






Reporte Regional Encuesta Despega MIPES 2020 Magallanes y la Antártica Chilena

Índice

Introducción	2
Objetivos	3
 Características de las empresas participantes	4
 Efectos de la Pandemia COVID-19	7
 Áreas de Capacitación y Temáticas de interés	12
 Preferencias para realizar la capacitación	15
 Síntesis de Resultados	18

Reporte Nacional Encuesta Despega Mipe 2020
Observatorio Laboral Nacional, Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, 2020, Santiago, Chile.
Todos los derechos reservados.
Queda autorizada su reproducción y distribución citando la fuente.

Introducción

Este reporte presenta los resultados nacionales de la Encuesta sobre Requerimientos de Capacitación de Mipes, dirigida a Micro y Pequeñas (Mipes) empresas formalizadas del país. La información fue levantada mediante un formulario autoaplicado online entre el 13 y 31 de julio de 2020, durante la pandemia del COVID-19, por lo que sus resultados incorporan el efecto de la crisis sanitaria en el país.

El Observatorio Laboral de SENCE (OLN) aplicó esta encuesta a una muestra no probabilística de empresas registradas en las instituciones* que colaboraron en este estudio, las que trabajan activamente con el segmento de empresas Mipes. Mediante esta articulación se logró que 3.976 empresas respondieran la encuesta.

En este reporte se describen las principales características de las empresas que respondieron la encuesta, el efecto que ha tenido la crisis sanitaria en sus operaciones, junto con sus necesidades y preferencias de capacitación.

* Las instituciones que colaboraron fueron: SERCOTEC, PROPYME, Fondo Esperanza, Laborum, CORFO y el Ministerio de Economía Fomento y Turismo.

Objetivos

La Encuesta Mipes, en su versión 2020, tuvo los siguientes objetivos de levantamiento:

- Caracterizar a las empresas Mipes.
- Caracterizar el impacto de la crisis sanitaria en las operaciones de las empresas.
- Identificar necesidades de capacitación según áreas de interés.
- Identificar preferencias de capacitación de dueños, socios y trabajadores.

Características de las empresas participantes

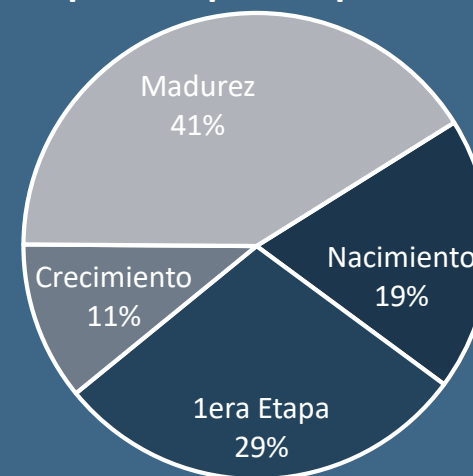
En esta sección se exponen las principales características de las empresas que contestaron la encuesta, en cuanto a tamaño, etapa y región que operan.

De las 100 empresas que respondieron la encuesta de MIPES 2020 en la región de Magallanes y de la Antártica Chilena, un 41% está en la etapa de madurez, un 29% en la 1ra etapa de desarrollo, un 19% en etapa de nacimiento y un 11% en fase de crecimiento (Gráfico 1).

En cuanto a la composición por tamaño, se observa que un 66% de las empresas eran microempresa, un 26% era cuentas propias y un 8% pequeñas (Gráfico 2).

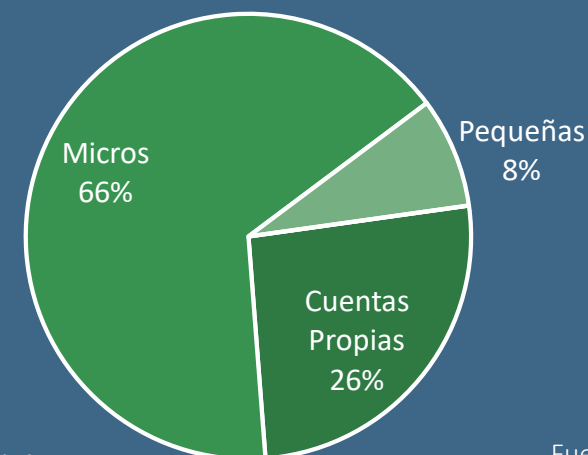
Al revisar las empresas por etapa y tamaño, se tiene que en cada etapa, el mayor porcentaje de empresas que contestaron son micros, seguido por cuentas propias, y poca participación de pequeñas.

Gráfico 1: Empresas participantes por etapa



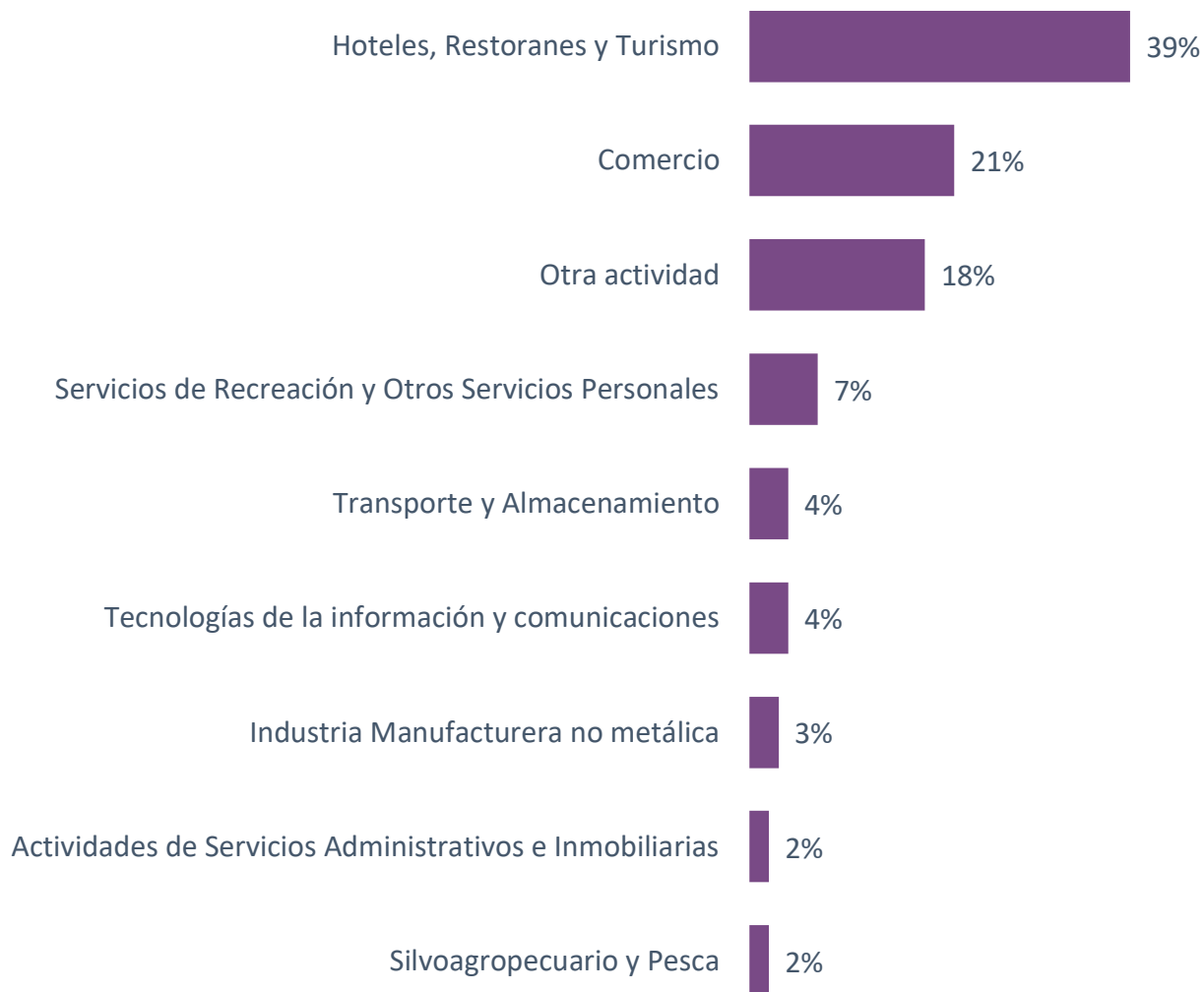
Fuente: OLN

Gráfico 2: Empresas participantes por tamaño



Fuente: OLN

Gráfico 3: Empresas participantes por sector económico



En cuanto a la composición sectorial de las empresas de esta encuesta, se tiene que corresponden principalmente a empresas de:

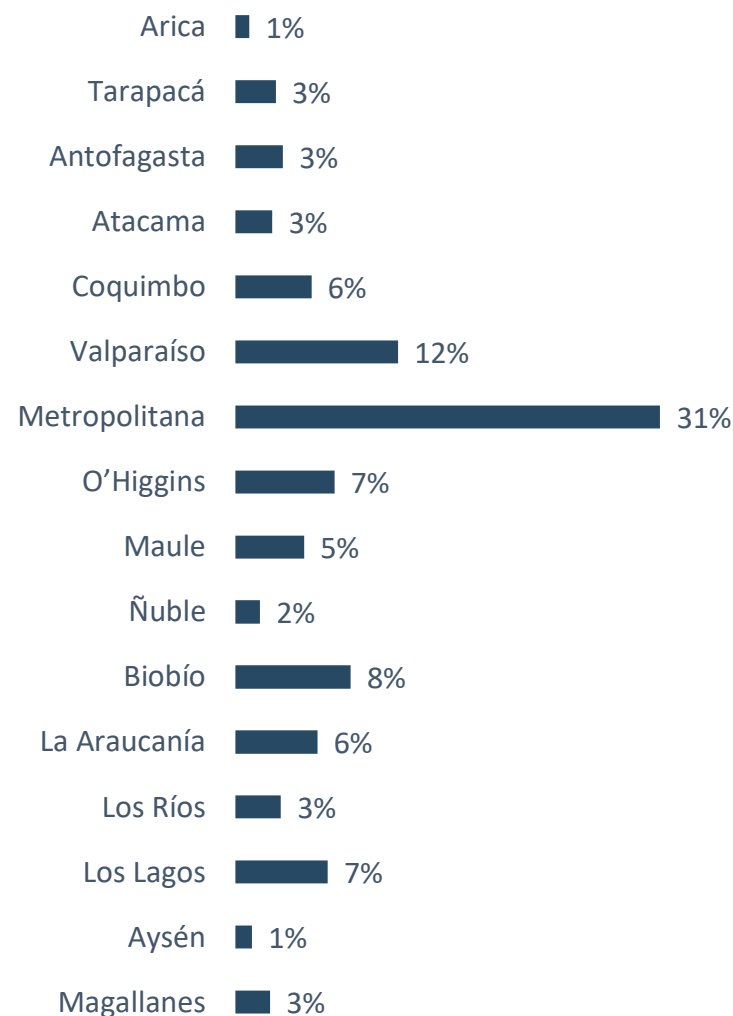
- Hoteles Restaurantes y Turismo (39%).
- Comercio (21%).
- Otra actividad (18%).
- El resto de los sectores representa un 7% o menos de las empresas.

Fuente: OLN

Al analizar la distribución regional de las empresas participantes, se observa que la mayoría de las empresas se ubican en las siguientes regiones:

- Región Metropolitana (31%).
- Valparaíso (12%).
- Biobío (8%).
- Los Lagos (7%).
- El resto de regiones presentan un 6% de las empresas o menos.

Gráfico 4: Empresas participantes por región



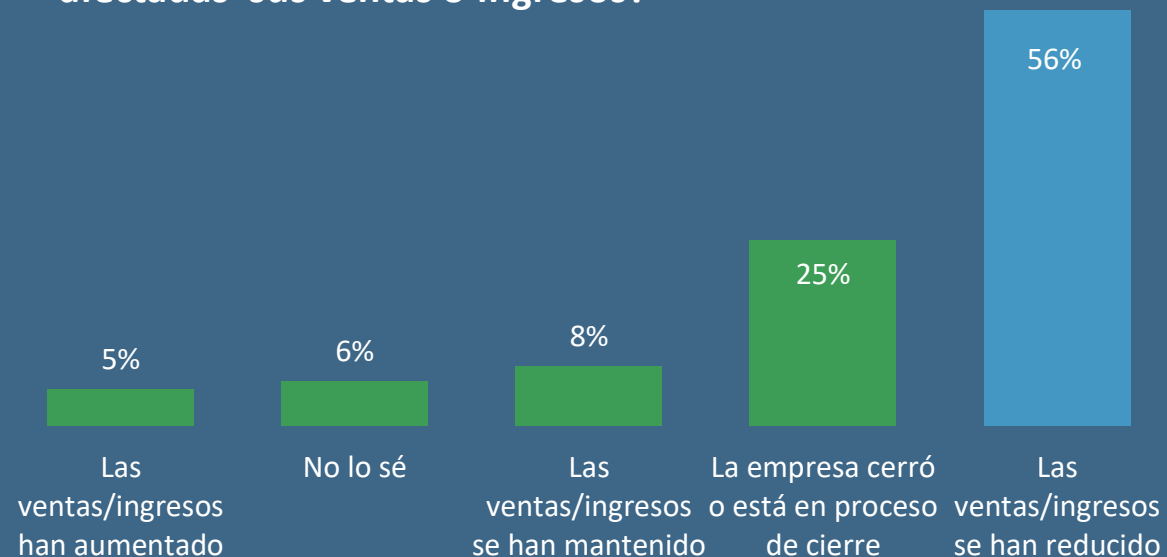
Fuente: OLN

Efectos de la Pandemia COVID-19

La encuesta MIPES 2020 tuvo un módulo dedicado a evaluar los efectos que ha tenido la pandemia sanitaria del COVID-19 en el funcionamiento de las empresas. Esta sección presenta los resultados de este módulo.

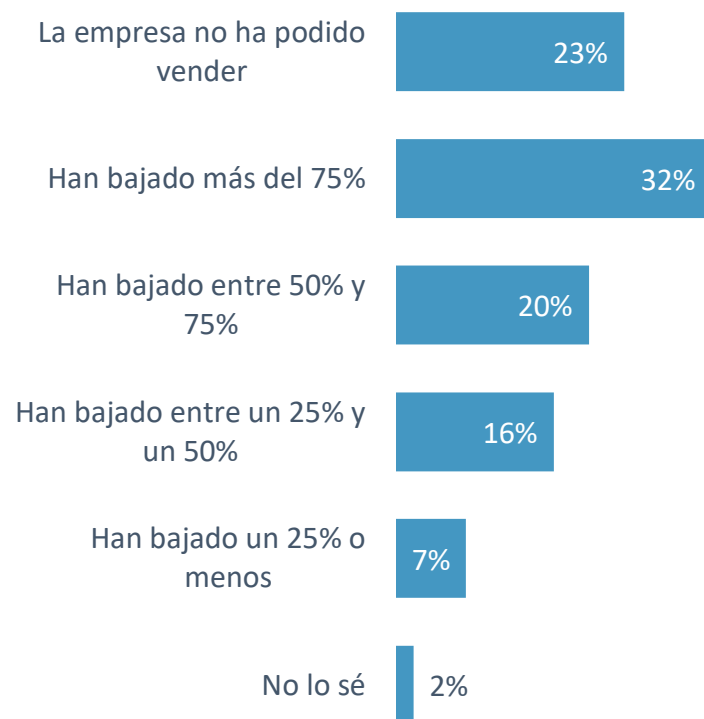
Se consultó a las empresas sobre la situación de sus ventas o ingresos con respecto al mismo mes del año anterior (Gráfico 5). Se encontró que un 56% redujeron sus ventas o ingresos. Además, un 25% de las empresas estaban cerradas o en proceso de cierre. Y por último, un 13% de las empresas habían mantenido o aumentado sus ingresos.

Gráfico 5: Comparando la situación actual de su empresa con el mismo mes del año 2019, ¿cómo se han visto afectadas sus ventas o ingresos?



Fuente: OLN

Gráfico 6: Considerando las ventas o ingresos del último mes, ¿cuánto han bajado respecto al mismo mes del año 2019?



A las empresas que señalaron que sus ingresos o ventas se habían reducido, se les consultó por la magnitud de esta baja (Gráfico 6).

De este conjunto de empresas afectadas, un 23% señaló que no ha podido vender. En tanto, un 32% de las empresas indicaron que sus ventas o ingresos han bajado más del 75%, y un 20% afirmaron que sus ventas se redujeron entre un 50% y 75%.

Por otra parte, un 16% de estas empresas tuvieron baja en sus ingresos o ventas entre un 25% y 50%, y solo un 7% tuvo reducciones de menos de 25%.

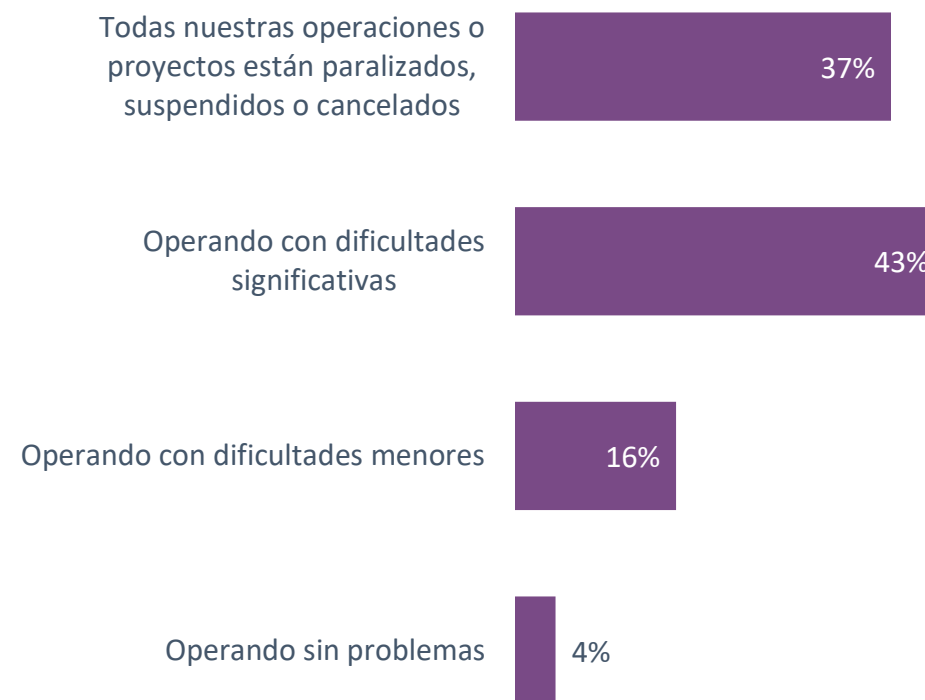
Fuente: OLN

Adicionalmente, de las empresas que respondieron por su situación operacional (Gráfico 7).

Un 37% del total de estas empresas presentaba sus operaciones o proyectos paralizados, suspendidos o cancelados. Además, un 43% de las empresas estaba operando con dificultades significativas.

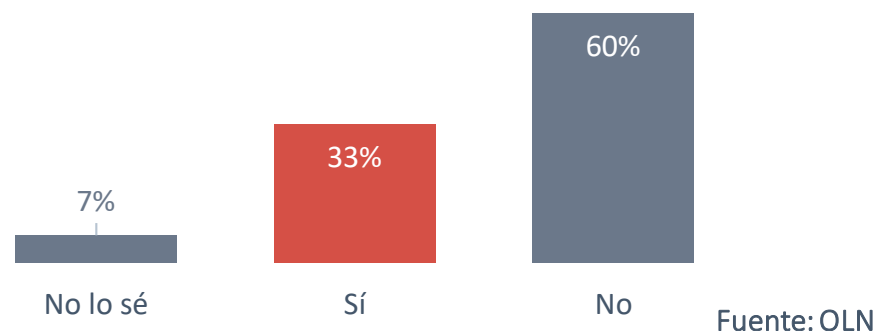
En tanto, un 20% de las empresas operaba con dificultades menores o sin problemas

Gráfico 7: Y en términos de actividades y operaciones, ¿en qué situación se encuentra su empresa?



Fuente: OLN

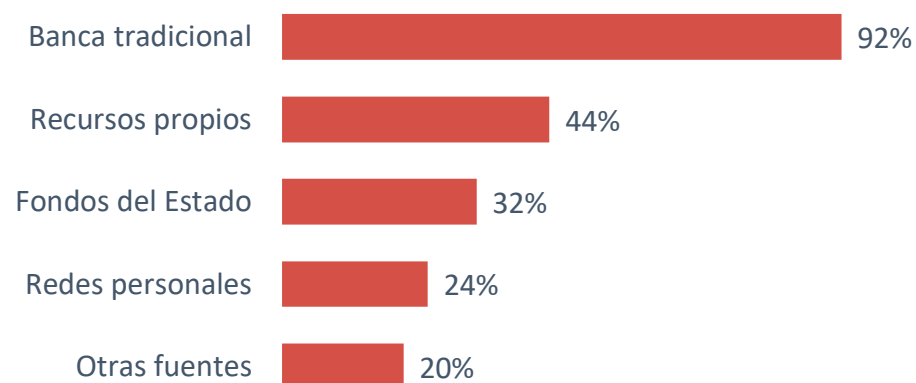
Gráfico 8: Su empresa, ¿tiene acceso a mecanismos de financiamiento o crédito?



A las empresas se les consultó también si tenían acceso a mecanismos de financiamiento o crédito, en donde tan solo el 33% respondió de manera afirmativa (Gráfico 8).

A este grupo de empresas con acceso al crédito o financiamiento, se les consultó por las fuentes a las cuales tienen acceso, pudiendo nombrar más de un mecanismo.

Gráfico 9: ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento o crédito de la empresa?

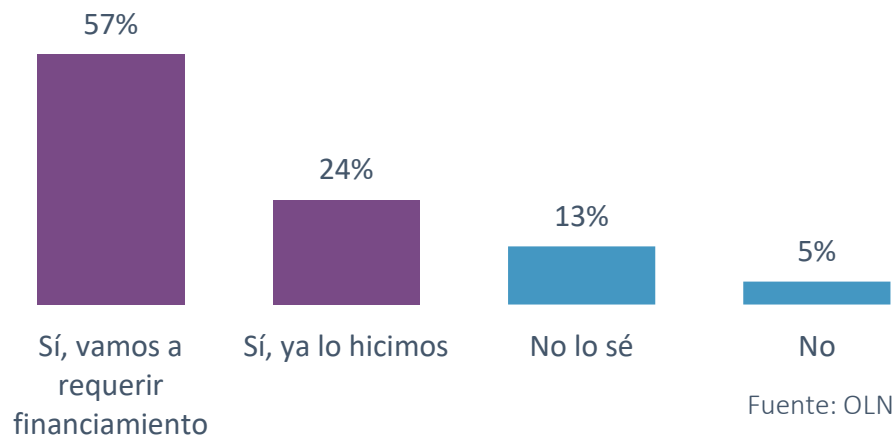


La gran mayoría de las empresas (92%) mencionó que tiene financiamiento a través de la “Banca tradicional”. Por otro lado, un 44% indicó que se financia con “Recursos propios” (Gráfico 9).

Un 32% de estas empresas logra acceder a “Fondos del Estado”, mientras que un 24% mencionó financiarse o acceder al crédito mediante “Redes personales”.

Un 20% de las empresas tiene financiamiento a través de “Otras fuentes”

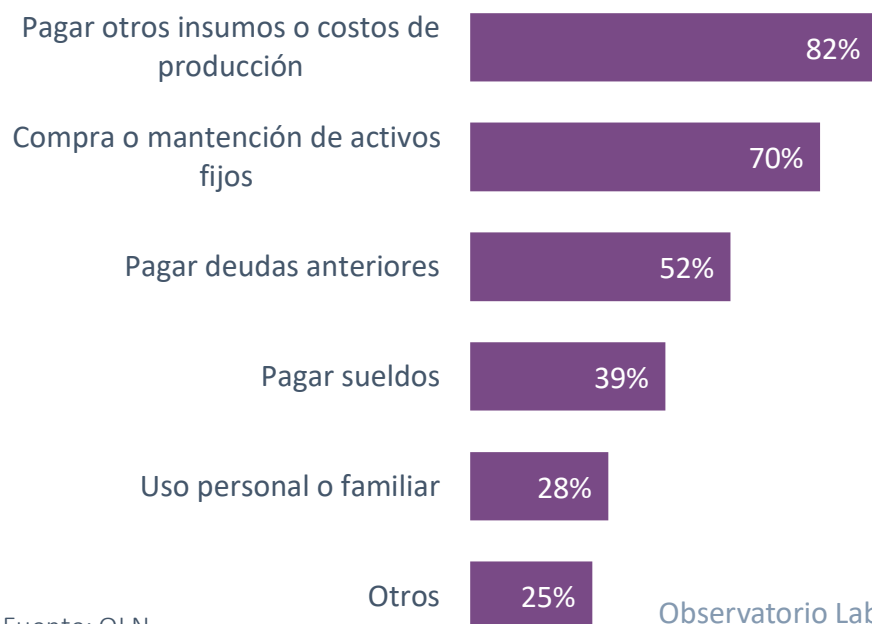
Gráfico 10: Considerando su situación financiera actual y sus expectativas para los próximos meses, ¿cree que va a requerir solicitar o renegociar créditos o préstamos para su empresa?



Independiente del acceso al crédito (revisar Gráfico 8), se consultó a las empresas si iban a requerir solicitar créditos o préstamos de acuerdo a su situación actual y sus expectativas de corto plazo (Gráfico 10).

Del total de empresas que respondieron, un 81% respondió afirmativamente, señalando que ya habían requerido el crédito o que lo iban a solicitar. Desglosando la cifra, un 57% mencionó que iban a solicitar financiamiento y un 24% respondió que ya lo requirieron.

Gráfico 11: ¿Para qué fin requiere el crédito o financiamiento?



Luego, se indagó para que fin requerían el crédito o financiamiento las empresas que respondieron afirmativamente (Gráfico 11). Entre las razones:

- El 82% de estas empresas declaró que utilizaría el financiamiento para “pagar otros insumos o costos de producción”.
- En un segundo orden de relevancia, se señaló la “Compra o mantención de activos fijos” (70%) y “Pagar deudas anteriores” (52%).
- En tercer lugar de importancia, un 39% de las empresas nombró “Pagar sueldos”.
- “Uso personal o familiar” (28%) y “Otros” (25%), fueron las opciones con menos prioridad.

Áreas de Capacitación y Temáticas de interés

En la encuesta MIPES 2020 se consultó lo siguiente:

Considerando la realidad de su empresa en tiempos de COVID 19, pero también pensando en tiempos de normalidad, ¿cree necesario que los dueños(as), socios(as), representantes legales o trabajadores(as) se capaciten en algún área o tema específico para mejorar el desempeño de la empresa?

Como respuesta a esta pregunta, 2.826 empresas a nivel país, y 71 empresas a nivel regional indicaron que era necesaria la capacitación.

A este grupo de empresas, se le consultó luego por las áreas de preferencia a capacitar. Las empresas podían mencionar hasta dos áreas de preferencia.

Al indicar un área preferente, se le mostraba una lista de temas más específicos del o las áreas seleccionadas, en donde las empresas podía marcar todos los temas que les pareciera relevante capacitar.

El Gráfico 12 presenta el número de menciones que tuvo cada área de capacitación y su porcentaje respecto del total de empresas que indicaron necesario realizar alguna capacitación.

El área con mayor preferencia fue la de “Ventas”, en donde el 52% de las empresas consideraron que era necesario capacitarse. No obstante, más adelante se verá que esta preferencia está marcada por las ventas por internet, en donde se traslapan las ventas y la transformación digital.

La segunda área con más interés fue la de “Transformación Digital”, mencionada por un 39% de las empresas. En tanto, “Emprendimiento o reinención del negocio” fue la tercera área más elegida con un 38% del total de empresas que capacitarían.

Le siguen en orden de preferencia la “Administración de empresas” con 21% de empresas que la mencionaron.

Finalmente, entre el 20% y 11% de las empresas indicaron como preferencia de capacitación las áreas de “Idiomas”, “Contabilidad” y “Medidas sanitarias por COVID-19”.

A continuación se exponen las preferencias de los temas específicos de cada área mencionada.

Gráfico 12: Áreas de capacitación, número de menciones y porcentaje respecto del total de empresas que indicaron necesario realizar capacitaciones

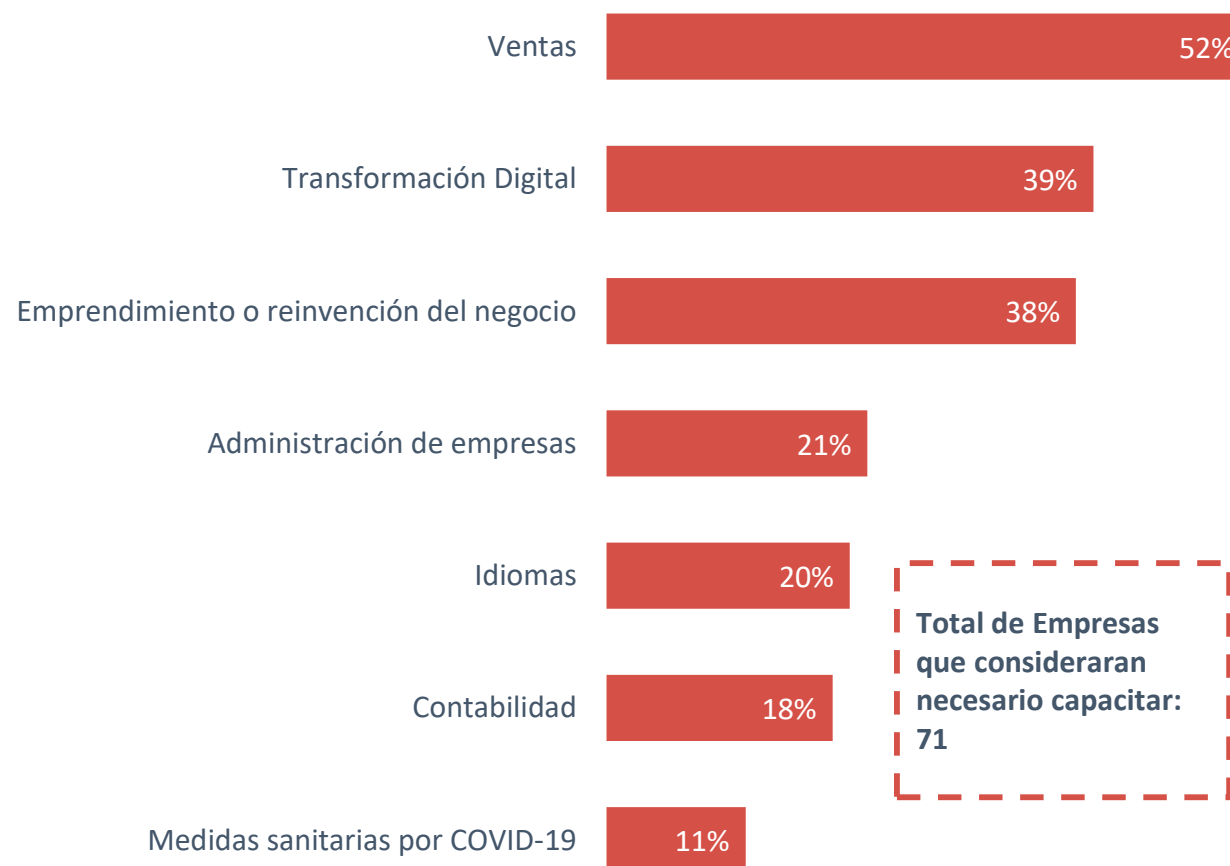


Gráfico 13: Temas de capacitación, número de menciones y porcentaje respecto del total de empresas que indicaron necesario realizar capacitaciones



Fuente: OLN

De acuerdo al gráfico 13, de los 10 principales temas mencionados por las empresas, 6 corresponden al área de Transformación Digital. El principal tema, “Estrategias de ventas por internet” es mencionado por el 45% de las empresas, y está mas bien en el límite entre ser área de Ventas y Transformación digital.

Con menciones entre un 30% y un 20% del total de empresas, aparecen los temas de “Fortalecimiento del negocio” y “Reinvención del negocio” en el área de Emprendimiento; “Nuevos Canales de comercialización”, “Procesos para digitalizar la empresa”, “Creación de landing page” y “Modelos de negocio incorporando tecnología” en el área de Transformación Digital; e “Inglés” en el área de Idiomas.

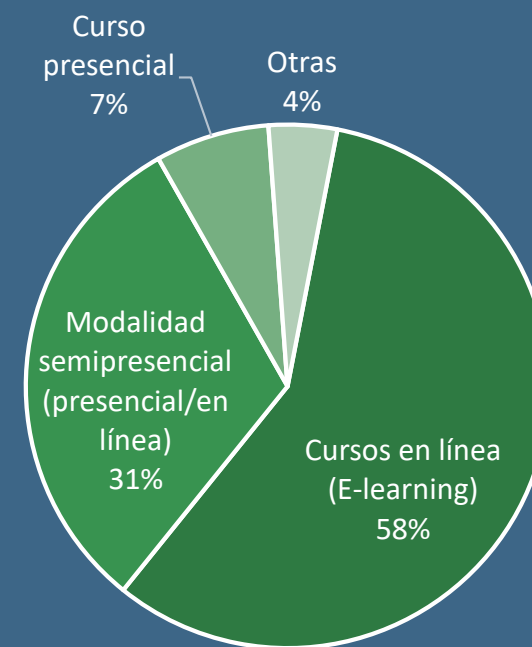
De esta manera, la señal es clara de parte de las micro y pequeñas empresas: hay que fortalecer la capacitación en modelos, plataformas y canales digitales.

Preferencias para realizar la capacitación

Gráfico 14: Preferencia de capacitación - Modalidad

Al consultar por alguna preferencia en la modalidad de la capacitación (Gráfico 14), un 58% de las empresas señalaron inclinación por cursos en línea, y un 31% por una modalidad semipresencial.

Tan solo un 7% de las empresas encuestadas menciona que prefiere capacitar por cursos presenciales, este cambio se debe al impacto laboral del Covid-19 en las empresas, en que las modalidades en línea y semipresencial resultan mejores opciones para afrontar la capacitación laboral en tiempos de crisis sanitaria.

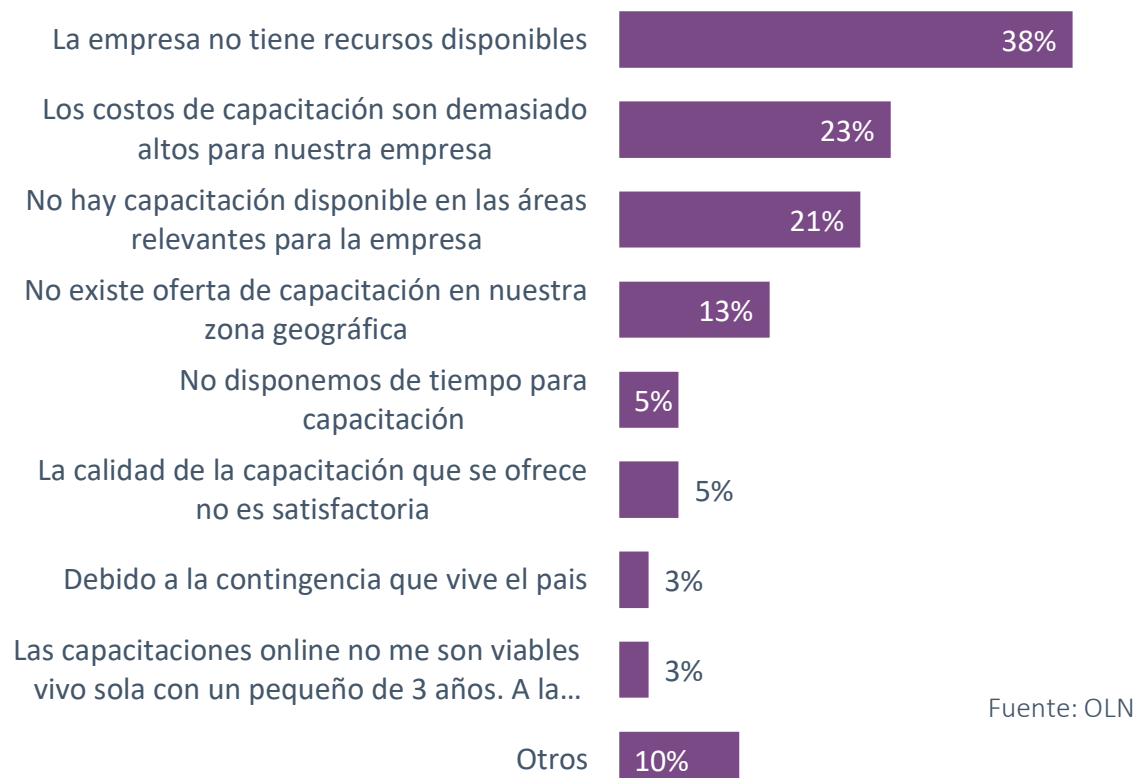


Fuente: OLN

Gráfico 15: Los(as) dueños(as), socios(as) y representantes legales, ¿han recibido capacitación en el último tiempo?



Gráfico 16: Razones para no capacitar Dueños, Socios y Representantes legales



Con respecto a la consulta si los dueños, socios y/o representantes legales han recibido capacitación en el último tiempo (Gráfico 15):

- 52% de las empresas respondió que no.
- 37% señaló que sí dentro de los últimos 12 meses.
- 11% indicó que sí, pero hace más de 12 meses.

Adicionalmente, a las empresas que señalaron no haber realizado capacitaciones, se les consultó por las razones de esa situación (Gráfico 16).

La causa más señalada (38%) fue que “La empresa no tiene recursos disponibles”. La segunda razón más mencionada fue que “Los costos de capacitación son demasiado altos para nuestra empresa” (23%). Mientras que la tercera causa más nombrada (21%) fue “No hay capacitación disponible en las áreas relevantes para la empresa”.

Gráfico 17: Los(as) trabajadores(as) de su empresa, ¿han recibido capacitación en el último tiempo?

Fuente: OLN



Gráfico 18: Razones para no capacitar Trabajadores y Trabajadoras



Fuente: OLN

A las empresas con trabajadores se les consultó si los habían capacitado en el último tiempo (Gráfico 17).

De este modo, 71% empresas señalaron que no había realizado capacitaciones. Por otro lado, un 17% de las empresas señaló que sí durante los últimos 12 meses, y un 12% indicó que capacitó hace más de 12 meses.

Al consultar a las mismas empresas las razones de no haber capacitado a sus trabajadores (Gráfico 18), la más mencionada (30%) fue que “La empresa no tiene recursos disponibles”.

En un segundo orden, el 22% de las empresas mencionaron que “Los costos de capacitación son demasiado altos para nuestra empresa”. Al que le sigue, en un 19% que “No hay capacitación disponible para las necesidades de los trabajadores”.

Síntesis de Resultados

La Encuesta MIPES se levantó entre el 13 y 31 de julio del 2020, y tuvo por objetivo evaluar tanto la situación de las micro y pequeñas empresas producto de los efectos de la pandemia del COVID-19, como sus necesidades y preferencias en cursos de capacitación.

La encuesta se realizó a través de un formulario online, de manera autoaplicada, consiguiendo encuestar a 3.976 empresas en el país, y a 100 empresas en la región de Magallanes y de la Antártica Chilena.

Características de las empresas

Del total de empresas encuestadas, un 66% eran microempresa, un 26% era cuentas propias y solo un 8% de empresas pequeñas. A su vez, un 41% estaba en la etapa de madurez, un 29% en la 1ra etapa de desarrollo, un 19% en etapa de nacimiento y un 11% en fase de crecimiento.

Las empresas pertenecían principalmente a los sectores de Hoteles Restaurantes y Turismo (39%) y de Comercio (21%), y el resto de sectores representa un 7% o menos de las empresas. Territorialmente se concentran en las siguientes regiones: Metropolitana (31%), Valparaíso (12%), Biobío (8%) y los Lagos (7%).

Efectos de la Pandemia COVID19

En cuanto a los efectos de la pandemia, el 56% de las empresas señaló que sus ventas o ingresos se habían reducido. Además, un 25% de las empresas estaban cerradas o en proceso de cierre. De las empresas con reducción en ventas, un 23% no ha podido vender, y un 32% tuvo reducciones en sus ventas de más del 75%. A su vez, el 37% de las empresas se encontraba con operaciones paralizadas, y un 43% se encontraba operando con dificultades significativas.

En relación a los mecanismos de financiamiento o crédito, solo un 33% de las empresas señaló que tenía acceso. Los principales mecanismos mencionados fueron: banca tradicional (92%), recursos propios (44%), fondos del Estado (32%) y redes personales (24%).

Independientemente de la situación respecto al acceso al crédito, un 57% de las empresas señaló que iba a requerir solicitar o renegociar créditos o préstamos a corto plazo. Los principales fines mencionados para este crédito son: el pago de insumos o costos de producción (82%), compra o mantención de activos fijos (70%), pago de deudas anteriores (52%) y pagar sueldos (39%).

Preferencias en la Capacitación

En cuanto a la modalidad, el 58% de las empresas señalaron que prefieren capacitar mediante cursos en línea, y un 31% por una modalidad semipresencial.

Por otro lado, un 71% de las empresas con personal indicó no haberle realizado capacitación a sus trabajadores hace más de 12 meses, donde la principal razón evocada fue que no había recursos disponibles (30%), y en un segundo orden que los costos son demasiado altos (19%), seguido de que no había capacitaciones de acuerdo a las necesidades de los trabajadores (19%).

Panorama similar al de las capacitaciones de dueños, socios y representantes legales, un 52% de las empresas indica que no han capacitado a este grupo ocupacional, por las mismas razones que no se han capacitado a trabajadores.

Temas de Capacitación

Del total de empresas encuestadas, 71 empresas en la región indicaron necesario realizar alguna capacitación. Este grupo de empresas señaló que los principales temas para capacitar son: “Estrategias de ventas por internet” (52%), “Procesos para digitalizar su empresa o negocio” (39%) y “Reinventar o emprendimiento del negocio” (30%).

De manera general, de los principales 10 temas mencionados por las empresas, 6 se relacionan con el área de Transformación digital. De este manera, la señal es clara de parte de las micro y pequeñas empresas, apuntando hacia la capacitación de modelos, plataformas y canales digitales.



Observatorio Laboral Magallanes
Reporte Regional Encuesta
Despega MIPES 2020
Región de Magallanes y de la
Antártica Chilena

