



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES



Reporte Regional Encuesta Despega MIPES 2020 Región del Biobío

Índice

Introducción	1
Objetivos	3
 Características de las empresas participantes	4
 Efectos de la Pandemia COVID-19	8
 Áreas de Capacitación y Temáticas de interés	13
 Preferencias para realizar la capacitación	17
 Síntesis de Resultados	21
 Anexos: Preferencias sobre Temas de capacitación según Área	24

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

Introducción

Este reporte presenta los resultados de la Región del Biobío de la Encuesta sobre Requerimientos de Capacitación de Mipes, dirigida a Micro y Pequeñas (Mipes) empresas formalizadas de la región. 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 Biobío de SENCE y su red de Observatorios Laborales 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 a nivel nacional y 332 empresas en la Región del Biobío.

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:

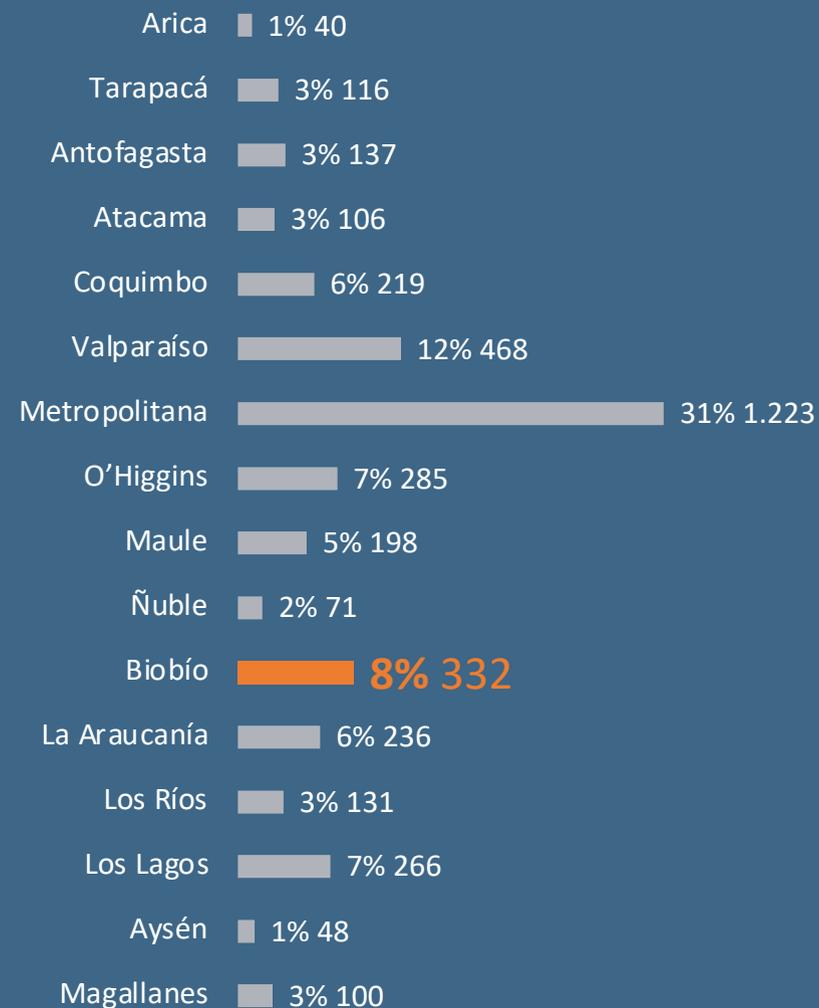
- Caracterizar a las empresas Mipes.
- Caracterizar el impacto de la crisis sanitaria en las operaciones de las empresas.
- Identificar necesidades de capacitación según áreas de interés.
- Identificar preferencias de capacitación de dueños, socios y trabajadores.

Características de las empresas participantes

Para revisar el panorama general de las empresas encuestadas, en el gráfico 1 se observa la distribución territorial. La Región del Biobío concentró 332 encuestas, con un porcentaje de un 8% del total de encuestas aplicadas.

De las empresas participantes, se observa que la mayoría de las empresas se ubica en la Región Metropolitana (31%), seguido de Valparaíso (12%). A continuación de la Región del Biobío, se ubica Los Lagos (7%) y el resto de las regiones presentan un 6% de las empresas o menos.

Gráfico 1: Empresas participantes por región



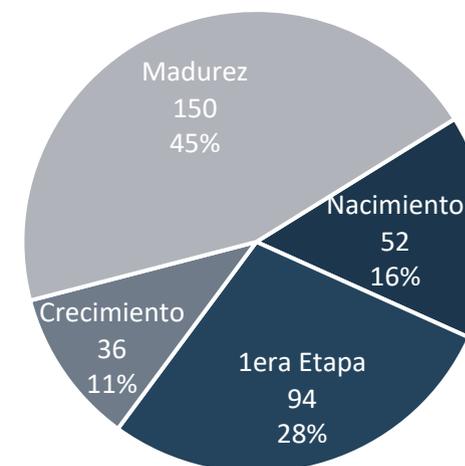
Fuente: OLN

Para poder caracterizar a las empresas que participaron en la encuesta, a continuación se presentan su distribución en cuanto a tamaño y etapa.

De las 332 empresas que respondieron la encuesta de MIPES 2020, un 45% está en la etapa de madurez, un 28% en la 1ra etapa de desarrollo, un 16% en etapa de nacimiento y un 11% en fase de crecimiento (Gráfico 2).

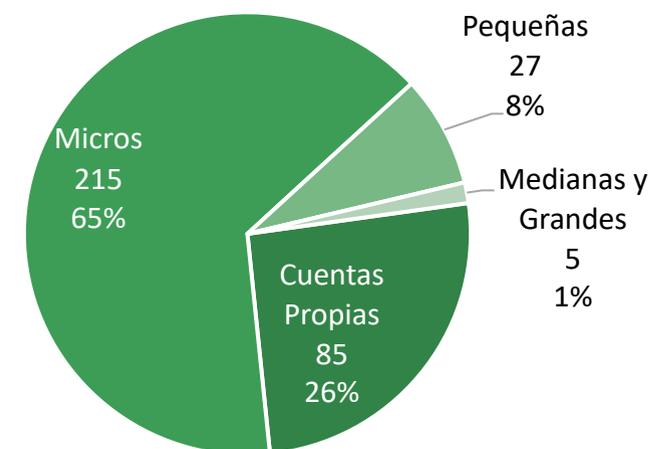
Si revisamos su composición por tamaño de empresa, se tuvo que un 65% de las empresas eran microempresas, un 26% era cuentas propias, un 8% pequeñas y solo un 1% de empresas medianas y grandes (Gráfico 3).

Gráfico 2: Empresas participantes por etapa



Fuente: OLN

Gráfico 3: Empresas participantes por tamaño



Fuente: OLN

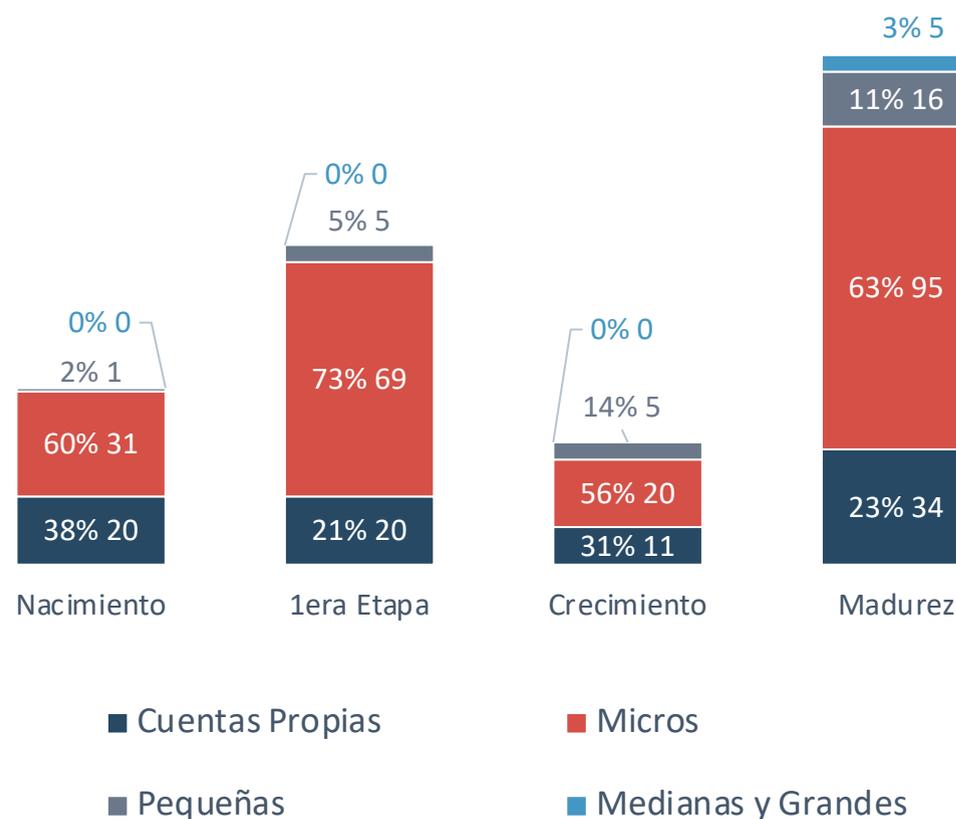
Etapa de desarrollo

- Nacimiento: menos de 1 año
- 1era etapa: entre 1 a 3 años
- Crecimiento: entre 3 a 5 años
- Madurez: más de 5 años

Tamaño de empresas

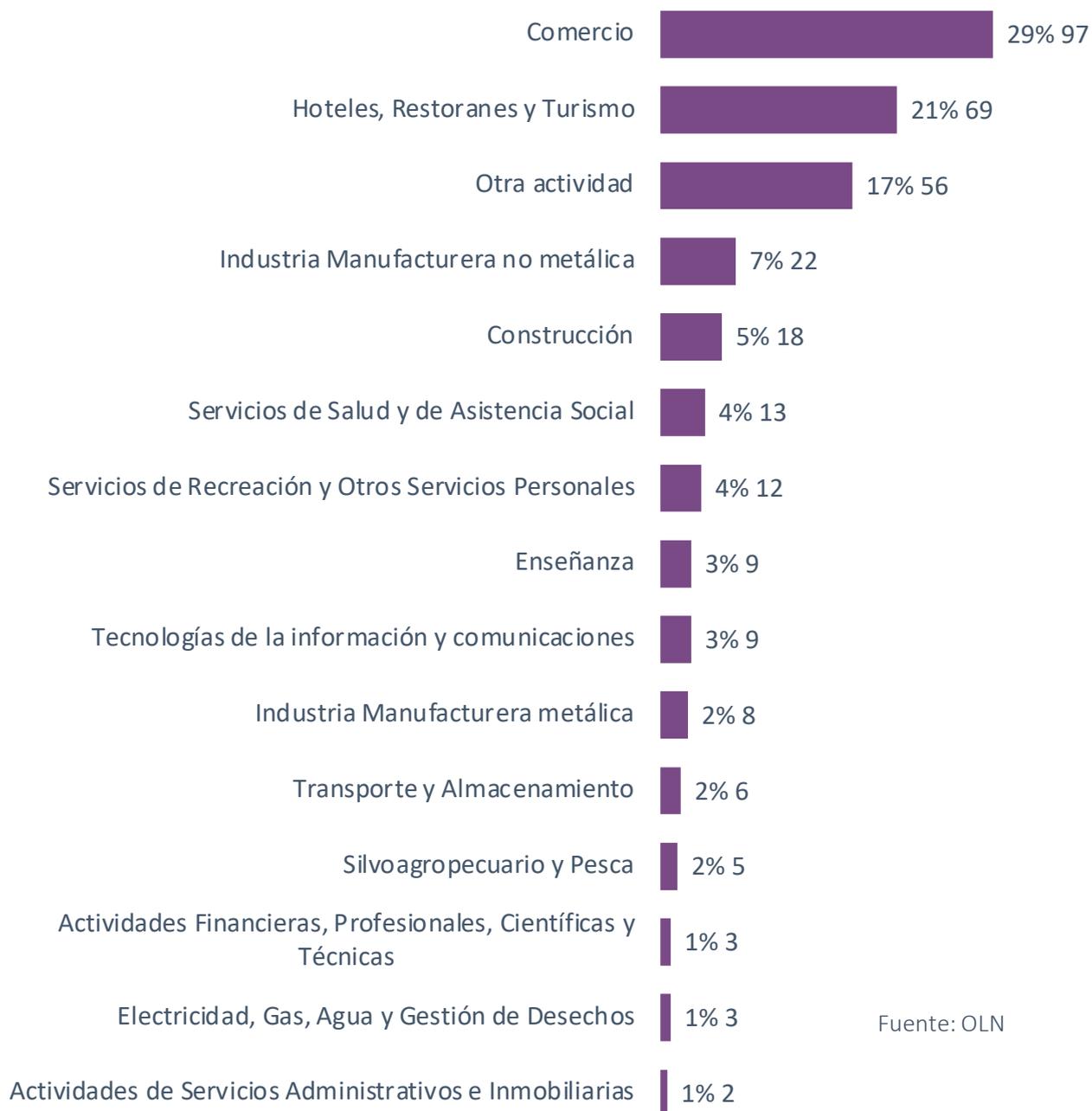
- Cuentas Propias: sin trabajadores
- Micro: 1 a 9 trabajadores
- Pequeñas: 10 a 49 trabajadores
- Medianas: 50 a 199 trabajadores
- Grandes: 200 o más trabajadores

Gráfico 4: Empresas participantes por etapa y tamaño



Fuente: OLN

Gráfico 5: Empresas participantes por sector económico



Fuente: OLN

En el gráfico 5 se presentan la composición sectorial de las empresas de esta encuesta, en la región de las 332 encuestas aplicadas se tiene que corresponden principalmente a empresas de los siguientes sectores:

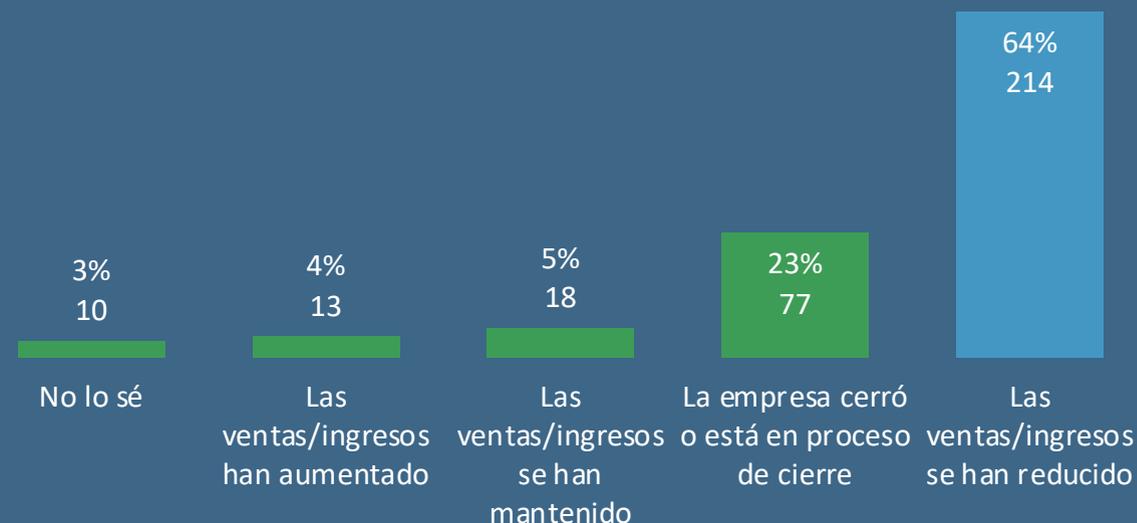
- Comercio (29%).
- Hoteles Restaurantes y Turismo (21%).
- Otra actividad (17%).
- El resto de los sectores representa un 7% o menos de las empresas.

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.

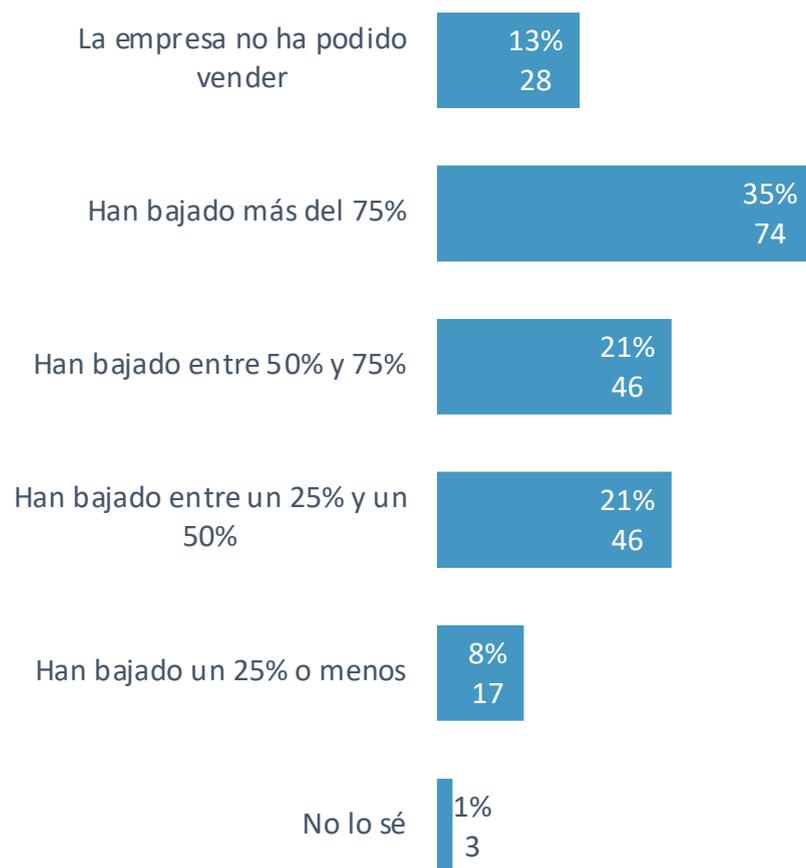
Se consultó a las empresas sobre la situación de sus ventas o ingresos con respecto al mismo mes del año anterior (Gráfico 6). Se encontró que un 64% (214 empresas) redujeron sus ventas o ingresos. Además, un 23% de las empresas estaban cerradas o en proceso de cierre. Y por último, un 5% de las empresas habían mantenido o aumentado sus ingresos.

Gráfico 6: 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 7: Considerando las ventas o ingresos del último mes, ¿cuánto han bajado respecto al mismo mes del año 2019?



Fuente: OLN

A las 214 empresas que señalaron que sus ingresos o ventas se habían reducido, se les consultó por la magnitud de esta baja (Gráfico 7).

De este conjunto de empresas afectadas, un 35% de las empresas indicaron que sus ventas o ingresos han bajado más del 75%, en un segundo orden se encuentran las empresas que afirmaron que sus ventas se redujeron entre un 50% y 75% (21%) y que han bajado entre un 25% y un 50% (21%). Y el 13% señaló que no ha podido vender.

Por otra parte, solo un 8% tuvo reducciones de menos de 25%.

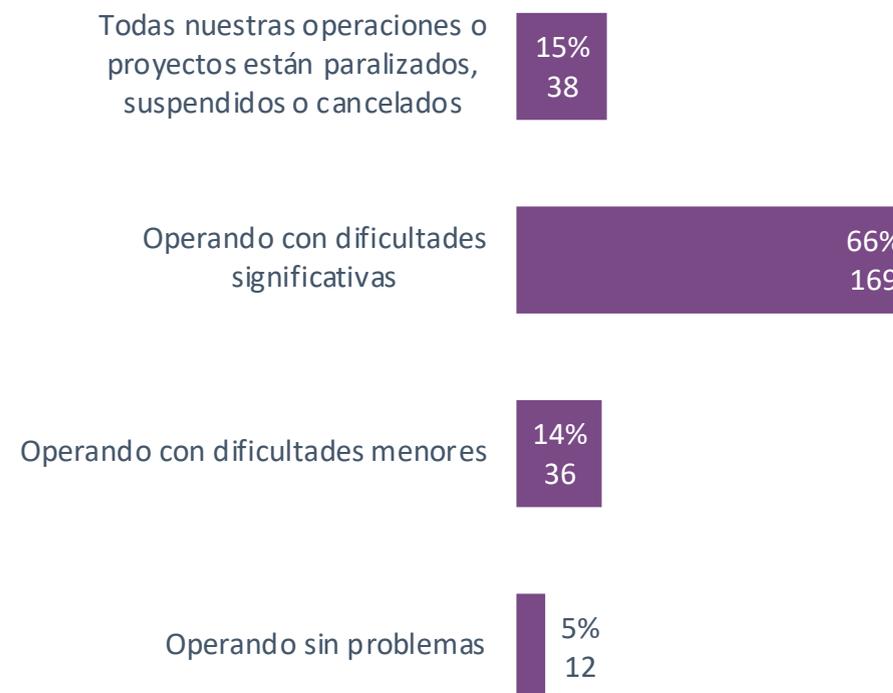


Adicionalmente, 255 empresas respondieron por su situación operacional (Gráfico 8) en la región.

Significativamente, un 66% de las empresas estaba operando con dificultades significativas y un 15% del total de estas empresas presentaba sus operaciones o proyectos paralizados, suspendidos o cancelados.

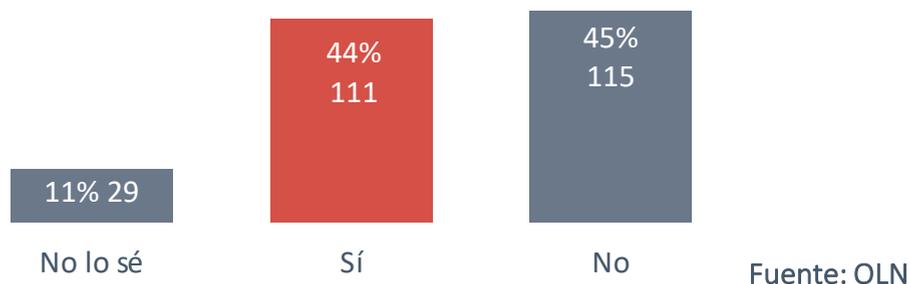
En tanto, un 20% de las firmas operaba con dificultades menores o sin problemas

Gráfico 8: Y en términos de actividades y operaciones, ¿en qué situación se encuentra su empresa?



Fuente: OLN

Gráfico 9: Su empresa, ¿tiene acceso a mecanismos de financiamiento o crédito?



A estas 255 empresas se les consultó también si tenían acceso mecanismos de financiamiento o crédito, en donde 111 (43%) respondieron de manera afirmativa (Gráfico 9).

Gráfico 10: ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento o crédito de la empresa?



A este grupo de empresas con acceso al crédito o financiamiento (111), se les consultó por las fuentes a las cuales tienen acceso, pudiendo nombrar más de un mecanismo.

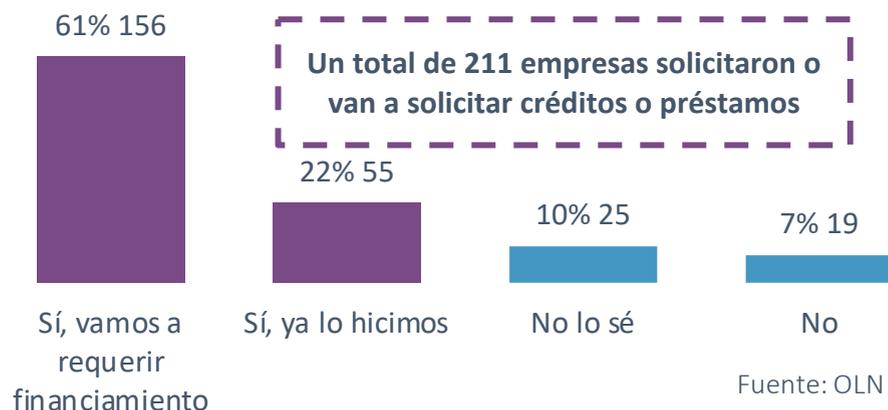
La gran mayoría de las empresas (76%) mencionó que tiene financiamiento a través de la “Banca tradicional”. Por otro lado, un 36% indicó que se financia con “Recursos propios” (Gráfico 10).

Un 32% de estas empresas logra acceder a “Fondos del Estado”, mientras que un 17% mencionó financiarse o acceder al crédito mediante “Redes personales”.

Un 14% de las empresas, tiene financiamiento a través de “Casas comerciales” y un 13% a través de “Fundaciones”, y el 5% o menos de las empresas se financian a través de “Prestamistas”, “Cooperativas de ahorro y crédito” o “Cajas de compensación”.

Fuente: OLN

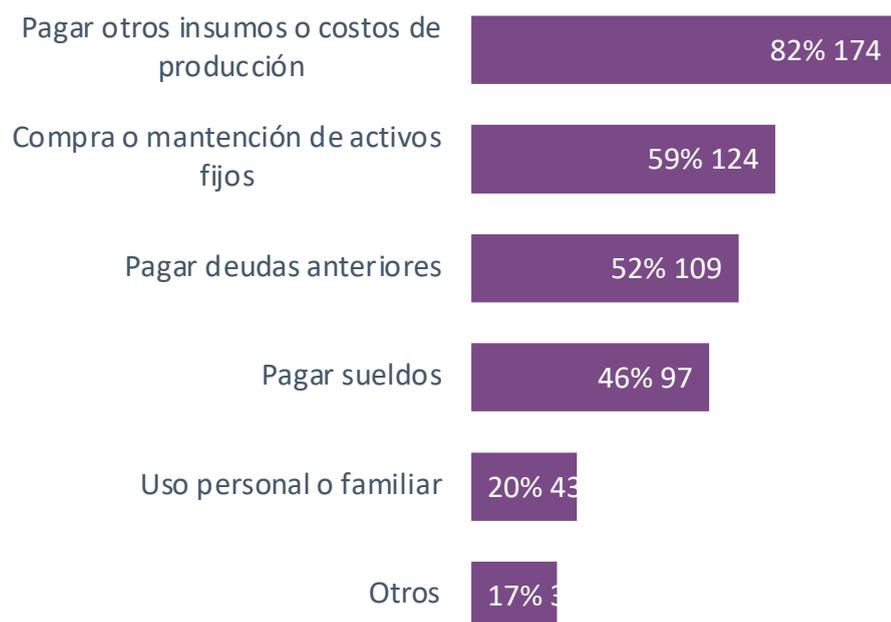
Gráfico 11: Considerando su situación financiera actual y sus expectativas para los próximos meses, ¿cree que va a requerir solicitar o renegociar créditos o préstamos para su empresa?



Independiente si las empresas tienen acceso al crédito (revisar Gráfico 9), 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 11).

De las 255 empresas que respondieron, un 83% respondió afirmativamente, señalando que ya habían requerido el crédito o que lo iban a solicitar. Desglosando la cifra, un 61% (156 empresas) mencionó que iban a solicitar financiamiento y un 22% respondió que ya lo requirieron (55 empresas).

Gráfico 12: ¿Para qué fin requiere el crédito o financiamiento?



Luego, se indagó para que fin requerían el crédito o financiamiento las 211 empresas que respondieron afirmativamente (Gráfico 12). 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” (59%) y “Pagar deudas anteriores” (52%).
- En tercer lugar de importancia, un 46% de las empresas nombró “Pagar sueldos”.
- “Uso personal o familiar” (20%) y “Otros” (17%), 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, 230 empresas 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 13 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 122 empresas la señalaron, equivalente al 53% de las empresas que consideraron 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.

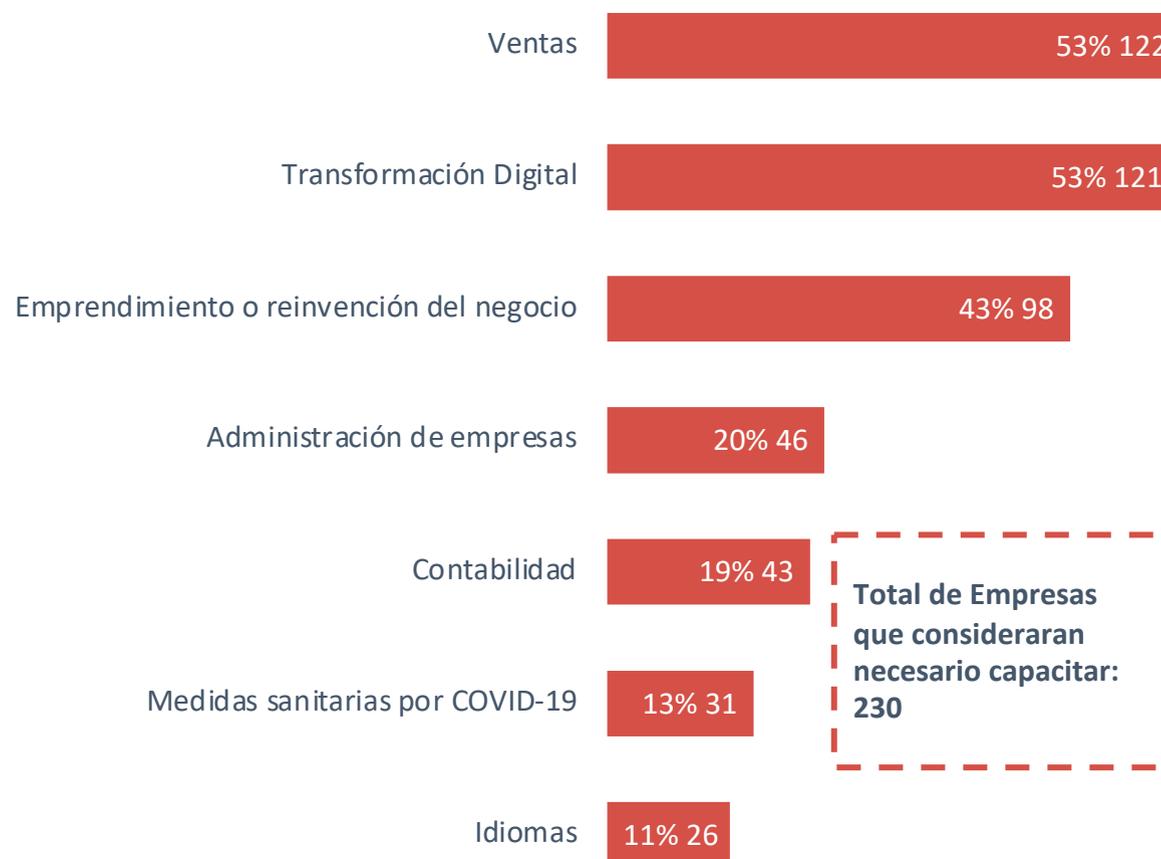
La segunda área con más interés fue la de “Transformación Digital”, mencionada por un 53% de las empresas (121 firmas). En tanto, “Emprendimiento o reinención del negocio” fue la tercera área más elegida con un 43% del total de empresas que capacitarían (98 empresas).

En un cuarto orden de preferencias, sigue el de “Administración de empresas” con 20% de empresas que la mencionaron.

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

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

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



Temáticas de Capacitación

En la encuesta MIPES 2020, 230 empresas respondieron que era necesaria la capacitación. El Gráfico 14 expone las preferencias por temas a capacitar, mostrando el número de empresas que mencionaron cada tema y el porcentaje de este total de empresas que representan estas menciones. Además, los colores de cada barra representan el área de capacitación a la cual pertenece cada tema. Se Incluyen los temas con 13% o más de menciones.

Las “Estrategias de ventas por internet” (área de ventas) fue el principal mencionado, con 104 de las preferencias, equivalente al 45% de las empresas con necesidades de capacitación.

En segundo orden de importancia fueron mencionados los temas de “Procesos para digitalizar su empresa o negocio”, “Fortalecer el negocio” y Nuevos canales de comercialización”; indicados por el 40%, 31% y 29% de las empresas respectivamente. De los tres temas nombrados, el primero y el tercero son del área de “Transformación digital”, en tanto, el segundo es del área de “Emprendimiento o reinención del negocio”.

En un tercer escalafón de prioridades se mencionan el “Modelo de negocios incorporando tecnología” (27%), “Relación de clientes a través de la tecnología” (23%), y “Sistemas de información para la gestión interna del negocio” (23%). En donde todos los temas mencionados son del área de “Transformación digital”.

Gráfico 14: Temas de capacitación, número de menciones y porcentaje respecto del total de empresas que indicaron necesario realizar capacitaciones



Fuente: OLN

En un cuarto orden de magnitud, con menciones entre un 20% y 17% del total de empresas, aparecen los temas de “Reinvención de negocios” del área de emprendimiento o reinvención del negocio; “Cambio cultural para la Transformación Digital”, “Medios de pago” e “Innovación de base tecnológica”, desde el área de Transformación digital.

De acuerdo a lo anterior, de los 11 principales temas mencionados por las empresas, 8 corresponde el área de Transformación digital, y el principal tema, “Estrategias de ventas por internet” (mencionado por un 45% de las empresas) está más bien en el límite entre ser del área de Ventas y de Transformación digital.

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

- Ventas
- Transformación Digital
- Emprendimiento o reinvención del negocio
- Administración de empresas
- Contabilidad
- Medidas sanitarias por COVID-19
- Idiomas

Preferencias para realizar la capacitación

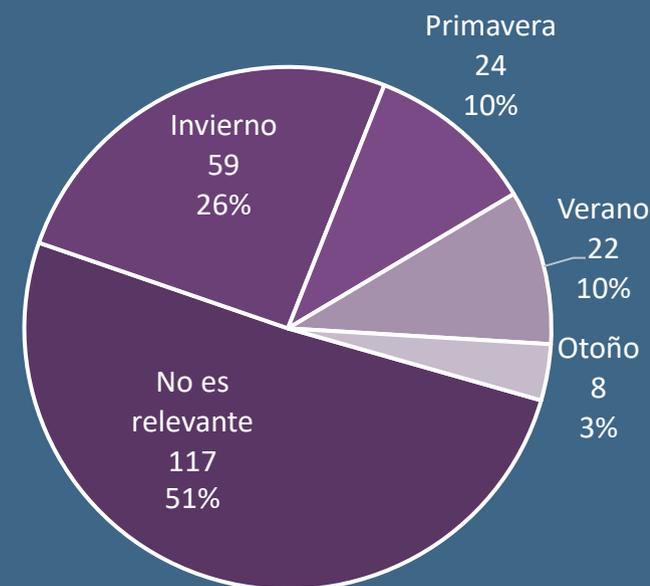
Se consultó a las empresas si consideraban alguna época del año más conveniente para realizar las capacitaciones (Gráfico 15), y el 51% de las empresas mencionó que no es relevante, y una segunda mayoría (26%) se expresó a favor del invierno.

Si se realiza un zoom a los sectores más representados, es decir, Comercio (Gráfico 16) y Hoteles, Restoranes y Turismo (Gráfico 17), se tiene que:

- Igualmente, para empresas de Comercio es mayor la preferencia por la irrelevancia de la época (55%) , y en segundo lugar es invierno (21%).
- En cambio, para empresas de Hoteles, Restoranes y Turismo, se encuentra en un mismo porcentaje tanto la preferencia en Invierno (37%), y la irrelevancia de la época (37%).

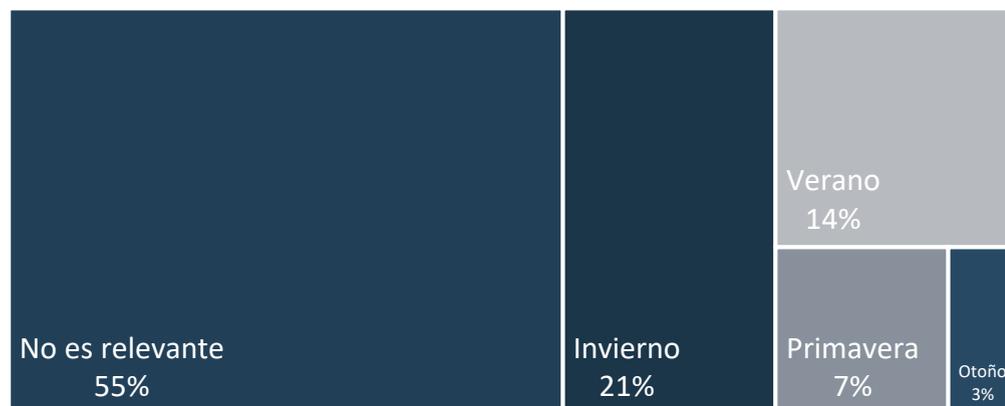
Por otro lado, al consultar por alguna preferencia en la modalidad de la capacitación (Gráfico 18), un 50% de las empresas señalaron inclinación por cursos en línea, y un 33% por una modalidad semipresencial.

Gráfico 15: Preferencia Capacitación - Época del año



Fuente: OLN

Gráfico 16: Preferencia Capacitación - Época del año Empresas de Comercio



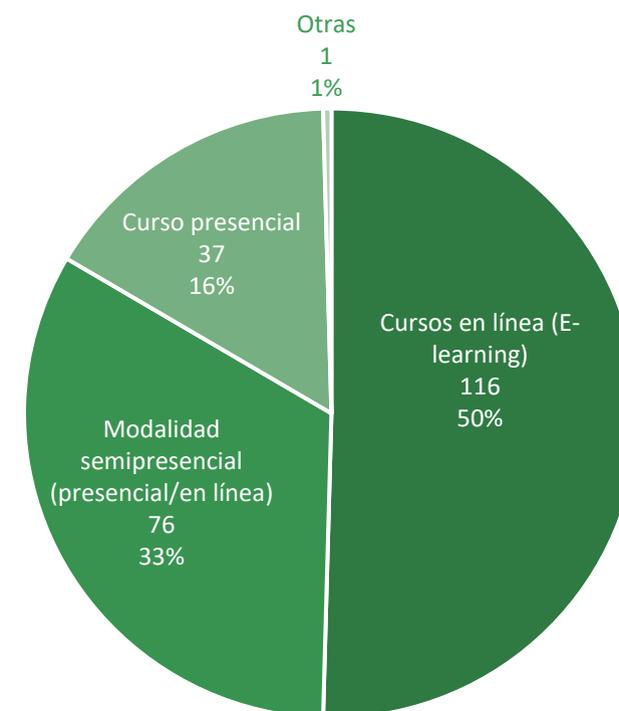
Fuente: OLN

Gráfico 17: Preferencia Capacitación - Época del año Empresas de Hoteles, Restoranes y Turismo



Fuente: OLN

Gráfico 18: Preferencia de capacitación - Modalidad



Fuente: OLN

Gráfico 19: Los(as) dueños(as), socios(as) y representantes legales, ¿han recibido capacitación en el último tiempo?

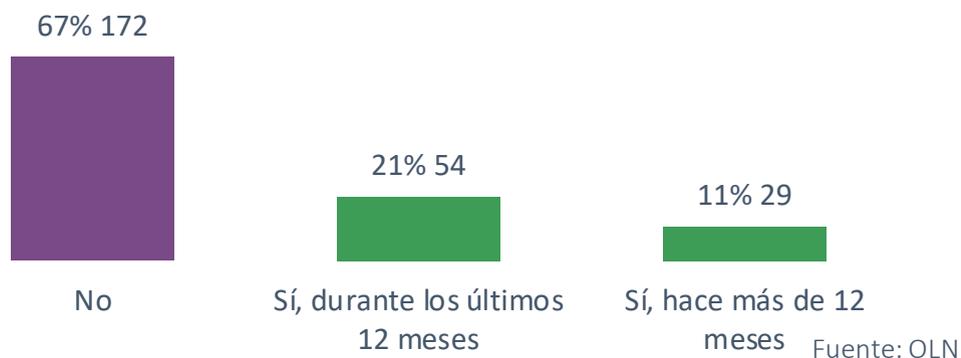


Gráfico 20: Razones para no capacitar Dueños, Socios y Representantes legales



Con respecto a la consulta si los dueños, socios y/o representantes legales han recibido capacitación en el último tiempo (Gráfico 19):

- 67% de las empresas respondió que no.
- 21% señaló que sí dentro de los últimos 12 meses.
- 11% indicó que sí, pero hace más de 12 meses.

Adicionalmente, a las 172 empresas que señalaron no haber realizado capacitaciones, se les consultó por las razones de esa situación (Gráfico 20).

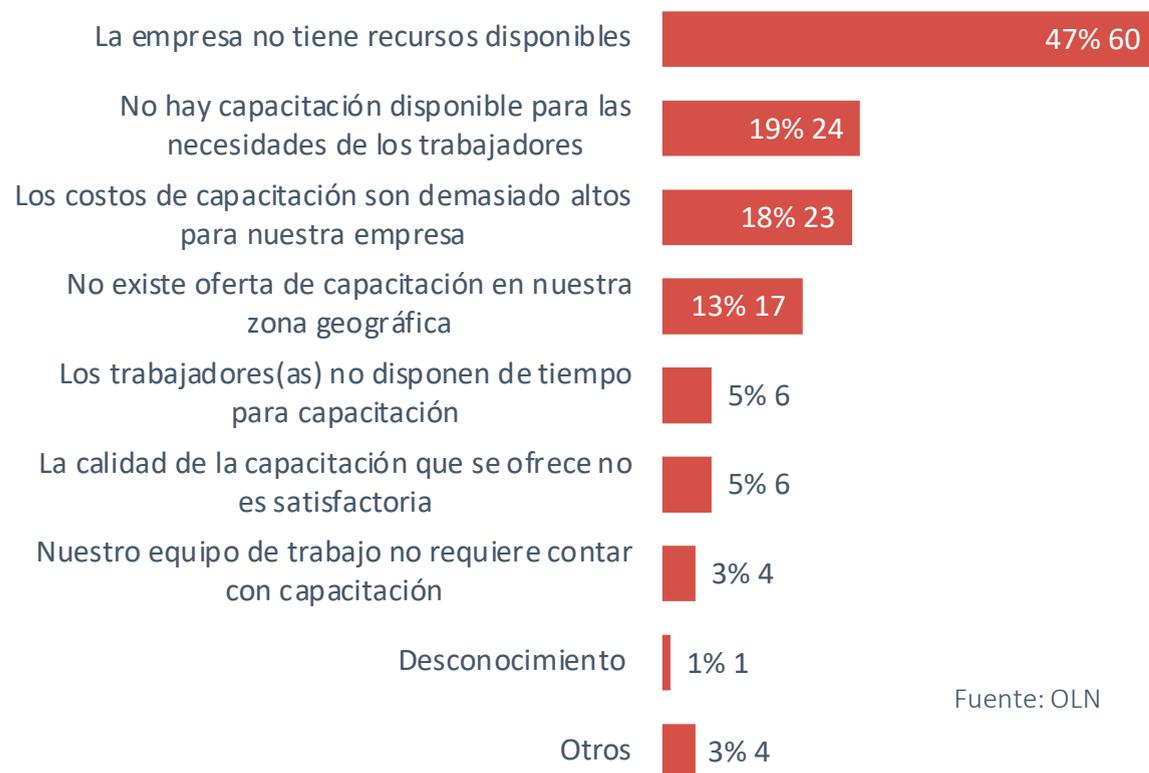
La causa más señalada (39%) fue que “La empresa no tiene recursos disponibles”. La segunda razón más mencionada fue que “Los costos de capacitación son demasiado altos para nuestra empresa” (22%). Mientras que la tercera causa más nombrada (19%) fue “No hay capacitación disponible en las áreas relevantes para la empresa”.

Gráfico 21: Los(as) trabajadores(as) de su empresa, ¿han recibido capacitación en el último tiempo?



Fuente: OLN

Gráfico 22: Razones para no capacitar Trabajadores y Trabajadoras



Fuente: OLN

A las empresas con trabajadores (173) se les consultó si los habían capacitado en el último tiempo (Gráfico 21).

De este modo, 129 empresas (75%) señalaron que no había realizado capacitaciones. Por otro lado, un 16% de las empresas señaló que sí durante los últimos 12 meses, y un 9% indicó que capacitó hace más de 12 meses.

Al consultar a las 129 empresas las razones de no haber capacitado a sus trabajadores (Gráfico 22), la más mencionada fue que “La empresa no tiene recursos disponibles” (47%, equivalente a 60 empresas).

En un segundo orden, el 19% y 18% de las empresas mencionaron que:

- “No hay capacitación disponible para las necesidades de los trabajadores”.
- “Los costos de capacitación son demasiado altos para nuestra empresa”.

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 a nivel país y 332 en la Región del Biobío.

Características de las empresas

Del total de empresas encuestadas, un 65% eran microempresa, un 26% eran cuentas propias, un 8% pequeñas y solo un 1% de empresas medianas y grandes. A su vez, un 45% estaba en la etapa de madurez, un 28% en la 1^{ra} etapa de desarrollo, un 16% en etapa de nacimiento y un 11% en fase de crecimiento.

Las empresas pertenecían principalmente a los sectores de Comercio (29%) y de Hoteles Restaurantes y Turismo (21%),

Efectos de la Pandemia COVID19

En cuanto a los efectos de la pandemia, el 64% de las empresas señaló que sus ventas o ingresos se habían reducido. Además, un 23% de las empresas estaban cerradas o en proceso de cierre. De las empresas con reducción en ventas, un 13% no ha podido vender, y un 56% tuvo reducciones en sus ventas de más del 50%. A su vez, el 15% de las empresas estaba con operaciones paradas, y un 66% operando con dificultades significativas.

Al consultar si las empresas tienen accesos a mecanismo de financiamiento o crédito, un 44% de las empresas señaló que tenía acceso. Los principales mecanismos mencionados fueron: banca tradicional (76%), recursos propios (36%), fondos del Estado (32%) y redes personales (17%).

Independientemente de la situación respecto al acceso al crédito, un 61% de las empresas señaló que iba a requerir solicitar o renegociar créditos o préstamos a corto plazo. Los principales fines mencionados para este crédito fueron: el pago de insumos o costos de producción (82%), compra o mantención de activos fijos (59%), pago de deudas anteriores (52%) y pagar sueldos (46%).

Temas de Capacitación

Del total de empresas encuestadas, 230 empresas indicaron necesario realizar alguna capacitación. Este grupo de empresas señaló que los principales temas para capacitar son: “Estrategias de ventas por internet” (45%), “Procesos para digitalizar su empresa o negocio” (40%) y “Fortalecer el negocio” (31%).

De manera general, de los principales 11 temas mencionados por las empresas, 8 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.

Preferencias en la Capacitación

Siguiendo con lo anterior, se consultó a las mismas empresas que consideraban necesario capacitar, cuál era la época del año más conveniente para realizar las capacitaciones. De ellas, un 51% de las empresas señaló que le es irrelevante y un 26% indicó el invierno. En cuanto a la modalidad, el 50% de las empresas señalaron inclinación por cursos en línea, y un 33% por una modalidad semipresencial.

Con respecto a la consulta si los trabajadores de la empresa han recibido capacitación en el último tiempo, un 75% de las empresas con personal indicó no haberle realizado capacitación a sus trabajadores hace más de 12 meses, donde un 47% de ellos menciono como la principal razón la falta de recursos disponibles, y en un segundo orden mencionan que no hay capacitaciones disponibles para las necesidades de los trabajadores (19%).



Observatorio Laboral de SENCE
Región del Biobío - Reporte
Regional Encuesta Despega MIPES
2020 - Biobío



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Anexos: Preferencias sobre Temas de capacitación según Área

El área más nombrada para capacitar fue la de Ventas, con 122.

Del total de empresas que indicó esta área, el 85% mencionó las “Estrategias de ventas por internet” como un tema que le interesa capacitar, siendo el principal tema mencionado por las empresas de esta encuesta.

El resto de los temas fue mencionado en un segundo orden, con estrategias de ventas (29%), gestión de redes sociales (27%) y atención a clientes y ventas (26%).

Gráfico 23: Menciones por tema en Ventas



Fuente: OLN

El área Transformación Digital fue indicada por 121 empresas como un área a capacitar.

De este total de empresas, el tema de “Procesos para digitalizar su empresa o negocio” fue mencionado por el 76% como deseable de capacitar; le sigue la temática de “Nuevos canales de comercialización” con un 55% de menciones.

En un tercer orden emergen los temas de “Modelo de negocios incorporando tecnología” y “Relación de clientes a través de la tecnología”, con 52% y 45% del total de empresas que capacitarían en Transformación Digital.

En un cuarto orden están los temas de “Sistemas de información para la gestión interna”, Cambio cultural para la transformación digital” y “Medios de pago”, los cuales fueron mencionados entre 44% y 34%.

Gráfico 24: Menciones por tema en Transformación Digital



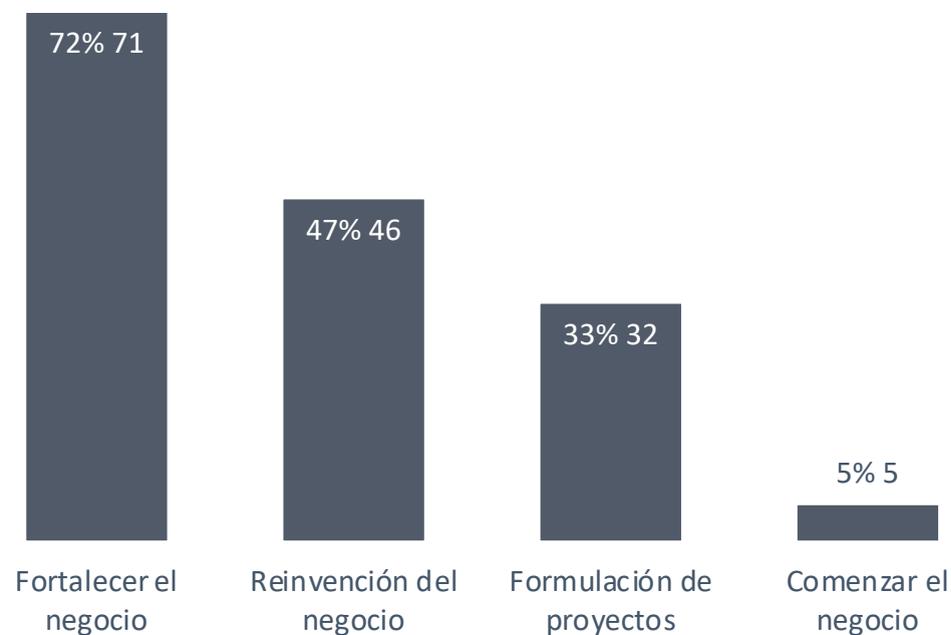
Fuente: OLN

El área de Emprendimiento o reinversión del negocio fue mencionada por 98 empresas, siendo la tercera área más mencionada.

Esta área se subdividió en 4 temas. Así el 72% del total de empresas interesadas en esta área mencionó “Fortalecer el negocio” como interés de capacitar, en tanto la “Reinversión del negocio” fue nombrada por el 47% de las empresas.

En tanto, el área de “Formulación de proyectos” tuvo el interés del 33% de las empresas, mientras que “Comenzar el negocio” tan sólo fue mencionada por un 7% de las empresas.

Gráfico 25: Menciones por tema en Emprendimiento o reinversión del negocio



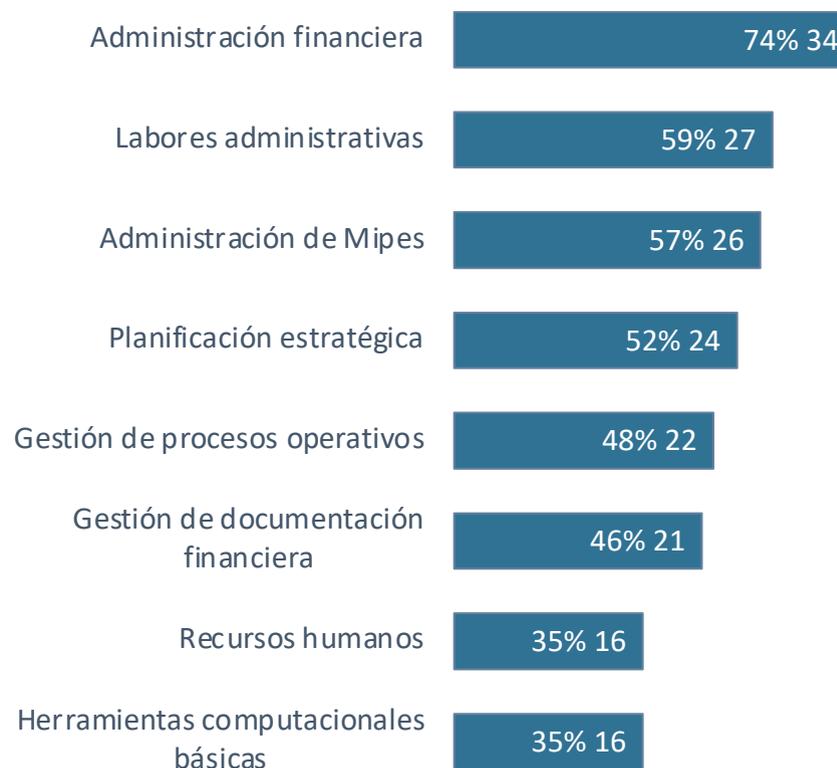
Fuente: OLN

El área de “Administración de empresas” fue mencionada por 46 empresas para ser capacitada.

Del total de las empresas, el 74% mencionaron la “Administración financiera” como un tema relevante. En segundo orden el tema de “Labores administrativas” tuvo un 59% del total de menciones, seguido de la “Administración de Mipes” con un 57% de las menciones y finalmente con un 52% de menciones se encuentra “Planificación estratégica”.

En un último orden, en un rango menor a 50% del total de empresas que mencionaron la Administración, están los temas de “Gestión de procesos operativos”, “Gestión de documentación financiera”, “Recursos humanos” y “Herramientas computacionales básicas”.

Gráfico 26: Menciones por tema en Administración de empresas

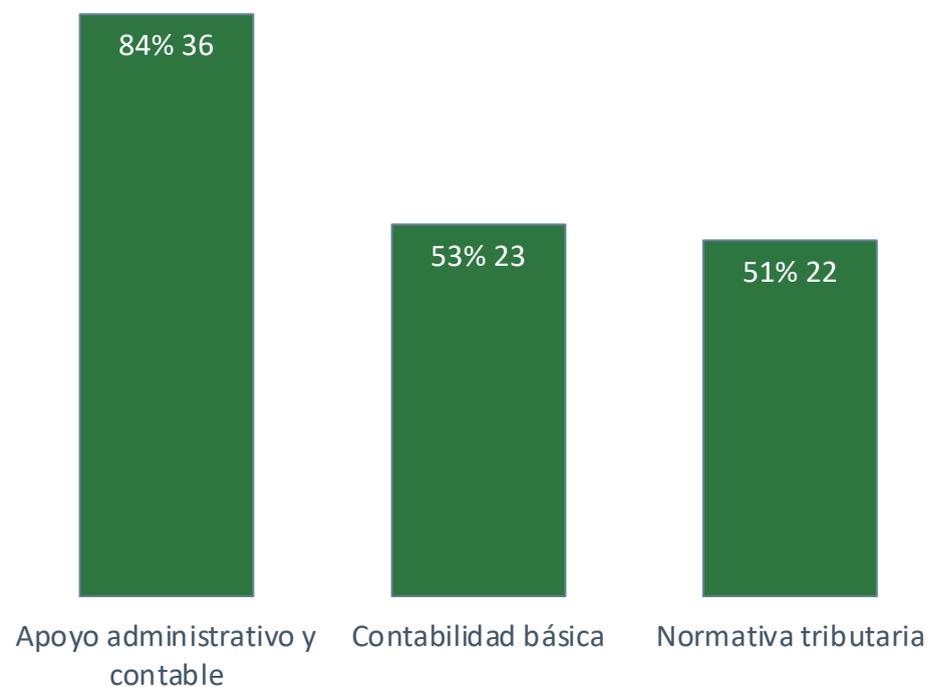


Fuente: OLN

Gráfico 27: Menciones por tema en Contabilidad

Fueron 43 empresas las que mencionaron la Contabilidad como un área necesitada de capacitar.

De este total, el 84% mencionó de manera particular el “Apoyo administrativo y contable”, un 53% la “Contabilidad básica” y un 51% la “Normativa tributaria”.



Fuente: OLN

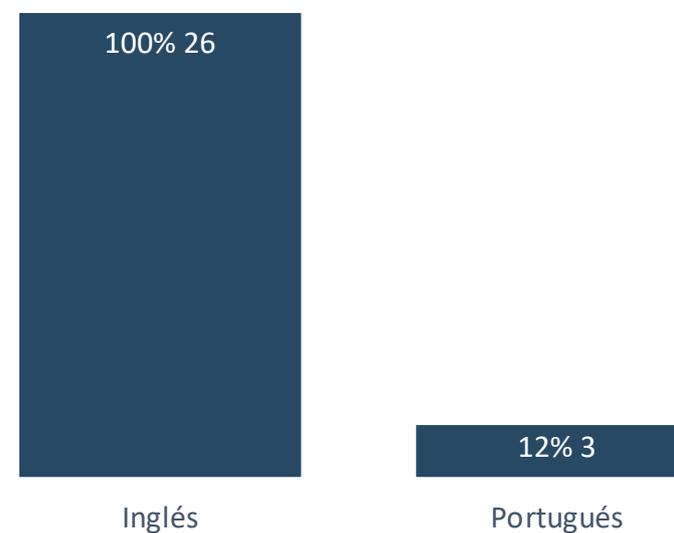
Gráfico 28: Menciones por tema en Medidas Sanitarias por COVID-19

El área de “Medidas Sanitarias por COVID-19” fue indicada por 31 empresas como necesaria para capacitar.

De este grupo, el 90% indicó como relevante el “Cumplimiento de protocolos sanitarios del personal para evitar contagios”, y el 68% la “Sanitización de espacios”.



Fuente: OLN

Gráfico 29: Menciones por tema en Idiomas

Fuente: OLN

Por último fueron 26 empresas las que marcaron el área de Idiomas, de las cuales un 100% indicó el inglés como el tema más relevante y un 12% el Portugués.