivel nacional, por actividad económica, por tamaño de ventas y el cruce de ambos. El periodo de referencia de la encuesta son los años 2020, 2021 y 2022, y su periodo de levantamiento correspondió al año 2023. A continuación, se presentan algunos de los principales hallazgos:

- Las micro, pequeña y medianas empresas representan conjuntamente al 97 % de las empresas. De las 409.300 empresas que busca representar la ELE-7, el 43 % son micro, el 54 % son PyMe y sólo 3 % son grandes. Al desglosar por actividad económica, se aprecia que más de la mitad de las empresas se concentran en Comercio, Transporte y Manufactura. Los demás rubros representan menos del 10 % cada uno.
- Las empresas grandes generan más del 80 % de los ingresos declarados. Del total de 24.700 millones de UF de ingresos estimados, las PyMes representan el 16 % y las micro el 2 %.
- Se aprecia un aumento en los ingresos reales en todas las actividades entre desde 2020 a 2022. Al comparar los ingresos de 2020 con 2021, se destaca la recuperación del sector Hoteles y servicios de comida. Por otro lado, al comparar 2021 con 2022, se destaca el aumento de los sectores Construcción y Finanzas.
- La utilización y diversidad de uso de fuentes de financiamiento aumenta con el tamaño de la empresa. Se estima que las empresas grandes y medianas utilizan al menos cinco fuentes de financiamiento de forma significativa (sobre 10 %). En cambio, para las pequeñas y micro, sólo tres fuentes de financiamiento son usadas de forma significativa.
- Hasta cinco veces más rechazos de solicitud de prestamos enfrentan las MiPyMe que las grandes empresas. Se estima que el 17 % de las empresas solicitaron al menos un préstamo.
- Más de la mitad de los directorios de empresas grandes están conformados exclusivamente por hombres. En contraste, menos del 1 % están conformados sólo por mujeres y el restante 45 % son mixtos (al menos una mujer).
- Tres de cada cuatro empresas tiene a un hombre como máxima autoridad. En general, esta situación se va acentuando a medida que va aumentando la edad de la persona de máxima autoridad.
- Un quinto de las personas empleadas por empresas son mujeres. La mayoría de las mujeres se encuentran empleadas en las actividades de comercio y servicios en general, mientras que los hombres se ubican preferentemente en construcción y servicios.
- Sólo el 1 % de las empresas realizan algún tipo de gasto en protección medioambiental. De los gastos efectuados, el 85 % se centró en gestión de residuos y menos del 10 % en medidas de protección y atenuación.
- El principal destino de exportaciones de las empresas chilenas fue Asia. De 2.800 millones de UF exportadas, se estima que el 44 % fueron con destino a Asia, de las cuales 28 pp corresponden a China. Le siguen Latinoamérica con 23 % y América del norte con 17 %.

---

<sup>1</sup>La ELE-7 cuenta con un diseño muestral transversal y otro longitudinal. La restricción de ventas anuales superiores a 800 UF aplica para el diseño transversal, mientras que para el longitudinal se flexibiliza a 500 UF de ventas anuales. Para fines de este informe solo se presentan resultados correspondientes al corte transversal.

# Índice General

<b>1</b>	<b>Empresas en Chile</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Ventas</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Descripción financiera</b>	<b>8</b>
<b>4</b>	<b>Personas en la empresa</b>	<b>13</b>
4.1	Personal de alta dirección . . . . .	13
4.2	Personal contratado . . . . .	16
<b>5</b>	<b>Rendimiento de las empresas</b>	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>Clientes, proveedores y exportaciones</b>	<b>22</b>
<b>7</b>	<b>Asociatividad y medioambiente</b>	<b>27</b>
<b>A</b>	<b>Glosario</b>	<b>29</b>

## Índice de Figuras

1	Cantidad de empresas según tipo de organización jurídica . . . . .	2
2	Proporción de empresas según tipo de organización jurídica y tamaño . . . . .	3
3	Ingresos operacionales totales en UF según actividad y tamaño . . . . .	4
4	Ingreso operacional promedio en UF según actividad y tamaño . . . . .	6
5	Razón de ventas según actividad . . . . .	7
6	Distribución de uso de fuentes de financiamiento . . . . .	8
7	Distribución de uso de fuentes de financiamiento según tamaño y tipo de fuente . . . . .	9
8	Proporción de empresas que solicitaron crédito y proporción de empresas respecto el total . . . . .	10
9	Tasa de solicitud y rechazo de préstamos según actividad . . . . .	11
10	Tasa de rechazo condicional a haber solicitado un préstamo . . . . .	12
11	Distribución de empresas según tamaño de la empresa y composición por sexo del directorio . . . . .	13
12	Cantidad y distribución de empresas según la edad y sexo de la máxima autoridad de la empresa . . . . .	14
13	Distribución de personas dueñas y socios/as según actividad y sexo considerando a personas naturales y EIRL . . . . .	15
14	Proporción de ocupados según actividad y sexo . . . . .	16
15	Distribución de personas contratadas según jornada laboral y sexo . . . . .	17
16	Remuneración promedio mensual de las personas trabajadoras según actividad y sexo . . . . .	17
17	Valor agregado según actividad para el año 2022 . . . . .	18
18	Productividad laboral según actividad . . . . .	19
19	Productividad laboral según tamaño . . . . .	20
20	Productividad salarial según actividad . . . . .	20
21	Productividad salarial según tamaño . . . . .	21
22	Proporción de ventas según tipo de cliente y tamaño . . . . .	22
23	Tasa de empresas que realizan ventas o compras en el comercio electrónico según actividad . . . . .	23
24	Distribución de empresas exportadoras según actividad . . . . .	24
25	Tasa de empresas exportadoras según actividad . . . . .	24
26	Tasa de empresas exportadoras según destino . . . . .	25
27	Proporción del valor de las exportaciones según destino . . . . .	26
28	Tasa de participación en asociaciones según actividad. . . . .	27
29	Tasa de empresas que realizaron GPA según tamaño y año . . . . .	28
30	Proporción de GPA según tipo de gasto y año . . . . .	28

## Índice de Tablas

1	Cantidad de empresas por tamaño y actividad económica . . . . .	1
2	Tamaño de empresas según ventas . . . . .	29
3	Glosa completa de nombres abreviados de actividades . . . . .	29
4	Abreviaciones usadas para tipos de organizaciones jurídicas . . . . .	29

## Introducción

El presente informe presenta los principales resultados de la Séptima Encuesta Longitudinal de Empresas (ELE-7), dando una descripción general de las características de las empresas en Chile y el ecosistema en el cual se encuentran insertas. La ELE-7 fue desarrollada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo (MINECON), en conjunto con el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), con el objetivo de caracterizar la realidad empresarial en Chile tanto a nivel transversal como a nivel longitudinal. Además de ser representativa a nivel nacional, es representativa por tamaño de ventas, actividad económica y el cruce de tamaño-actividad para el corte transversal, mientras que para el longitudinal es representativa según actividad y tamaño, separadamente. Para efectos de este informe, solo se presentan resultados para la dimensión transversal.

La población objetivo de la encuesta son las empresas formales entendidas como las que tienen iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII), que desarrollan alguna actividad económica<sup>2</sup> dentro de Chile según la adaptación nacional de la cuarta Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU4.CL 2012) y que superaron un total de 800 UF de ventas anuales durante el año contable 2021. Este último requisito se flexibiliza para las empresas pertenecientes a la dimensión longitudinal, disminuyendo la restricción a un mínimo de 500 UF de ventas anuales.

La periodicidad de la ELE suele ser cada dos años, pero en esta ocasión su recolección fue postergada para el año 2023, por lo que su periodo de referencia son los años 2020, 2021 y 2022. Esta cuenta con un diseño muestral probabilístico estratificado por tamaño, actividad y tramo de inclusión, el cual es construido a partir del Marco Maestro de Empresas del INE, cumpliendo con los criterios de la población objetivo.

En esta versión de la encuesta, se destaca la recuperación de los niveles de representatividad usuales, que se vieron afectados por una baja tasa de respuesta durante la pandemia. También se incluyeron preguntas para caracterizar por sexo a las personas que componen la empresa. Se adicionó un módulo de medioambiente y rediseñaron algunos flujos de preguntas en el cuestionario.

El presente informe cuenta con la innovación de la aplicación del “Estándar para la evaluación de la calidad de las estimaciones en encuestas económicas” desarrollado por el INE, el cual establece criterios muestrales y de dispersión para medir la precisión en la publicación de estimaciones.

El informe contiene ocho capítulos. Primero, se hace una caracterización básica de las empresas en Chile, según su sector y tamaño, y se describe su organización jurídica. Luego, se describen las ventas de las empresas y su evolución durante los años de referencia de la encuesta. En tercer lugar, se hace una descripción financiera de las empresas. En el cuarto capítulo se caracteriza a las personas que componen las empresas. El quinto capítulo describe el rendimiento de las empresas en el plano de la productividad. En el sexto capítulo se describen a los clientes, proveedores y las empresas exportadoras. El séptimo capítulo hace referencia al entorno de las empresas en términos de asociatividad y medioambiente.

---

<sup>2</sup>Se excluyen los siguientes sectores: “Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria”, “Enseñanza”, “Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social”, “Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio” y “Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales”.

## 1. Empresas en Chile

En esta sección se presentarán estadísticas que caracterizan a las empresas que busca representar la ELE-7. En primer lugar, se conocerá la distribución de las empresas, desagregando por tamaño según ventas y actividad económica<sup>3</sup>. Luego, se mostrará cómo se distribuyen estas empresas según su tipo de organización jurídica. Se observa que los sectores de Comercio y Transporte dominan la distribución por tipo de actividad económica. Respecto a la organización jurídica, se encuentra que la mayoría de las microempresas son personas naturales, lo que contrasta con el resto de los tamaños donde la organización jurídica es más diversa en cuanto a categorías.

En la Tabla 1 se enseña cómo se distribuyen las empresas dentro del marco que busca representar la ELE-7. Se puede notar que la encuesta representa a 409.300 empresas del país, de las cuales, 173.891 corresponden a microempresas, 192.150 a empresas pequeñas, 29.811 a medianas y 13.448 son grandes. La distribución por tamaño es muy heterogénea entre sectores. Por ejemplo, en rubros como Minería, casi el 20 % de sus empresas son grandes o medianas. En cambio, en la actividad de Entretención y otros servicios, cerca de un 60 % son microempresas. Por otro lado, dentro de los rubros que concentran gran cantidad de empresas, se encuentra Comercio, con 143.759, junto con Transporte, donde hay 44.010.

**Tabla 1:** Cantidad de empresas por tamaño y actividad económica

Actividad económica	Tamaño				Total
	Grande	Mediana	Pequeña	Micro	
Silvoagropecuario y pesca	717	2.704	17.095	14.952	<b>35.468</b>
Minería	159	292*	1.291	747	<b>2.489</b>
Manufactura	1.894	3.025	19.900	16.618	<b>41.437</b>
EGA	319	327	-	-	<b>646</b>
Construcción	1.172	2.634	19.256	15.574	<b>38.636</b>
Comercio	4.986	11.304	67.234	60.235	<b>143.759</b>
Transporte	975	2.112	19.705	21.218	<b>44.010</b>
Hoteles y servicios de comida	147*	899	9.956	9.669	<b>20.671</b>
Comunicaciones	392	871	4.260	4.043	<b>9.566</b>
Finanzas	583	876	-	-	<b>1.459</b>
Servicios	1.369	2.480	14.243	12.677	<b>30.769</b>
Profesionales	631	1.937	14.224	10.429	<b>27.222</b>
Entretención y otros servicios	104	350	4.986	7.729	<b>13.168</b>
<b>Total</b>	<b>13.448</b>	<b>29.811</b>	<b>192.150</b>	<b>173.891</b>	<b>409.300</b>

(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Cuadros con guión (-) son estratos que la encuesta no busca representar, por lo que no hay observaciones en ellos.

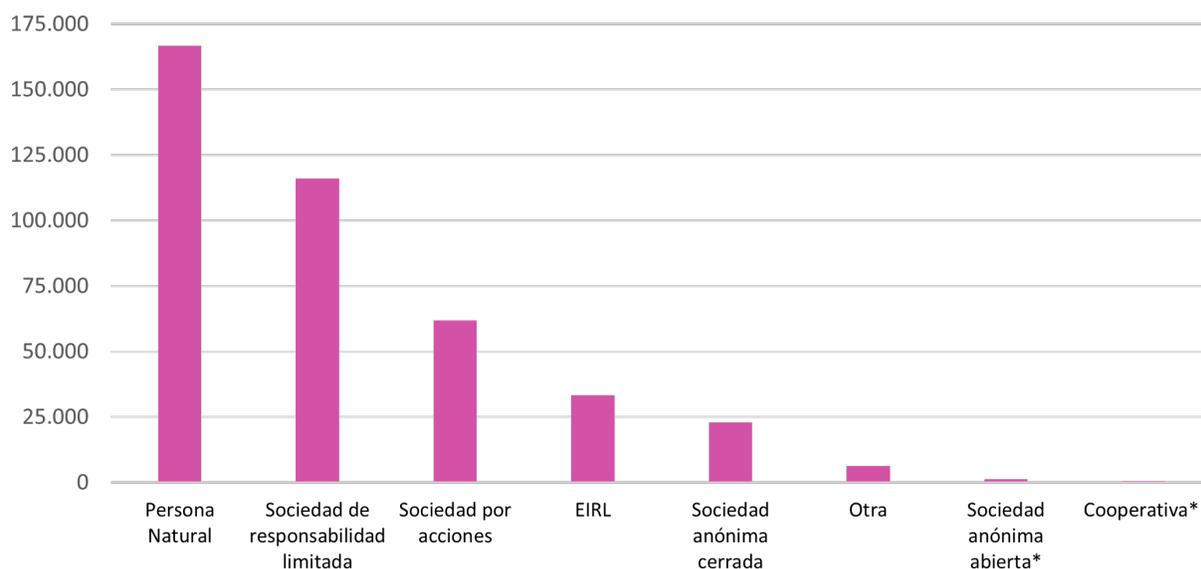
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Saber cómo se distribuyen las empresas que busca representar la ELE-7 en cuanto a organización jurídica, permite comparar con otras fuentes de información y dilucidar el nivel de complejidad organizacional de las empresas. La Figura 1 muestra la cantidad de empresas según tipo de organización jurídica, y las categorías están ordenadas de mayor a menor de izquierda a derecha. En la figura se puede apreciar

<sup>3</sup>Para más detalles sobre estas clasificaciones, revisar Glosario.

que la organización jurídica más numerosa es la de Persona Natural, la que cuenta con aproximadamente 166 mil empresas. Por su parte, la segunda categoría más numerosa es la de Sociedad de responsabilidad limitada, la cual alcanza 116 mil, seguida de Sociedad por acciones aproximadamente con 62 mil.

**Figura 1:** Cantidad de empresas según tipo de organización jurídica

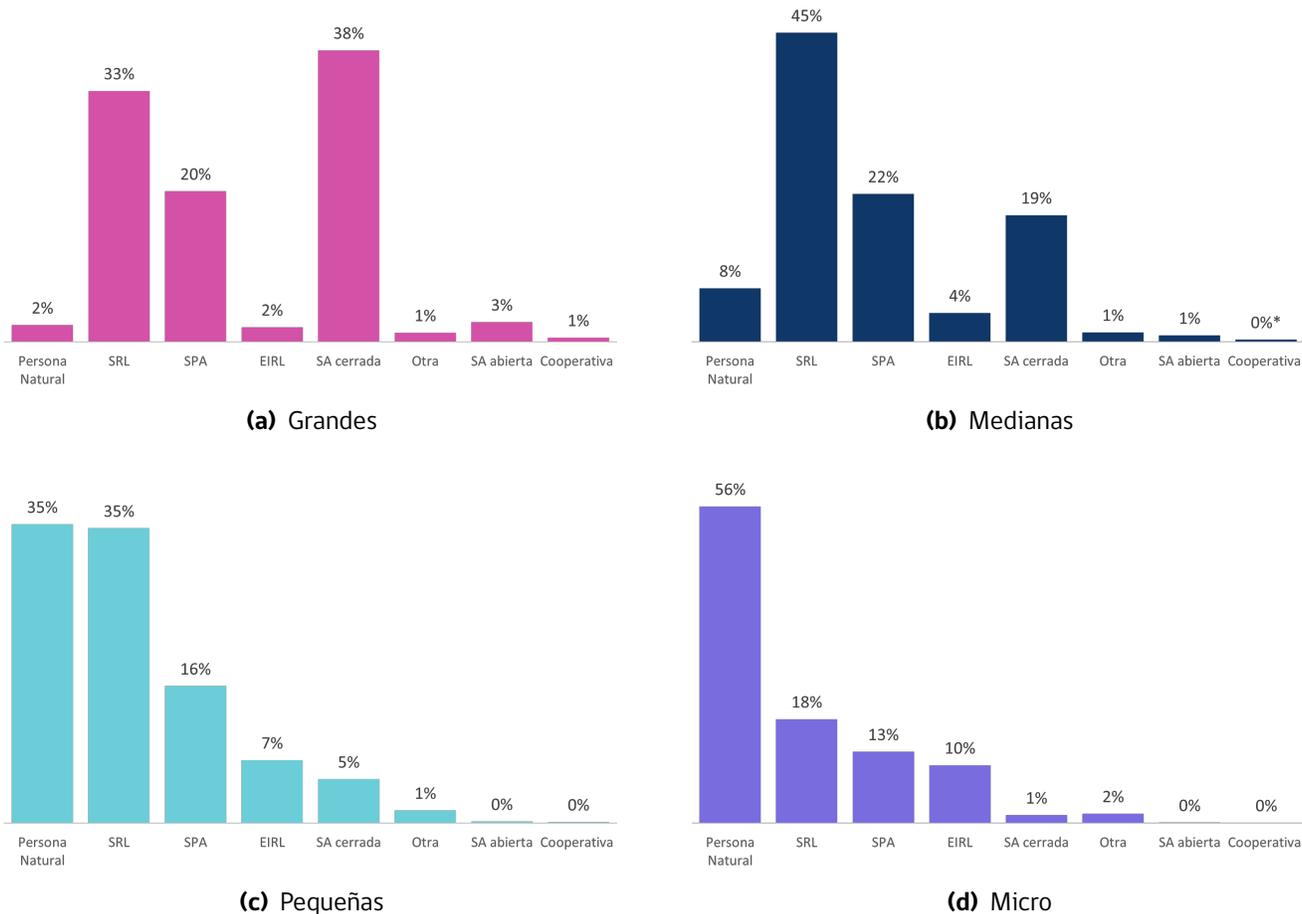


(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Este ordenamiento de categorías de organización jurídica es distinto para cada tamaño de empresa, lo que se puede ver en la Figura 2. Cada sub-panel de la figura tiene las categorías en el mismo orden que en la Figura 1, lo que permite contrastar cada tamaño de empresa con el agregado, y las barras suman 100 % por tamaño según ventas. Si bien las pequeñas y micro empresas mantienen la jerarquía observada a nivel agregado, se observa que las medianas y grandes tienden a tener organizaciones jurídicas más complejas que contrastan con el ordenamiento a nivel agregado. Así, observa que, al igual que a nivel agregado, en el caso de las microempresas, el tipo Persona Natural domina la categorización según organización jurídica, con 56 %. Por otro lado, la organización jurídica mayoritaria en las empresas medianas es la Sociedad de responsabilidad limitada, con 45 % y, dentro de las empresas grandes, es la Sociedad anónima cerrada con un 38 %.

**Figura 2:** Proporción de empresas según tipo de organización jurídica y tamaño



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Abreviaturas usadas disponibles en Tabla 4 del Glosario.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

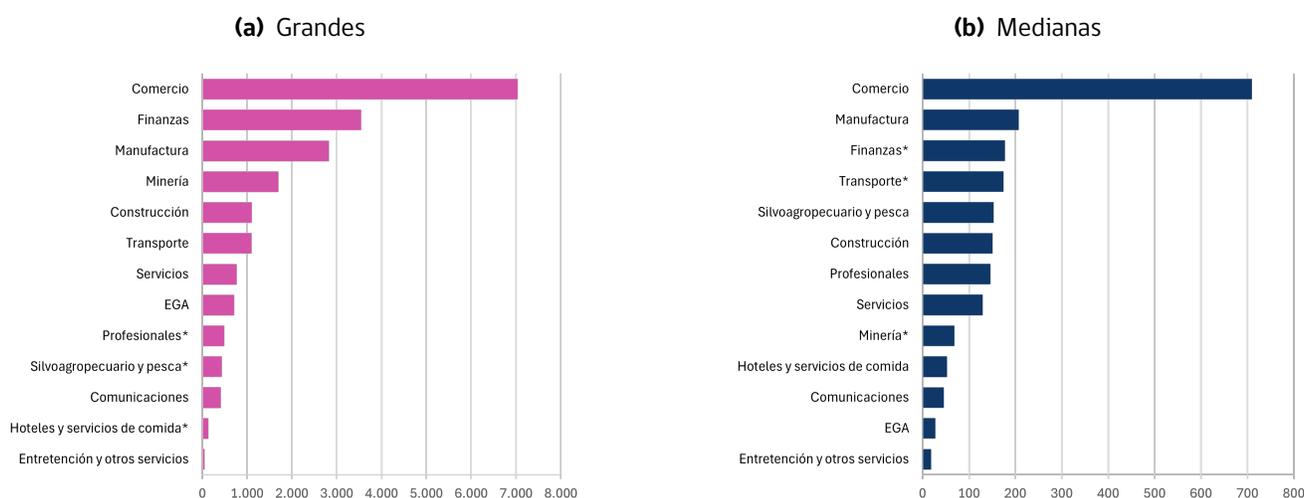
## 2. Ventas

La presente sección caracteriza el nivel de ventas<sup>4</sup> de las empresas representadas en la ELE-7 y su evolución a lo largo de los años de referencia. Primero, se describen los ingresos operacionales totales y promedio para 2022, por tamaño y sector. Luego, se estima la evolución de la razón de ventas por actividad entre 2020 y 2022, aprovechando el año adicional de referencia en esta versión de la encuesta.

Los resultados evidencian las características estructurales de los sectores. El sector Comercio, si bien posee un alto grado de atomización con un gran número de empresas en todas las categorías de tamaño (ver sección Tabla 1), representa la mayor parte de las ventas en 2022. Por otro lado, se confirma la gran incidencia del sector Minería, que evidencia altos promedios de venta en todas las categorías de tamaño excepto en el caso de las microempresas. Por su parte, la evolución de las ventas de las empresas entre 2020 y 2022 muestra una recuperación respecto a la situación en pandemia en todos los sectores, liderada por el sector Hoteles y servicios de comida, aunque esta recuperación se desacelera si se compara el bienio 2021-2022 con 2020-2021.

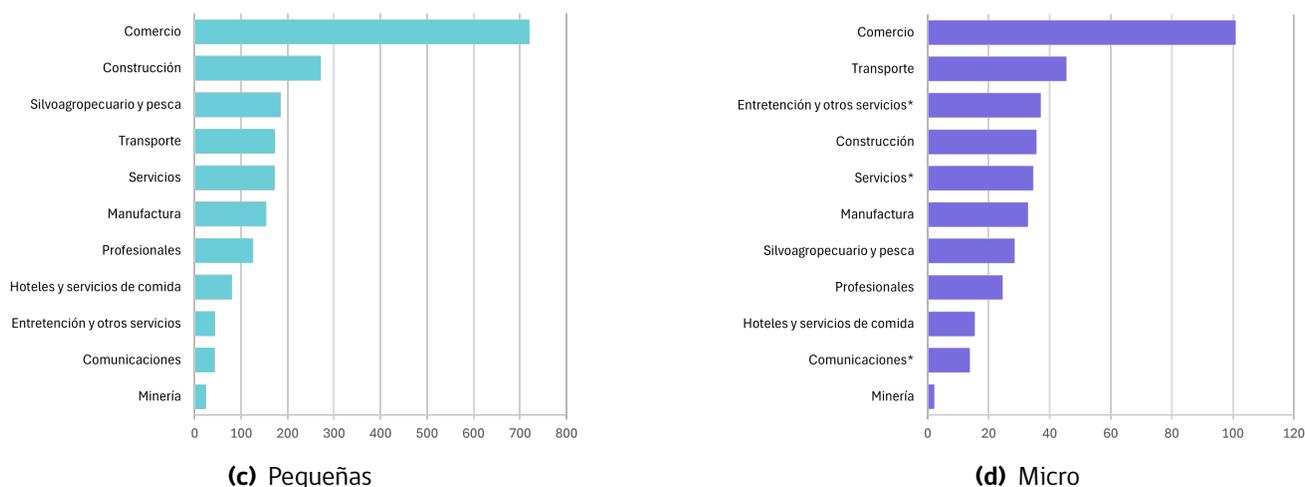
La Figura 3 ilustra el total de ventas en 2022 por actividad para cada tamaño, expresado en millones de unidades de fomento (UF). Se observa que, a través de todos los tamaños, el sector Comercio aporta con gran parte de las ventas, lo que se condice con su mayor prevalencia en la distribución según sectores. Los sectores que siguen a Comercio reportan la mitad o menos, destacando el sector Manufactura en las empresas medianas (207 millones de UF), con menos de un tercio de ventas que el sector Comercio (710 millones de UF). Por otro lado, uno de los sectores con menos ventas en 2022 es el sector Entretenimiento y otros servicios, con un total de 44 millones de UF en empresas grandes y 19 millones de UF en empresas medianas. En el caso de empresas pequeñas y microempresas, el sector con menos ventas corresponde a Minería con 24 y 2 millones de UF, respectivamente. Esto contrasta con las empresas grandes del mismo sector, que totalizaron unos 1.694 millones de UF en ventas en 2022.

**Figura 3: Ingresos operacionales totales en UF según actividad y tamaño**



<sup>4</sup>En la ELE-7 se define las ventas como la suma de los ingresos operacionales, que vienen dados por las partidas de "Ingresos por actividad principal de la empresa" y "Otros ingresos operacionales". Estas son medidas en pesos y se han convertido a UF en este informe usando el valor promedio del año de referencia correspondiente. Para 2022 se utilizó un valor de UF 33.047,14 pesos, para 2021 un valor de 29.802,93 pesos y para 2020, un valor de 28.678,81 pesos.

## Continuación



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Nota: Las actividades de EGA y Finanzas en los tamaños pequeño y micro no aparecen porque no fueron parte del diseño muestral.

Nota 2: Cifras en millones de UF.

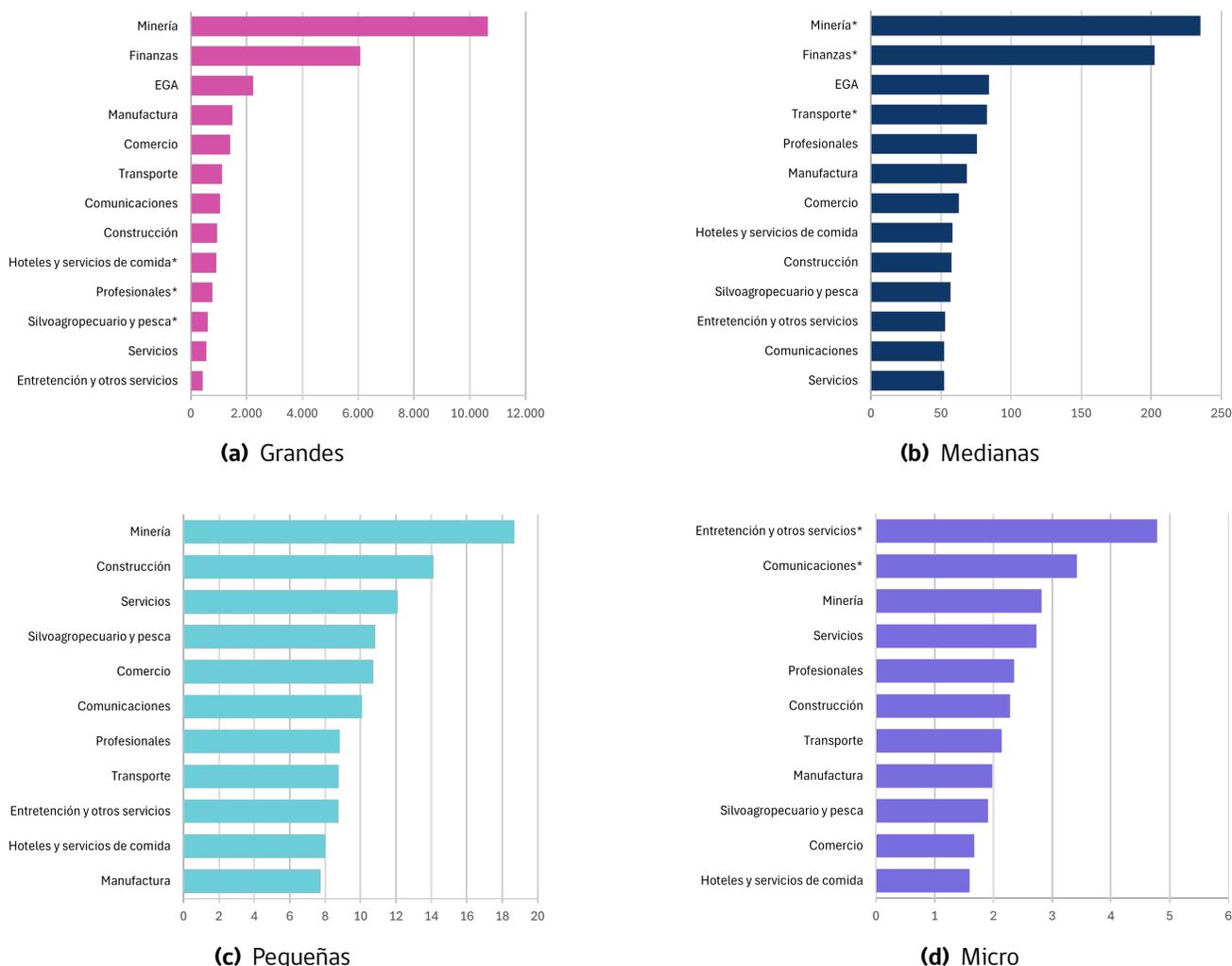
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Por su parte, la Figura 4 muestra las ventas promedio por sector para cada tamaño para el año 2022 en miles de UF. Este indicador permite caracterizar a las empresas a un nivel desagregado que facilita las comparaciones que no se pueden realizar con el indicador basado en ventas agregadas, analizadas anteriormente. El primer resultado a destacar es cómo la distribución sectorial de las ventas promedio se hace más homogénea a medida que disminuye el tamaño de las empresas. Esto se evidencia al observar que la diferencia entre los sectores de mayor y menor ventas promedio es considerablemente mayor en las empresas grandes que en las MiPyMEs. Destaca, en particular, que en las microempresas el sector que tiene mayores ventas promedio sólo es solo aproximadamente tres veces mayor que el sector de menos, lo que evidencia la mayor homogeneidad relativa de las empresas en esta clasificación de tamaño.

El segundo resultado a destacar es cómo cambia la composición de cuáles son los sectores con mayores ventas promedio a medida que disminuye el tamaño de la empresa. Se observa que los tres sectores de mayores ventas promedio son los mismos para las categorías de empresas grandes y medianas: Minería, Finanzas, y Electricidad, Gas y Agua. Este orden cambia al mirar a las pequeñas y medianas, aunque Minería sigue liderando en el caso de las pequeñas.

Finalmente, se observa como el ordenamiento sectorial según ventas promedio difiere significativamente de aquel según ingresos totales. Se estima que, en promedio, las empresas grandes del sector Minería tuvieron ventas por 10 millones de UF en el año. Para empresas pequeñas y microempresas, el promedio de este sector corresponde a 19 mil y 3 mil UF, respectivamente. En comparación con la Figura 3 ya no se observa al sector Comercio entre las empresas con mayores ventas. Este sector tiende a ubicarse en la medianía de sectores en casi todos los tamaños. Sin embargo, en microempresas, Comercio es uno de los sectores con menores ventas promedio de 2022, con casi 2 mil UF en ventas por microempresa del sector.

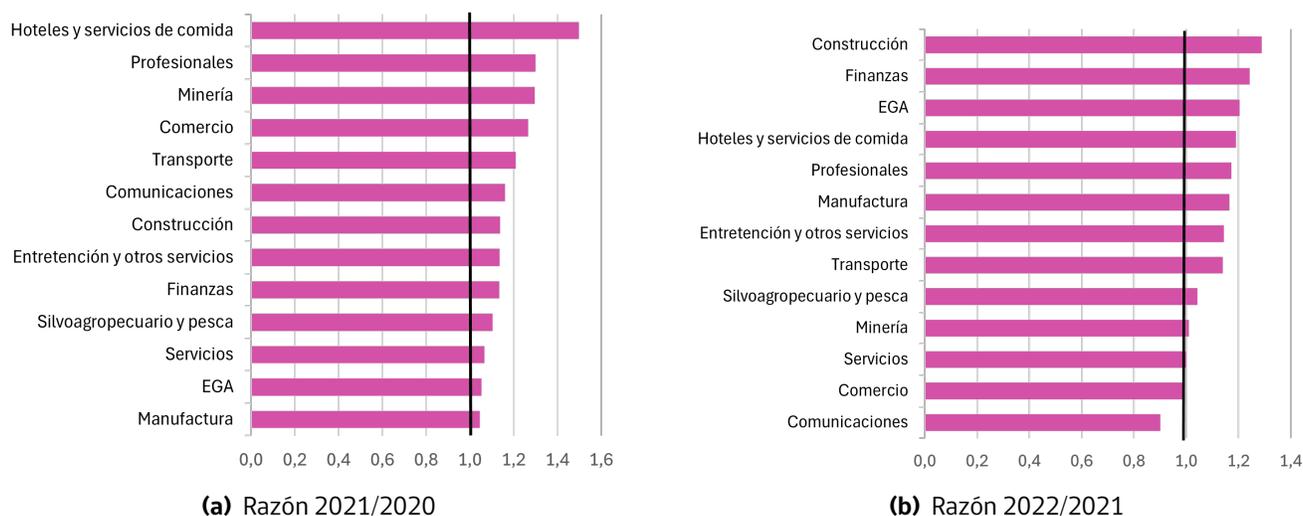
**Figura 4:** Ingreso operacional promedio en UF según actividad y tamaño



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
 Nota: Las actividades de EGA y Finanzas en los tamaños pequeña y micro no aparecen porque no fueron parte del diseño muestral.  
 Nota 2: Cifras en miles de UF.  
 Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Finalizando la caracterización de las ventas, se analiza la evolución de sus ventas a lo largo de los años de referencia de la encuesta. En la Figura 5, se exhibe la razón de ventas 2021/2020 y 2022/2021 de cada actividad. Ella corresponde a dividir la suma de ingresos por ventas del año, por la suma de ingresos del año anterior, ambos expresados en UF para medirlos en términos reales. La línea vertical de color negro está fijada en el valor 1,0, por lo que si un sector supera ese umbral significa que las ventas reales del sector crecieron durante el periodo correspondiente. En cambio, si la barra del sector no supera dicho umbral, significa que aquel sector experimentó un decrecimiento en el periodo.

**Figura 5: Razón de ventas según actividad**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Considerando ambos paneles de la figura, el primer resultado que se destaca es que todas las actividades incrementaron sus ingresos por ventas en 2022 con respecto al año 2020. Este resultado es de esperar considerando las distintas restricciones de movilidad que afectaron a las empresas durante el punto más álgido de la pandemia de Coronavirus. En segundo lugar, se observa que en la gran mayoría de los sectores hubo crecimiento en términos de ventas en ambos años, excepto en el caso del sector Comunicaciones, cuya razón de ventas de 2020 a 2021 fue de 1,2 y de 0,9 de 2021 a 2022, lo que evidencia una caída en sus ventas en el último año de referencia de la ELE-7.

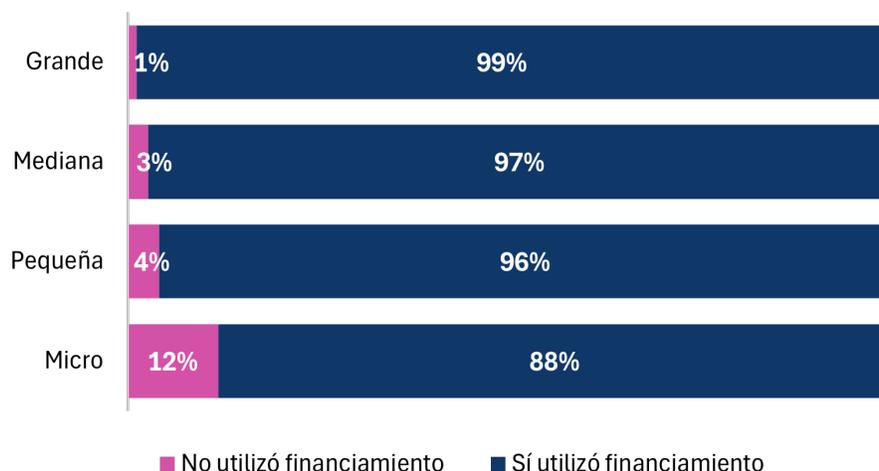
Un rubro que se vio fuertemente afectado por las restricciones de movilidad impuestas en pandemia es el de Hoteles y servicios de comida. Se observa en el primer panel que lideró la recuperación relativa en ventas, la que ocurrió en gran parte en 2021, cuando se liberaron las restricciones sanitarias. Entre 2020 y 2021, se estima que su razón de ventas fue de 1,5. Mientras, de 2021 a 2022, la razón estimada fue de 1,2. Siendo una actividad muy afectada por la pandemia, el sector pudo retornar a su nivel normal de actividad con la eliminación de restricciones sanitarias. Por su lado, el sector que menos creció entre 2020 y 2021 fue el de Manufactura, levemente superando el umbral de 1,0. No obstante, entre 2021 y 2022 se observa como crece poco menos 20 %, y se ubica en la mitad de la distribución sectorial.

### 3. Descripción financiera

Parte importante del quehacer de toda empresa es obtener recursos para la realización de sus actividades, por lo que es necesario describir de dónde vienen aquellos recursos. En esta sección se describen las fuentes de financiamiento de las empresas y las solicitudes y rechazos de créditos durante 2022. Se observa que a medida que se reduce el tamaño, más empresas declaran no haber usado financiamiento en 2022. Y de las que sí declaran haber usado financiamiento, la diversidad de fuentes disminuye a medida que disminuye el tamaño. Finalmente, se estima que al momento de solicitar un crédito, las MiPyMes son rechazadas cinco veces más que las empresas grandes<sup>5</sup>.

La ELE-7 permite clasificar a las empresas de acuerdo con si utilizó o no financiamiento en 2022. La Figura 6 muestra la distribución de uso o no uso de financiamiento en 2022 por tamaño de empresa. Se observa que, en todas las categorías de tamaño, gran parte de las empresas usó al menos una fuente de financiamiento. Sin embargo, la proporción de empresas que no usó financiamiento aumenta a medida que se reduce el tamaño de la empresa. Por ejemplo, se estima que un 1 % de las empresas grandes no utilizó financiamiento en 2022, mientras que dicha cifra alcanza un 12 % cuando se trata de microempresas.

**Figura 6:** Distribución de uso de fuentes de financiamiento



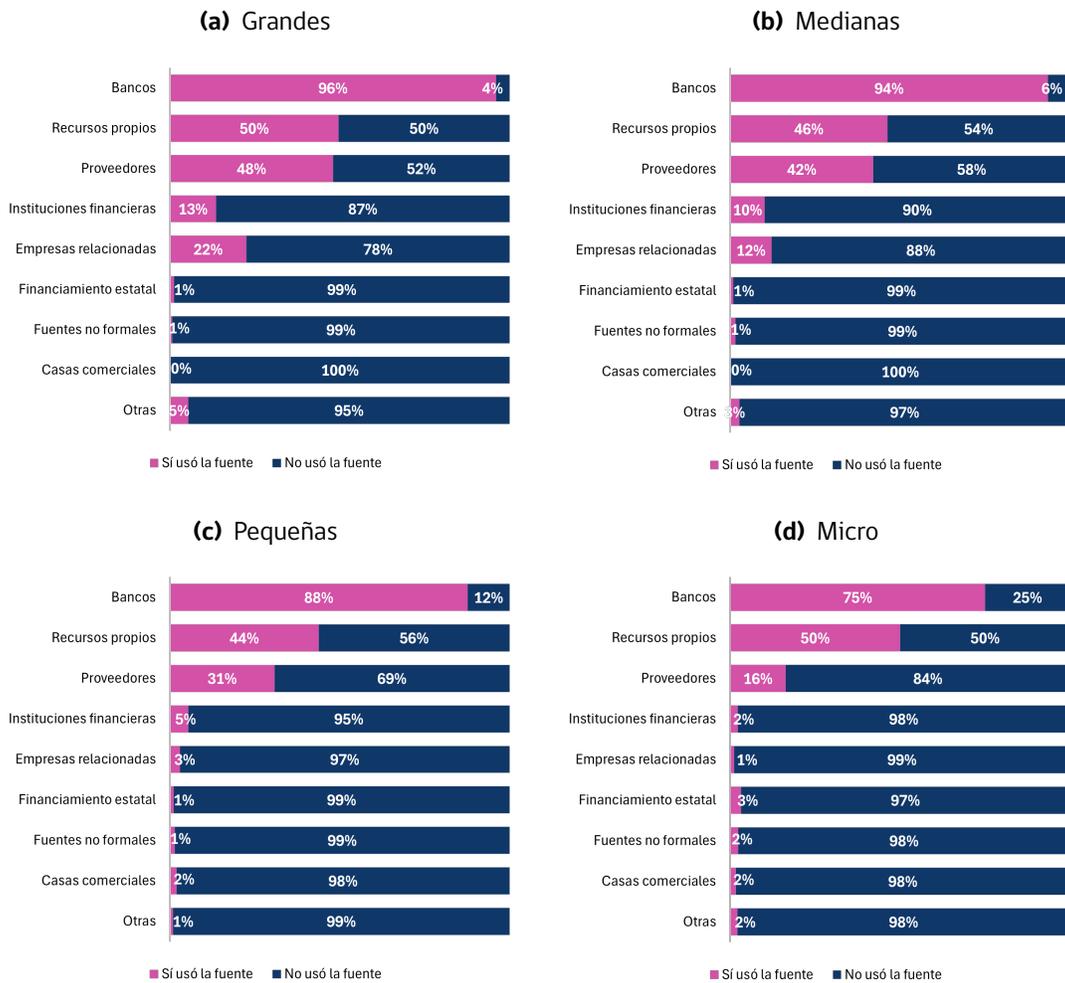
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

La Figura 7 muestra cuáles fueron las fuentes de financiamiento utilizadas por las empresas durante 2022. A nivel nacional, se estima que un 83 % de las empresas utiliza Bancos como una de sus fuentes de financiamiento, seguido de Recursos propios con un 47 % y de 26 % que recurre a Proveedores como una de sus fuentes de financiamiento. El mismo patrón se repite a nivel de tamaño, pero con algunas leves diferencias. Por ejemplo, se estima que un 75 % de las microempresas se financia a través de Bancos y un 16 % a través de Proveedores en 2022. En cambio, un 22 % de las empresas grandes se financió a través de Empresas relacionadas, proporción que llega a solo un 3 % a nivel nacional.

También se desprende que tanto pequeñas como microempresas tienen tres fuentes de financiamiento principales (sobre 10 % de uso), mientras que en empresas medianas y grandes llegan a ser cinco.

<sup>5</sup>Cabe señalar que este resultado se obtiene condicionando la muestra en aquellas empresas que declaran que solicitaron un crédito.

**Figura 7:** Distribución de uso de fuentes de financiamiento según tamaño y tipo de fuente

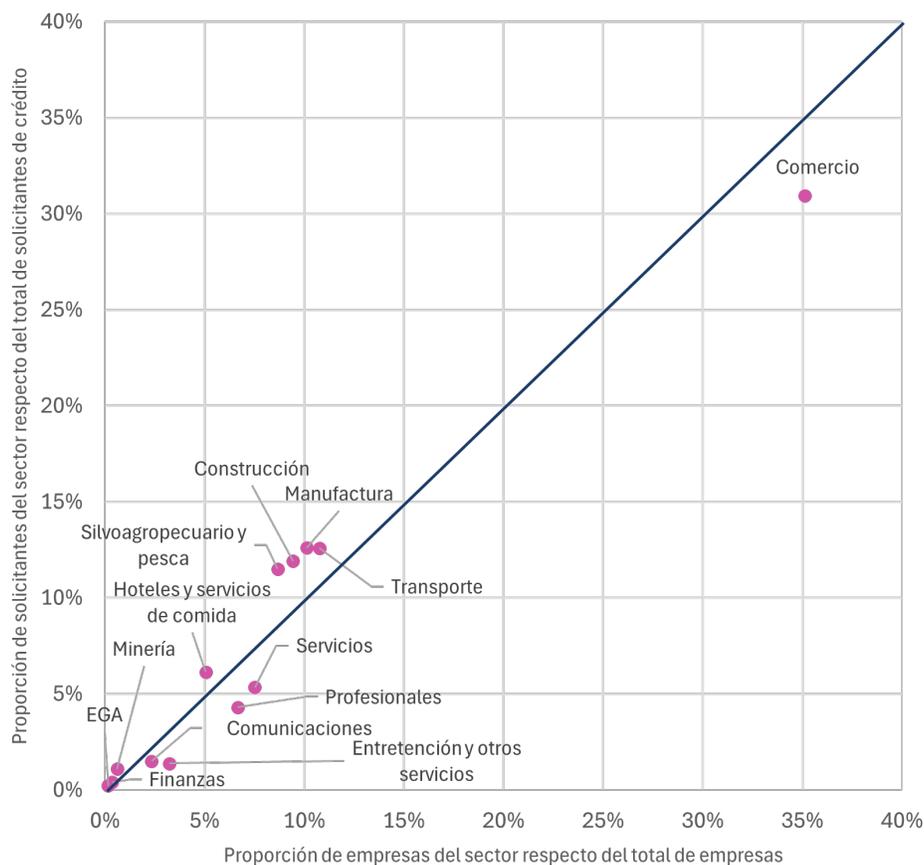


Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Esto refleja que empresas grandes y medianas tienden a tener una mayor diversidad de fuentes de financiamiento comparado con empresas pequeñas y micro.

La ELE-7 no solo permite caracterizar las fuentes existentes de financiamiento de las empresas, como en el análisis anterior, sino que además indaga sobre la demanda por créditos bancarios de las empresas. Para entender la composición sectorial de la demanda por créditos, la Figura 8 muestra la proporción de empresas solicitantes de un crédito en 2022 respecto a su proporción dentro del total de empresas, desglosado por actividad económica. El eje vertical ordena a los sectores según la proporción de los solicitantes de créditos que pertenecen a un sector en particular, mientras que el eje horizontal corresponde a la distribución sectorial de las empresas. La línea recta de 45 grados señala la igualdad de proporciones. Si un sector se encuentra por debajo de la línea de 45 grados, significa que dicho sector está subrepresentado en la composición de la demanda por créditos bancarios. En contraste, si un sector se encuentra por arriba de la línea de 45 grados, significa que dicho sector está sobrerrepresentado.

**Figura 8:** Proporción de empresas que solicitaron crédito y proporción de empresas respecto el total



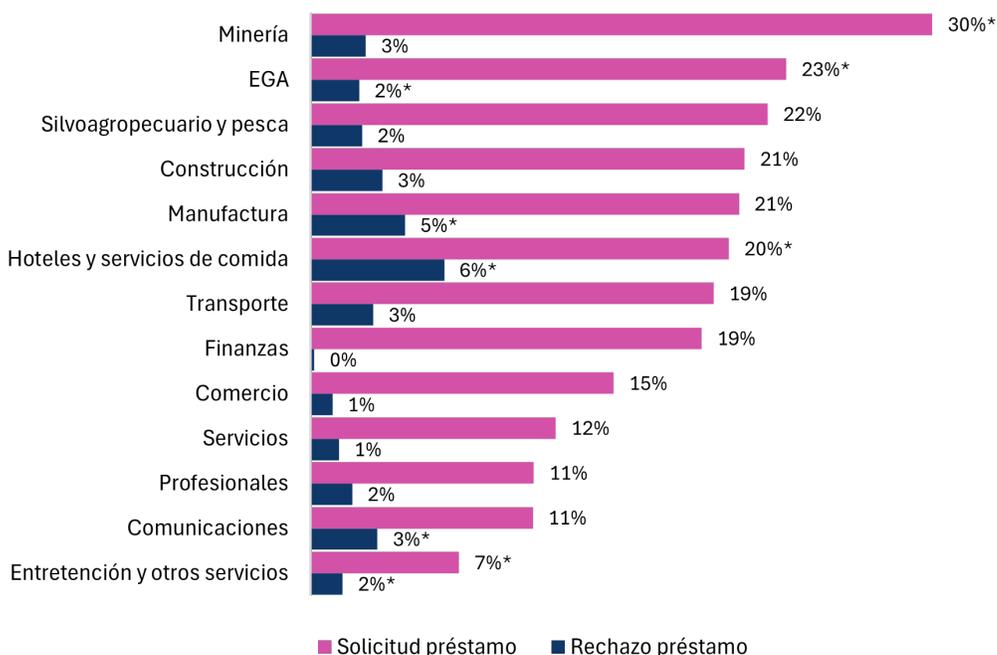
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

En general, los sectores se encuentran en torno a la línea de 45°, mostrando que las distintas actividades económicas tienen una proporción de solicitud de crédito similar a su proporción en el mercado. La figura muestra además una concentración de sectores en el extremo inferior izquierdo de la figura, en contraste con el sector Comercio, que se ubica en el extremo superior derecho, lo que es debido a su mayor prevalencia en el total de empresas. Sin embargo, a pesar de que este sector representa a una gran cantidad de empresas, su fracción del total de empresas solicitantes de crédito es menor. Se estima que del total de empresas, un 35 % corresponde al sector Comercio, mientras que el 31 % de empresas solicitantes de crédito son de dicho sector. Otros sectores subrepresentados incluyen el sector Servicios, Profesionales, y Entretención y otros servicios. Por otro lado, se observa que sectores que están significativamente sobrerrepresentados en la demanda por crédito bancario son Manufactura, Transporte, Construcción y Silvoagropecuario y pesca.

El acceso al financiamiento bancario no depende sólo de tener demanda. Se estima que unas 68 mil empresas solicitaron un crédito en 2022, de las cuales cerca de 10 mil reportan que su solicitud fue rechazada. En términos relativos, esto significa que, a nivel nacional, se estima que el 17 % de las empresas solicitaron al menos un crédito en 2022 mientras que un 2 % de las empresas fueron rechazadas en sus solicitudes de créditos. La Figura 9 muestra la tasa de solicitud y rechazo de créditos por actividad. Un 22 % de las empresas del sector Silvoagropecuario y pesca solicitan un crédito, siendo rechazadas un 2 % del total de empresas del sector. Le sigue el sector Construcción, donde el 21 % de las empresas

solicitan un crédito, siendo rechazadas un 3 % del total de empresas de este sector. Respecto al sector Comercio, la tasa de rechazo de créditos se estima en 1 %. Finalmente, en el sector Finanzas un 19 % de las empresas solicitan créditos, con aproximadamente una tasa nula de rechazos respecto del total sectorial de empresas.

**Figura 9:** Tasa de solicitud y rechazo de préstamos según actividad



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Tanto la tasa de solicitud como de rechazo son respecto al total de empresas de la actividad.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

La tasa de rechazo de créditos condicional a haber solicitado uno es información relevante para las empresas al momento de solicitar un crédito<sup>6</sup>. Esta tasa se puede obtener mediante la siguiente identidad:

$$\% \text{ Rechazo condicional} = \frac{\% \text{ Rechazo préstamo}}{\% \text{ Solicitud préstamo}}$$

Sin embargo, estimar proporciones sobre una población pequeña (como lo son las 10 mil empresas con créditos rechazados) es algo que suele entregar cálculos poco fiables. Por lo que para mostrar la tasa de rechazo condicional, se hace una comparación entre empresas Grandes y MiPyMes<sup>7</sup>. Se estima que en MiPyMes hay un 16 % de empresas solicitantes de créditos y 2 % de empresas rechazadas. Ocupando la ecuación anterior, se obtiene que la tasa de rechazo condicional de las MiPyMes es de 15 %<sup>8</sup>.

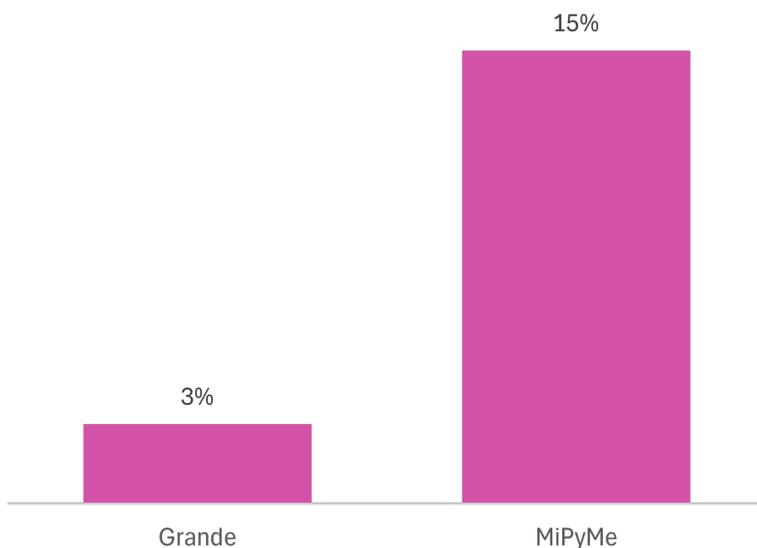
<sup>6</sup>De aquí en adelante, referida como "tasa de rechazo condicional".

<sup>7</sup>Estimar la tasa de rechazo condicional a haber solicitado un crédito en el año 2022, por actividad o a mayor desagregación de tamaño, entrega resultados que no son publicables de acuerdo con el estándar de calidad para las estimaciones de encuestas empresariales del INE.

<sup>8</sup>Para llegar a esta cifra se ocupan todos los decimales de las cifras estimadas en la fracción. Sin embargo, éstas son redondeadas para su publicación.

Los resultados de este ejercicio para empresas grandes y MiPyMes se pueden ver en la Figura 10. Se observa que a un 3 % de las empresas grandes que solicitaron un préstamo en 2022 se les rechazó. Esto contrasta con lo estimado para las MiPyMes, donde la tasa de rechazo condicional llegó a ser cinco veces la tasa de rechazo para empresas grandes.

**Figura 10:** Tasa de rechazo condicional a haber solicitado un préstamo



Nota: Para este gráfico, la tasa de rechazo usa como denominador exclusivamente a las empresas que solicitaron un crédito.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

## 4. Personas en la empresa

A continuación, se describirá cómo se distribuyeron en el año 2022 las personas que forman la empresa. En la primera subsección, se mostrará una caracterización de las personas que ocupan posiciones de poder dentro de ella y en la siguiente al personal contratado. Los resultados de esta sección arrojan que los directorios de empresas grandes están particularmente masculinizados. Por otro lado, se nota una diferencia relevante en las jornadas laborales de personas contratadas, donde se muestra una gran presencia de hombres en trabajos a tiempo completo y de mujeres en trabajos de jornada parcial.

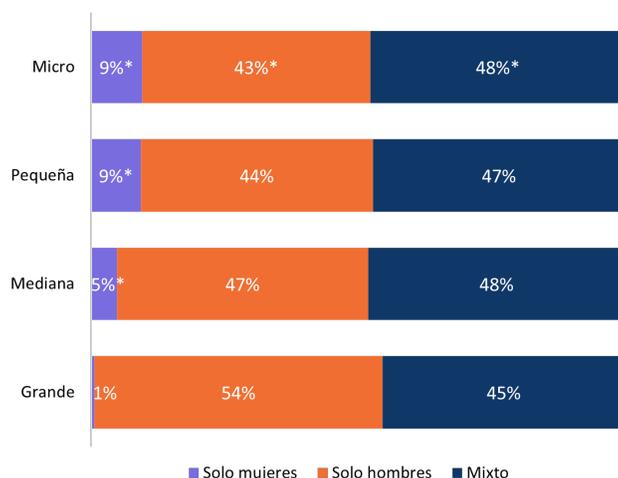
### 4.1. Personal de alta dirección

En la ELE-7 se pregunta por tres definiciones de personal de alta dirección. Se pregunta por el sexo y edad de la máxima autoridad dentro de la empresa; por la cantidad de dueños, dueñas, socios y socias; y, por último, se pregunta si la empresa tiene directorio y la composición de este. A continuación, se muestran estadísticas descriptivas de la distribución por sexo de cada una de estas categorías.

De 209 mil empresas que no son persona natural o EIRL, 38 mil tenían directorio (correspondiente al 19%). Al agregar todos esos directorios, se estima una composición de 105 mil directores y de 37 mil directoras, lo que corresponde 74% y 26% respectivamente. Profundizando el análisis a nivel de directorios, se clasifican los directorios según si son integrados solamente por hombres, solo mujeres o tenían una composición mixta (tener al menos un hombre y una mujer). A nivel nacional, un 46% de los directorios estuvieron compuestos por solo hombres, un 47% son mixtos y el 7% restante se formaron de solo mujeres.

No obstante, al considerar el tamaño de la empresa, dichas proporciones cambian. La Figura 11 muestra esta distribución. Dentro de las empresas pequeñas, un 44% de los directorios estuvieron compuestos solo por hombres, en medianas 47% y en grandes 54%. Esto último contrasta fuertemente con el 1% de directorios compuesto solo por mujeres en empresas grandes. De lo anterior se concluye que, en las empresas grandes, los directorios están particularmente masculinizados.

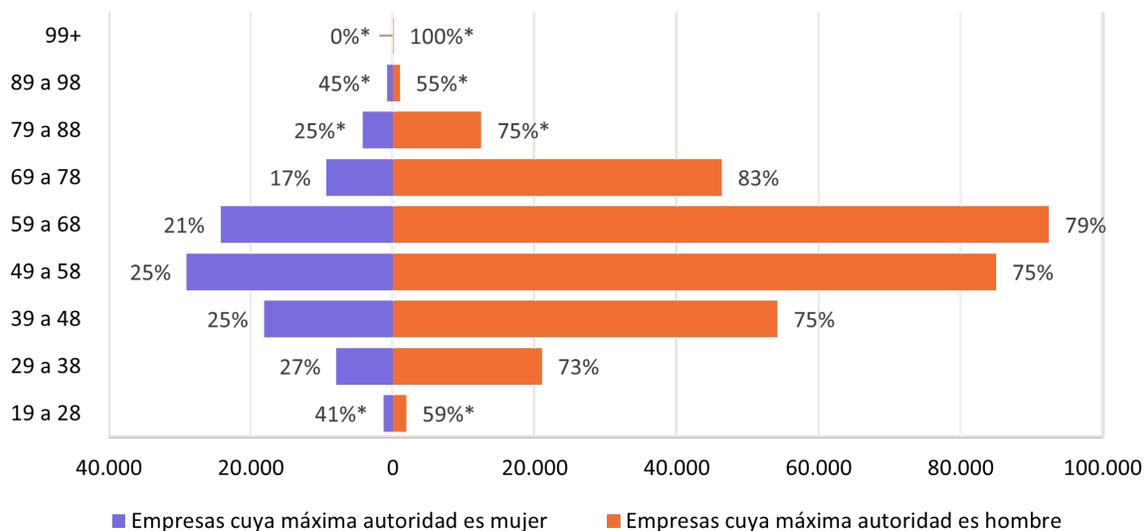
**Figura 11:** Distribución de empresas según tamaño de la empresa y composición por sexo del directorio



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

La Figura 12 muestra la distribución según tramo etario y sexo, de la máxima autoridad de la empresa. Un 23 % del total tuvo como máxima autoridad una mujer, lo que se traduce en 95 mil empresas, mientras que el 77 % restante fue dirigido por hombres, lo que representa a 314 mil. Una alta proporción de las empresas tiene una figura de máxima autoridad entre los 49 a 68 años. En particular, se estiman cerca de 92 mil empresas (79 % dentro del tramo) cuya máxima autoridad fue un hombre de 59 a 68 años. Mientras que en el caso de las mujeres, dentro del tramo etario de 49 a 58 años, 29 mil empresas (25 % dentro del tramo) tuvo una como máxima autoridad. Se observa una tendencia en la cual a medida que se avanza en el tramo de edad, más masculinizada se vuelve la distribución de máximas autoridades dentro de la empresa. Se pasa de una distribución cercana a 3 de cada 4 máximas autoridades hombres entre 29 y 58 años, para luego llegar a 4 de cada 5 entre 59 y 78 años.

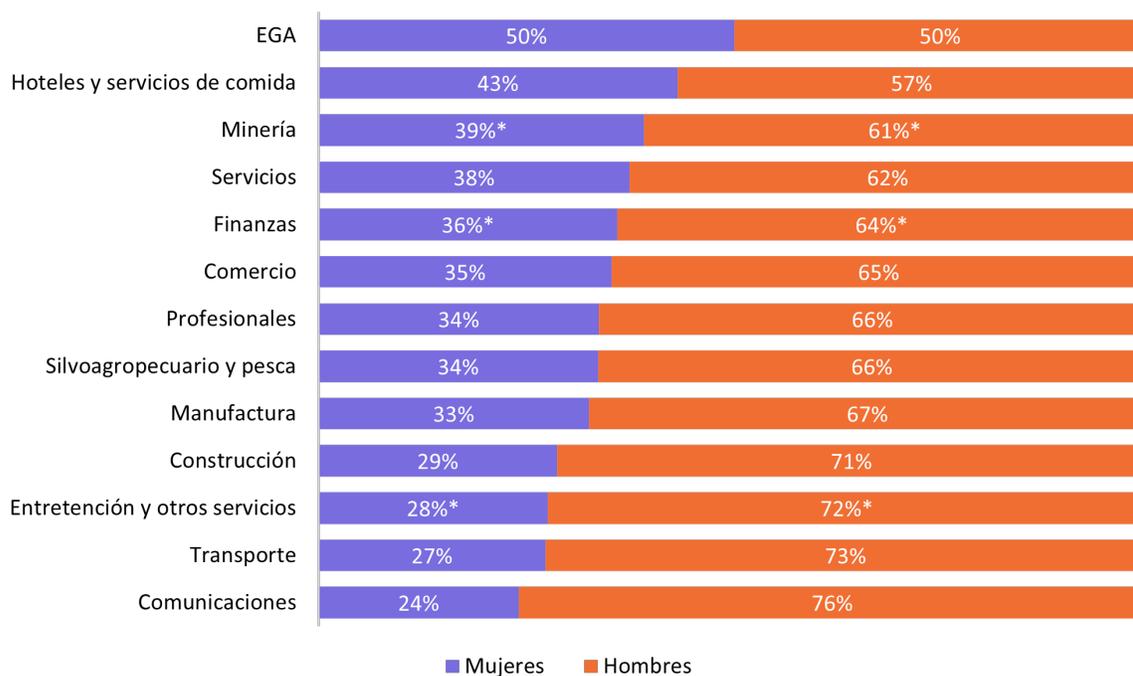
**Figura 12:** Cantidad y distribución de empresas según la edad y sexo de la máxima autoridad de la empresa



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Por otro lado, la Figura 13 muestra la distribución por sexo de los dueños, dueñas, socios y socias, dentro de cada actividad económica. Se estima que en 2022 hubo 432 mil dueños y socios hombres, mientras que 228 mil eran mujeres. Lo anterior significa que un 65 % son hombres y 35 % mujeres. Sin embargo, dicha cifra se distribuye de forma heterogénea entre sectores. Por ejemplo, en el sector de Suministro de Electricidad, Gas y Agua, una de cada dos personas dueñas y socias es mujer. En cambio, en el sector Comunicaciones se da que una de cada cuatro personas dueñas y socias es mujer.

**Figura 13:** Distribución de personas dueñas y socios/as según actividad y sexo considerando a personas naturales y EIRL

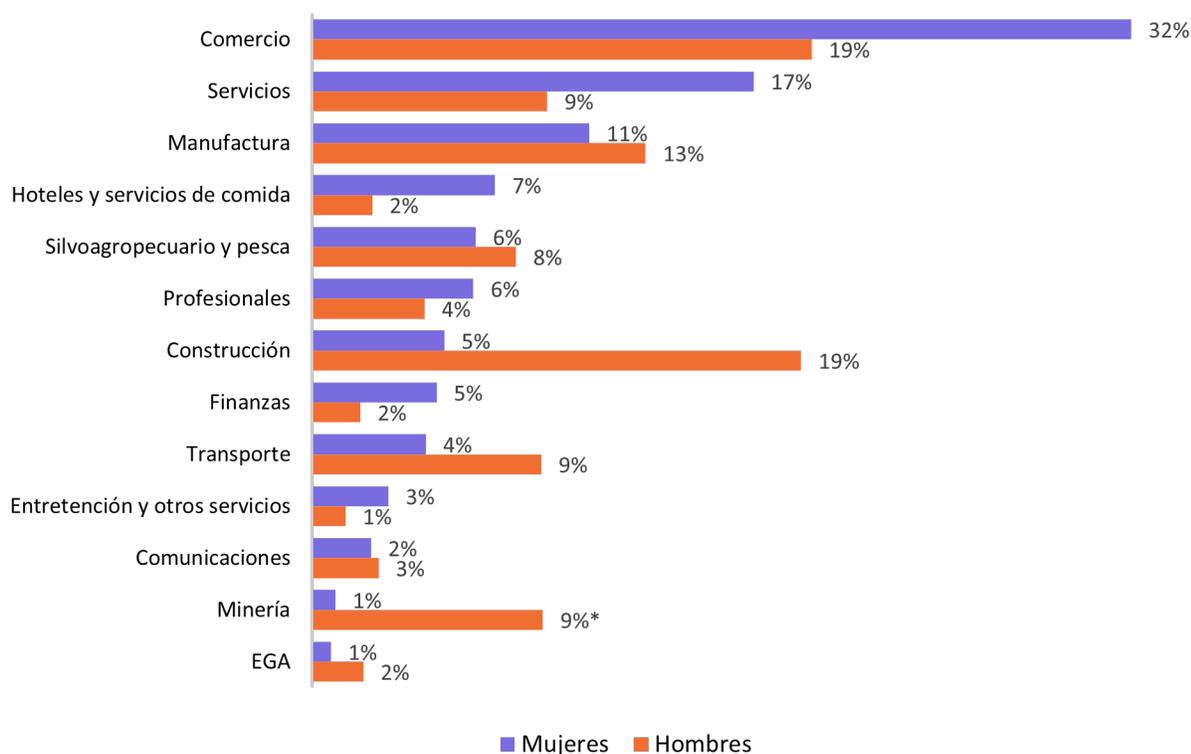


(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
 Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

## 4.2. Personal contratado

En la siguiente sección se muestra información relativa a las empresas que contrataron a su personal de forma directa durante 2022, subgrupo que se compone de 271 mil empresas, de las 409 mil del total representado en la encuesta. Debido a lo anterior, aquellas empresas unipersonales o que reciben su personal desde otras empresas se encuentran excluidas. A nivel nacional, se estima que dichas empresas emplearon a 1,8 millones de mujeres y 4,2 millones de hombres. En la Figura 14, es posible ver la proporción de hombres y mujeres contratados en cada actividad, donde la suma de las barras de cada género es igual a 100 %. En el caso de las mujeres, casi la mitad de las ocupadas se encuentran en las actividades de Comercio y Servicios. Mientras que, en los hombres, los sectores de Comercio y Construcción emplearon cerca del 40 % de los ocupados.

Figura 14: Proporción de ocupados según actividad y sexo

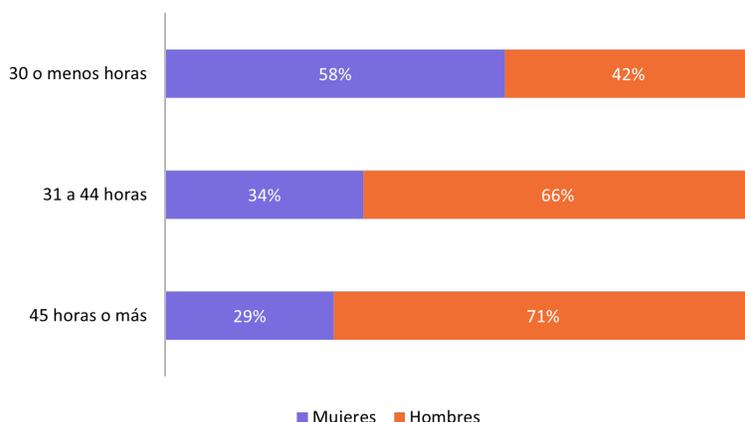


(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

En la encuesta, también se pregunta por el tipo de jornada de las personas ocupadas. Se estima que alrededor de 5,1 millones de personas trabajan 45 horas o más, 712 mil entre 31 a 44 horas<sup>9</sup> y 270 mil 30 horas o menos. En la Figura 15 se muestra que proporcionalmente hay una alta presencia de mujeres en trabajos de tiempo parcial. Mientras que en trabajos a tiempo completo, la presencia de hombres es superior.

<sup>9</sup>El código laboral vigente al momento de la encuesta fijaba la jornada máxima en 45 horas, y el tiempo parcial se define como hasta 2/3 de la jornada máxima.

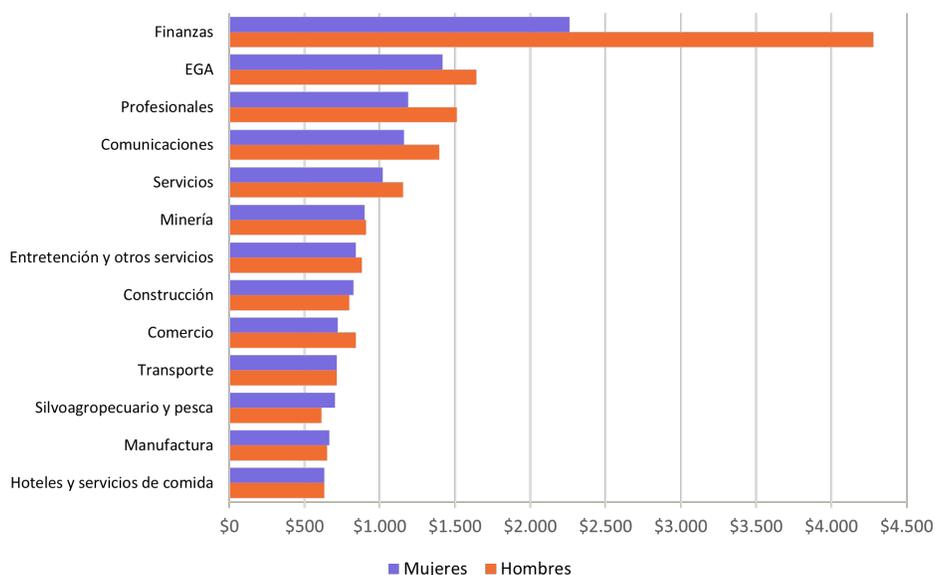
**Figura 15:** Distribución de personas contratadas según jornada laboral y sexo



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Las diferencias por género también se evidencian en las remuneraciones. La remuneración promedio de las personas contratadas es de 812 mil pesos. Para los hombres es de 870 mil y para las mujeres de 807 mil. Sin embargo, el pago es heterogéneo entre actividades. En la Figura 16 se presenta la remuneración promedio mensual que pagaron las empresas a las personas contratadas dentro de cada actividad. En Finanzas, los hombres ganan en promedio 4,2 millones de pesos y las mujeres 2,2 millones de pesos. Por su parte, las personas que trabajan en Hoteles y servicios de comida, tanto hombres como mujeres ganaron en promedio 630 mil pesos. Por último, al relacionar esta figura con la Figura 14, se infiere que las actividades con remuneraciones altas tienen baja concentración de personas ocupadas.

**Figura 16:** Remuneración promedio mensual de las personas trabajadoras según actividad y sexo



Nota: Cifras están expresadas en miles de pesos.

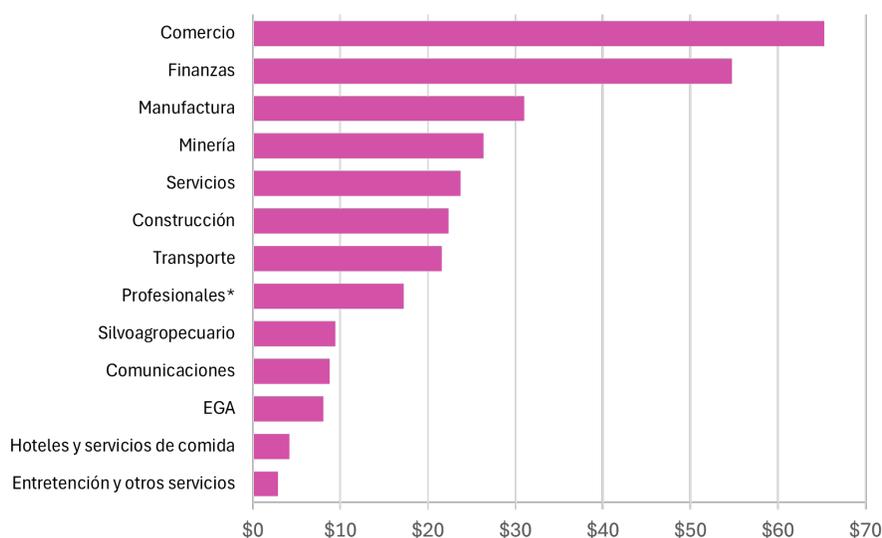
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

## 5. Rendimiento de las empresas

A partir de la encuesta se puede identificar los ingresos por ventas para los años 2020 a 2022, así como los costos de ventas y/o producción, gastos en remuneraciones, gastos financieros y el valor de existencias, entre otras partidas del balance tributario. Usando esta información, es posible caracterizar el desempeño de las empresas. Así, en esta sección se muestra el valor agregado estimado por actividad y la productividad laboral y salarial de cada una de las actividades y tamaños. Se concluye que tanto por productividad laboral como por productividad salarial, Finanzas es uno de los sectores con mayor rendimiento de 2022. Lo mismo ocurre con las empresas grandes, donde incluso la productividad laboral llega a ser aproximadamente el triple que el de las empresas pequeñas y microempresas.

Una forma de evaluar el desempeño de las empresas es a través del valor agregado que generaron. Con la encuesta, es posible calcular una proxy de este<sup>10</sup>, definida como la suma de los ingresos operacionales y la variación de existencias, menos costos operacionales<sup>11</sup>. A nivel nacional, se estima que en 2022 el valor agregado que se produjo fue de 295 billones de pesos, cifra comparable con el PIB a precios corrientes que reporta el Banco Central de Chile para el mismo año, de 263 billones de pesos<sup>12</sup>. Así, en la Figura 17, se estima que las actividades de Comercio, Finanzas y Manufactura generaron importantes magnitudes de valor agregado, que van desde los 30 hasta los 65 billones de pesos. En contraste, los sectores de Entretenimiento y otros servicios, Hoteles y restaurantes, junto con EGA, generaron valores agregados de tres, cuatro y ocho billones de pesos, respectivamente.

Figura 17: Valor agregado según actividad para el año 2022



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Cifras en billones de pesos (millones de millones).

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

<sup>10</sup>Corresponde a una proxy debido a que la ELE-7 no busca caracterizar la matriz insumo-producto. De esta forma, es importante destacar que la ELE tiene un fin estadístico y no busca caracterizar cuentas nacionales como sí lo hace el Banco Central de Chile en sus cifras oficiales. Por lo mismo, estimaciones de valor agregado usando esta proxy pueden diferir de cifras publicadas por el Banco Central sobre el Producto Interno Bruto.

<sup>11</sup>Para más información, ver Informe Metodológico del Diseño Muestral.

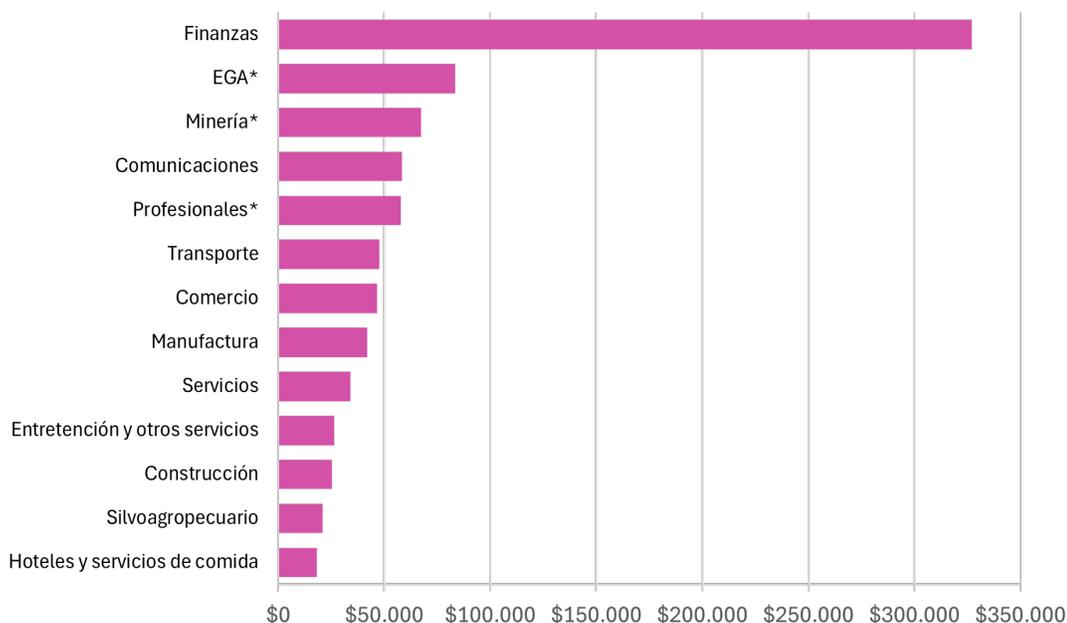
<sup>12</sup>Esta comparación se hace para dimensionar que la ELE-7 se aproxima en representación al tamaño total de la economía.

A partir del valor anterior, se pueden construir distintas medidas de productividad. Por una parte, se puede calcular la productividad laboral, que corresponde al Valor Agregado por cada trabajador. También, se puede calcular la productividad salarial, que es el valor agregado por cada peso gastado en remuneraciones. De forma ilustrativa, se expresan de la siguiente manera:

$$Productividad\ Laboral = \frac{Valor\ Agregado}{\#Trabajadores}; \quad Productividad\ Salarial = \frac{Valor\ Agregado}{Total\ Remuneraciones}$$

A nivel nacional, se ve que la productividad laboral nacional es de 49 millones por trabajador. Aunque en la Figura 18 podemos ver la heterogeneidad de esta cifra por actividad. En el rubro de Finanzas, se estima que la productividad laboral en 2022 ascendió a cerca de 327 millones de pesos de valor agregado por trabajador. Sin embargo, esto representa un dato atípico comparado al resto de actividades. Por ejemplo, en el rubro de Hoteles y servicios de comida, se estima una productividad laboral de 18 millones de pesos. Mientras que, en el sector Comunicaciones, la productividad laboral estimada fue de 58 millones de pesos en 2022.

**Figura 18:** Productividad laboral según actividad



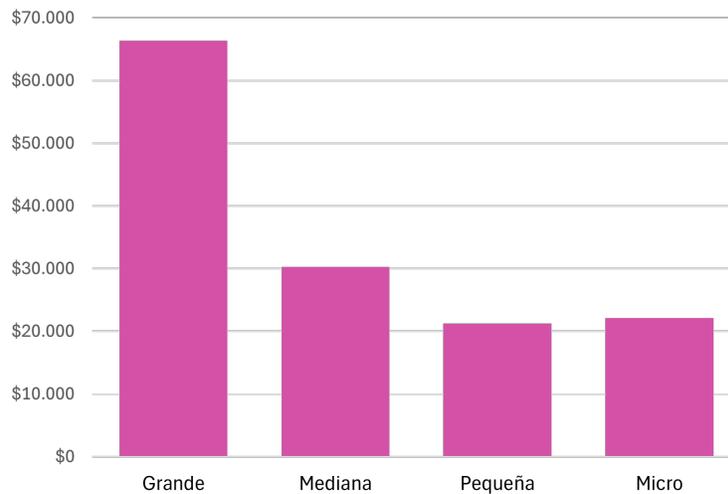
(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Cifras en miles de pesos.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Respecto a la productividad laboral por tamaño, ésta se muestra en la Figura 19. Se estima que para empresas grandes alcanzó los 66 millones de pesos de valor agregado por trabajador. Cifra que es más del doble que para las empresas medianas, con una productividad laboral de 30 millones de pesos de valor agregado por trabajador. Ahora bien, para las empresas pequeñas y microempresas, esta cifra llega a ser el triple, ya que se estiman productividades laborales de 21 y 22 millones de pesos, respectivamente.

**Figura 19:** Productividad laboral según tamaño

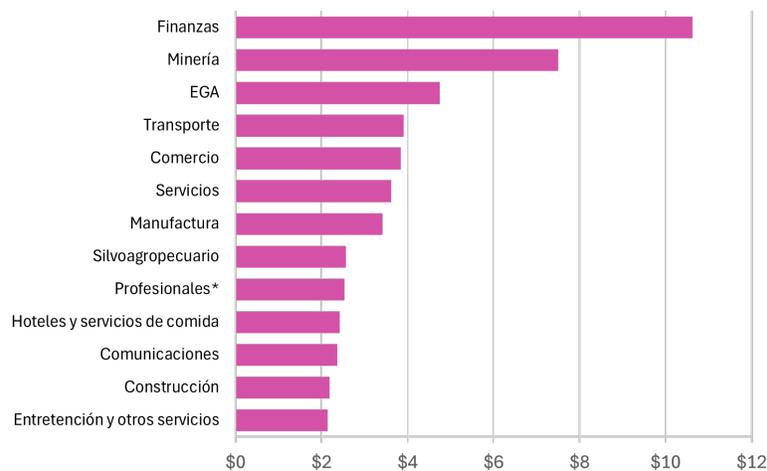


Nota: Cifras en miles de pesos.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Por otra parte, la productividad salarial a nivel nacional se estima en 3,9 mil pesos de valor agregado por peso de remuneración gastada. Aunque al igual que en el párrafo anterior, la Figura 20 muestra la misma cifra desglosada por actividad, lo que resulta en una imagen relativamente similar a la Figura 18. En el sector de Finanzas, se estima una productividad salarial de 11 mil pesos de valor agregado por peso gastado en remuneraciones. Bajo esta métrica, el sector Finanzas ya no representa un dato atípico y las otras actividades no se encuentran proporcionalmente tan lejanas entre sí. Por ejemplo, la productividad salarial estimada para el sector Entretención y otros servicios es de 2 mil pesos. Por otro lado, la productividad salarial se estima en 8 mil pesos para el caso de Minería.

**Figura 20:** Productividad salarial según actividad



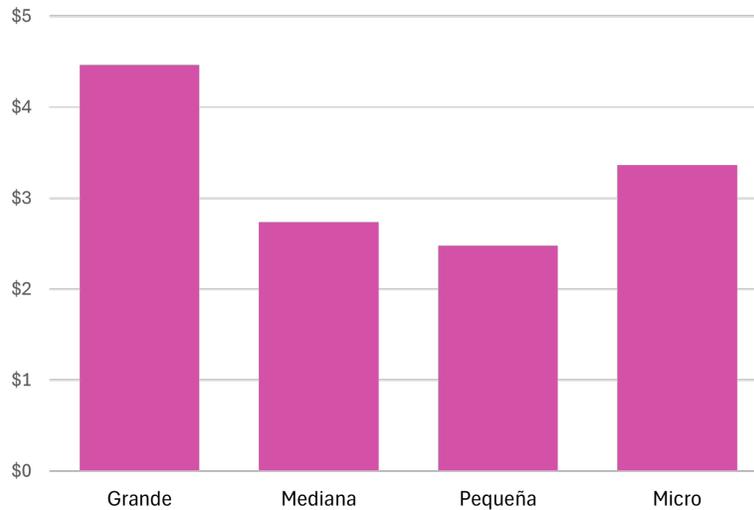
(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Nota: Cifras en miles de pesos.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Desglosando por tamaño, se puede observar la productividad salarial en la Figura 21. Nuevamente, las empresas grandes muestran una productividad elevada, pero no tan alejada del resto de tamaños como en la Figura 19. Para este grupo de empresas, se estima una productividad salarial de 4,5 mil pesos de valor agregado por peso gastado en remuneraciones. Le siguen las microempresas con una productividad de 3,4 mil pesos, las empresas medianas con 2,7 mil pesos y las pequeñas con 2,5 mil pesos. A diferencia de la productividad laboral, la productividad salarial muestra una menor dispersión entre categorías, tanto por tamaño como por actividad.

**Figura 21:** Productividad salarial según tamaño



Nota: Cifras en miles de pesos.

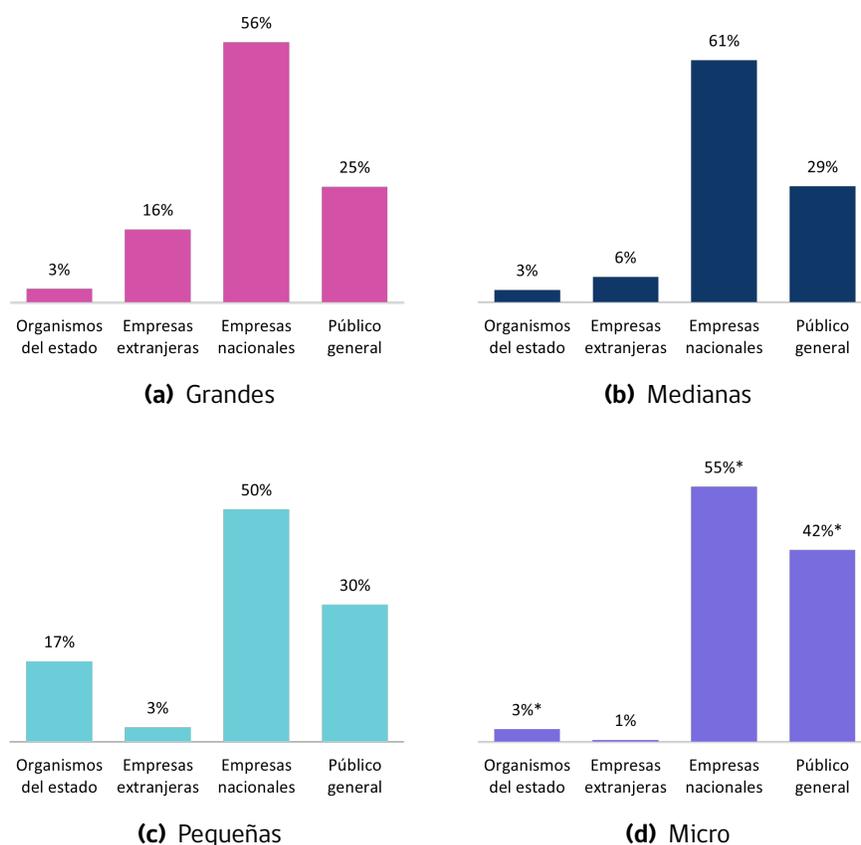
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

## 6. Clientes, proveedores y exportaciones

Por medio de la ELE-7, es posible analizar a quiénes venden las empresas representadas, a través de qué medios, quiénes exportan y sus destinos. A continuación, se presentan: los tipos de clientes por tamaño de empresa; la proporción de empresas que realizan comercio electrónico por actividad; y una caracterización de las empresas exportadoras. Se desprende de esta sección que existe un bajo nivel de inserción en el comercio electrónico en gran parte de los sectores representados. En cuanto a exportaciones, se observa que un porcentaje bajo de empresas del sector Comercio son exportadoras, a pesar de componer gran parte de la distribución de empresas exportadoras. Esto se condice con la baja proporción de empresas exportadoras respecto del total de empresas representadas en la encuesta. Finalmente, la mayoría de las empresas exportadoras tienen como destino a Latinoamérica, mientras que en volumen de ventas van dirigidas principalmente a Asia, impulsadas fuertemente por China.

A través de la caracterización financiera, se logra identificar cuál es el tipo de cliente de las empresas. A nivel nacional, un 56 % de las ventas va dirigida a empresas nacionales y un 26 % de las ventas son al público general. Mientras que un 4 % de las ventas va dirigido a organismos del Estado y el 14 % restante a empresas extranjeras. La Figura 22 desglosa estos resultados al nivel de tamaño, donde para cada tamaño de empresa las barras suman 100 %. Se desprende que los principales clientes siguen siendo las empresas nacionales, pero que a menor tamaño va aumentando la proporción de clientes del público general y disminuyendo a empresas extranjeras.

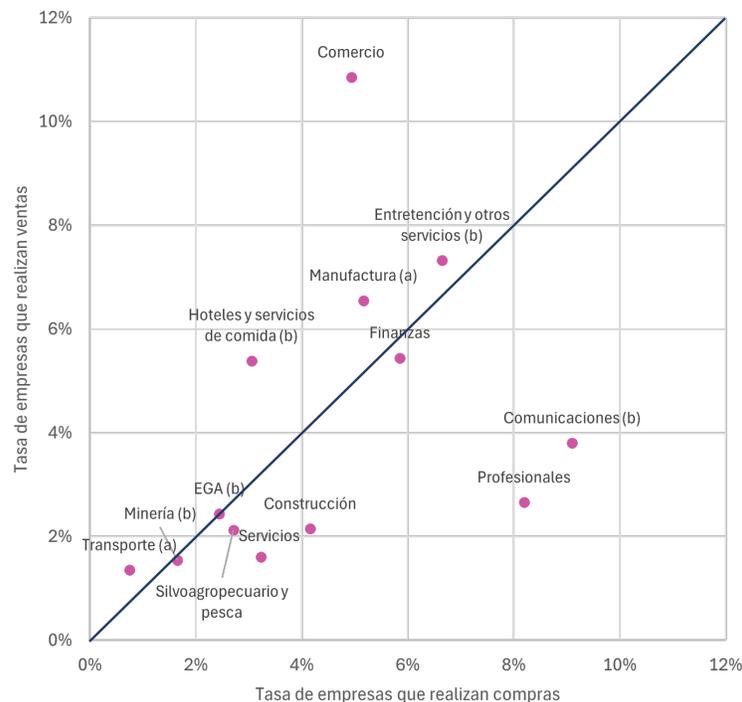
**Figura 22:** Proporción de ventas según tipo de cliente y tamaño



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Un medio importante para las empresas es el comercio electrónico<sup>13</sup>, mediante el cual logran vender sus productos y comprar sus insumos. A nivel nacional, un 6 % de las empresas ha realizado ventas por comercio electrónico y 4 % ha realizado compras por estos medios. A continuación, la Figura 23 desglosa esta inserción a nivel de actividad de las empresas.

**Figura 23:** Tasa de empresas que realizan ventas o compras en el comercio electrónico según actividad



(a): Estimación de tasa de ventas en comercio electrónico no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

(b): Estimación de tasa de ventas y de compras en comercio electrónico no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

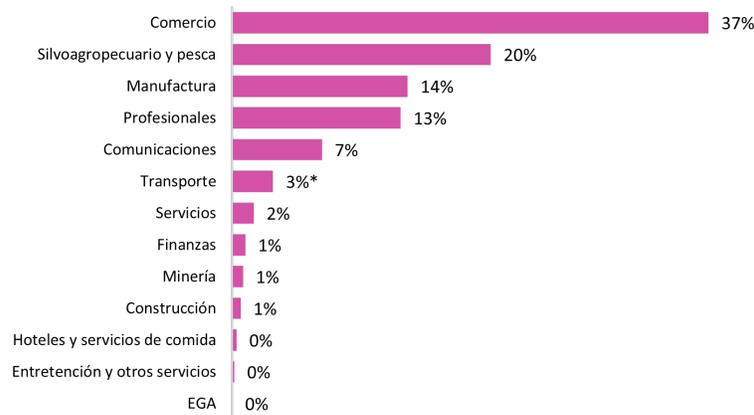
Se observa que dentro del sector Comercio, un 11 % de las empresas realizó ventas por comercio electrónico, mientras que solo un 5 % de las empresas de ese sector compró a través de estos medios. Inversamente, dentro del sector Profesionales, un 8 % realizó compras por comercio electrónico, pero un 3 % vendió a través de estos medios. En contraste, en el sector Servicios, un 2 % de las empresas realizó ventas a través del comercio electrónico y un 3 % realizó compras por este medio.

De este modo, la Figura 23 muestra la heterogeneidad en la inserción del comercio electrónico de los distintos sectores de la economía, donde algunos sectores realizaron más ventas que compras y otros realizaron más compras que ventas. Finalmente, existe un tercer grupo donde el grado de inserción fue bajo, tanto en ventas como compras, ubicándose en el extremo inferior izquierdo de la figura.

<sup>13</sup>Se consideró comercio electrónico como la venta o compra de bienes o servicios por medio de la web a través de métodos específicamente diseñados para la recepción o envío de órdenes de compra. Siempre debe existir una orden de compra generada o recibida a través de métodos en línea, a diferencia de la entrega y/o pago que pueden ser realizados a través de otros medios.

Respecto a cómo las empresas se vinculan con otros países, se analiza cuáles son los sectores con vocación exportadora y hacia dónde dirigen sus ventas. De las empresas que busca representar la ELE-7, aproximadamente 14 mil realizaron exportaciones el año 2022, ya sea de bienes o servicios, lo que representa el 3 % del total. La Figura 24 muestra cómo se distribuyen estas empresas según su actividad económica. Se puede observar que un 37 % de las empresas exportadoras se dedican al Comercio. También, un 20 % de estas se dedican a la actividad Silvoagropecuaria y pesca.

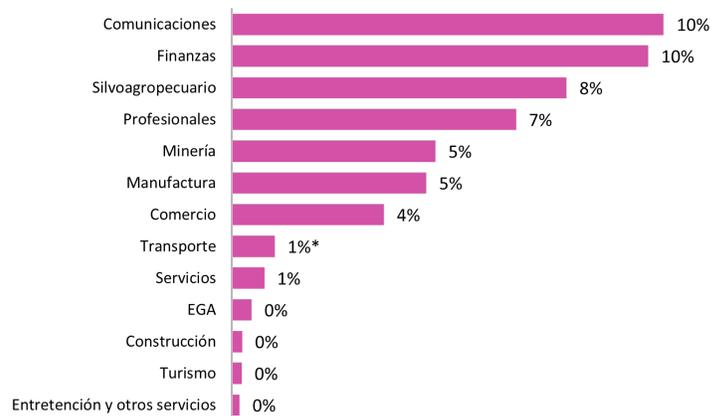
**Figura 24:** Distribución de empresas exportadoras según actividad



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

El anterior ejercicio describe cómo se componen las empresas exportadoras según actividad, pero no muestra el porcentaje de empresas de un determinado sector que realizan exportaciones. La Figura 25 muestra la tasa de empresas exportadoras por actividad. Un 4 % de empresas del sector Comercio realizan exportaciones, a pesar de componer un gran porcentaje dentro de las empresas exportadoras (37 %). Inversamente, en el sector Finanzas un 10 % de ellas son empresas exportadoras, pero componen un 1 % dentro del total de empresas exportadoras.

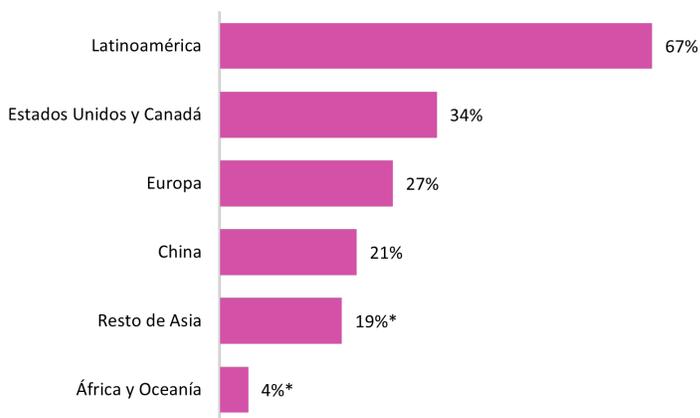
**Figura 25:** Tasa de empresas exportadoras según actividad



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

También, en la Figura 26, se puede observar cómo se distribuyen las empresas exportadoras según el destino de sus exportaciones. En este sentido, un 67 % de las empresas exportó hacia países de Latinoamérica, 34 % lo hizo hacia Estados Unidos y Canadá y un 21 % que tuvo como destino China. Se puede notar que las barras del gráfico no suman 100 %, debido a que una empresa puede exportar hacia más de un destino.

**Figura 26:** Tasa de empresas exportadoras según destino

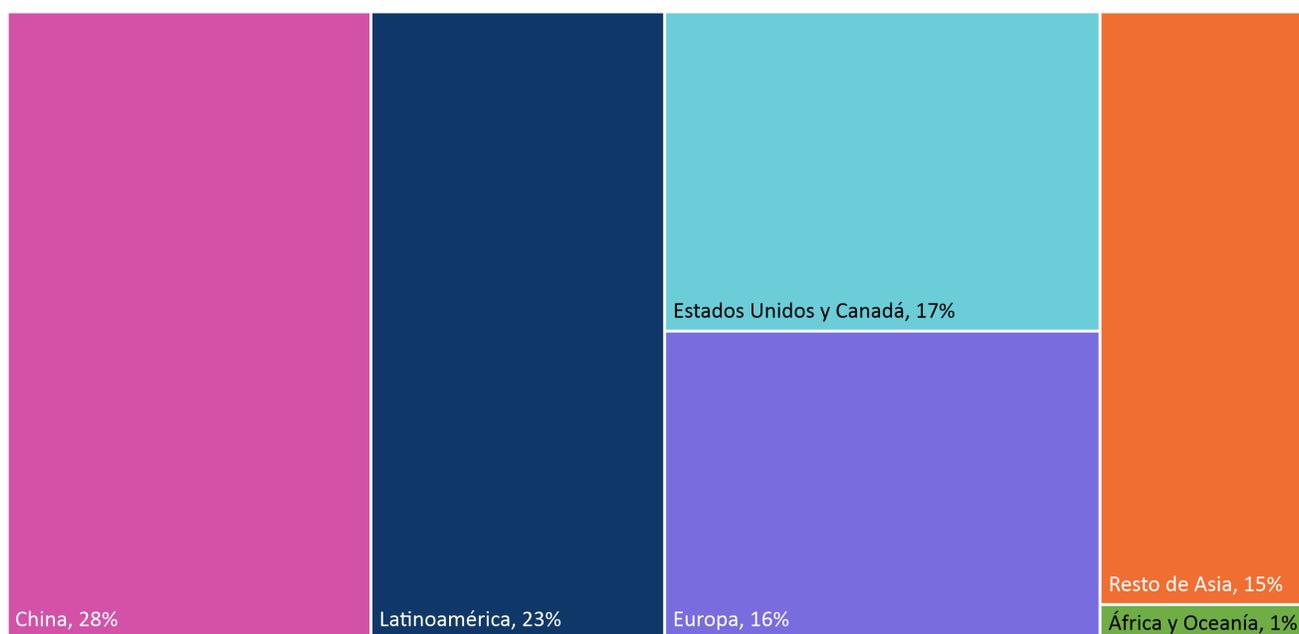


(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

Finalmente, la Figura 27 muestra cómo se distribuye el valor de las exportaciones de estas empresas. Durante el año 2022, se exportó aproximadamente 2.800 millones de UF. Un 28 % tuvo como destino China, junto con que un 23 % se destinó a Latinoamérica, y un 17 % hacia Estados Unidos y Canadá. Como se puede notar, existe diferencia entre la distribución del destino hacia donde exportan las empresas, con cómo se distribuye el valor de estas exportaciones. Si bien, más de la mitad de las empresas exportó hacia Latinoamérica, solo cerca de un cuarto del valor de las exportaciones fue hacia alguno de los países de la región.

**Figura 27:** Proporción del valor de las exportaciones según destino



Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

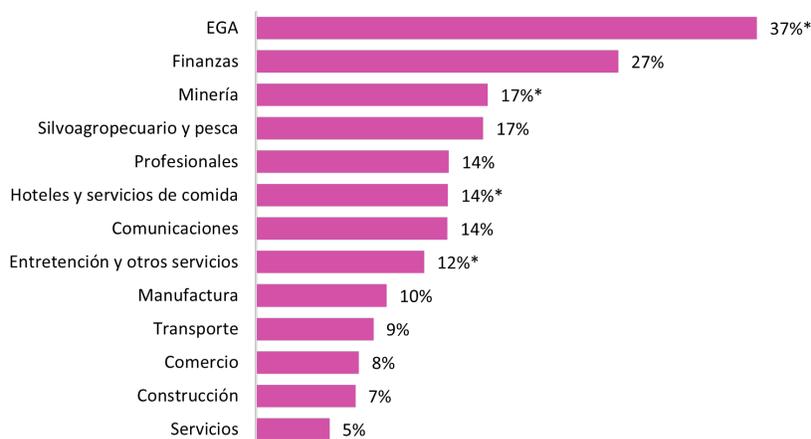
## 7. Asociatividad y medioambiente

En esta última sección, se presenta un análisis de la relación entre las empresas y su entorno. En particular, el análisis se concentra en las relaciones interempresariales y el cuidado del medio ambiente. Se concluye que el nivel de asociatividad disminuye con el tamaño de la empresa, y que, a la vez, es muy heterogénea por sector. En cuanto a protección del medioambiente, una alta proporción de empresas grandes realizó gasto en protección ambiental. Sin embargo, a nivel nacional se observa que gran parte de este gasto es en gestión de residuos y aguas residuales, mas no en medidas como protección o atenuación.

Dentro de las empresas que busca representar la ELE-7, alrededor de 40 mil participó en algún tipo de asociación con otras empresas (lo que corresponde a un 10 % de las empresas). Algunos ejemplos son asociaciones gremiales, federaciones, confederaciones, cámaras, proyectos con universidades, o consorcios tecnológicos.

El nivel de asociación disminuye con el tamaño de la empresa. De las empresas grandes, un 36 % participó en algún tipo de asociación. Por el contrario, por parte de las micro, tan solo un 6 % lo hizo. También se observa bastante heterogeneidad según sector económico. La Figura 28 muestra la tasa de participación en asociaciones, según la actividad económica de las empresas. Se puede observar que el 27 % de las empresas de Finanzas participó en algún tipo de asociación. En cambio, dicha tasa fue solo de un 5 % dentro de las empresas de Servicios.

**Figura 28:** Tasa de participación en asociaciones según actividad.



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

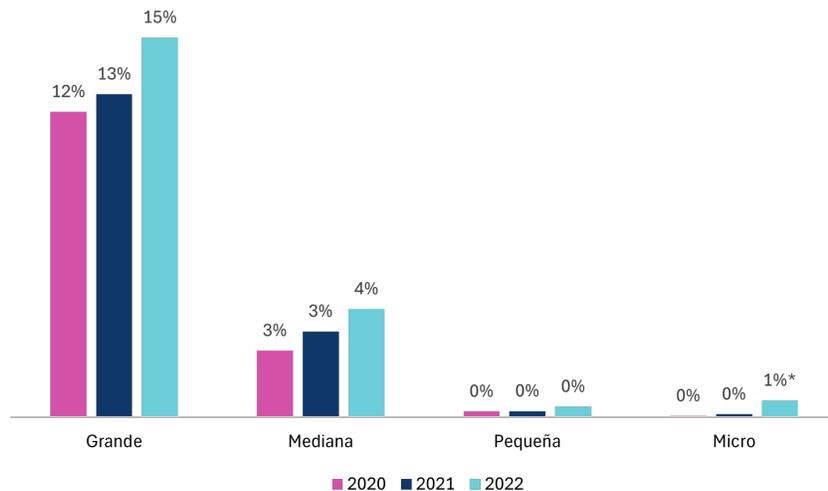
Luego, para entender cómo las empresas cuidan el medio ambiente<sup>14</sup>, se puede analizar cómo éstas se distribuyen según si realizan Gasto en Protección Ambiental (GPA). Se entiende por GPA como el gasto con propósito primario de prevención, reducción y eliminación de la contaminación, así como de otras formas de degradación del medio ambiente.

Alrededor de 6 mil empresas realizaron GPA en alguno de los tres años que cubre la encuesta, lo que representa un 1 % del total. La Figura 29 muestra las empresas que realizaron GPA según su tamaño por

<sup>14</sup>Esta sección fue eliminada en la ELE-6, para luego ser reincorporada en la ELE-7.

ventas y año de realización. Se puede ver que, en el año 2022, un 15 % de las empresas grandes realizó GPA, mientras que solo un 4 % de las medianas lo hizo el mismo año. También, un porcentaje muy bajo de, tanto las pequeñas como las micro, realizaron GPA en los tres años revisados.

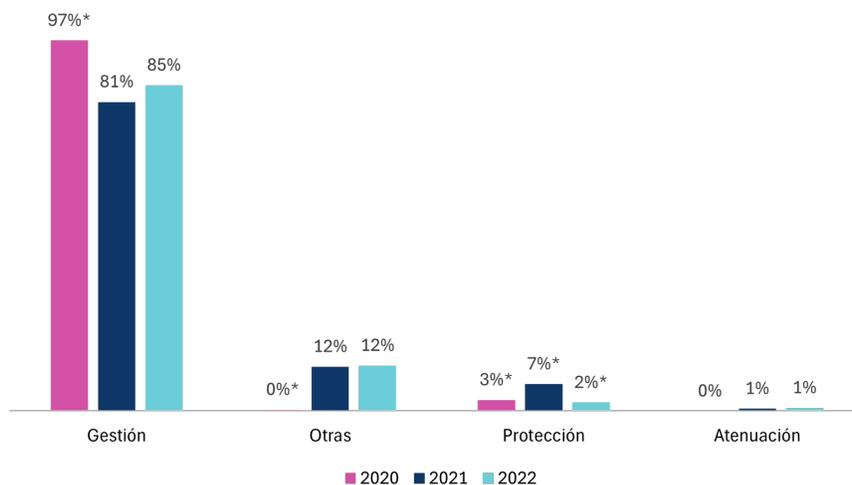
**Figura 29:** Tasa de empresas que realizaron GPA según tamaño y año



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

En adición, se puede analizar cómo se reparte el GPA realizado por las empresas, según qué tipo de gasto se realizó. En la Figura 30 se puede notar que gran parte de las empresas realizó gasto en gestión, categoría que incluye gasto en gestión de aguas residuales y de residuos en general. En el año 2022, un 85 % del GPA que realizaron las empresas fue en esta categoría. Siendo el 15 % restante repartido entre protección y recuperación de suelos, atenuación de ruidos, protección a la biodiversidad, protección contra las radiaciones entre otras.

**Figura 30:** Proporción de GPA según tipo de gasto y año



(\*): Estimación no fiable o poco fiable según el estándar para las estimaciones de encuestas de empresas del INE.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos de ELE-7.

## A. Glosario

A continuación se presenta la nomenclatura usada a lo largo del informe, en torno a los tamaños de las empresas según ventas y el nombre completo de cada una de las actividades económicas, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), elaborado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

**Tabla 2:** Tamaño de empresas según ventas

Tamaño	Ventas Anuales en UF
Micro	0,01 a 2.400,00
Pequeña	2.400,01 a 25.000,00
Mediana	25.000,01 a 100.000,00
Grande	Más de 100.000,01

Fuente: Elaboración propia en base a estadísticas empresariales de SII.

**Tabla 3:** Glosa completa de nombres abreviados de actividades

Letra CIIU	Glosa completa	Abreviación
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Silvoagropecuario y pesca
B	Explotación de minas y canteras	Minería
C	Industrias manufactureras	Manufactura
D-E	Suministro de electricidad, gas y agua	EGA
F	Construcción	Construcción
G	Comercio al por mayor y al por menor	Comercio
H	Transporte y almacenamiento	Transporte
I	Actividades de alojamiento y alimentación	Hoteles y servicios de comida
J	Información y comunicaciones	Comunicaciones
K	Actividades financieras y de seguros	Finanzas
L-N	Actividades de servicios	Servicios
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Profesionales
R-S	Otros servicios	Entretención y otros servicios

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 4:** Abreviaciones usadas para tipos de organizaciones jurídicas

Abreviación	Nombre completo
SRL	Sociedad de Responsabilidad Limitada
SPA	Sociedad Por Acciones
EIRL	Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
SA cerrada	Sociedad Anónima cerrada
SA abierta	Sociedad Anónima abierta

Fuente: Elaboración propia.

