



Reporte Nacional:
Encuesta Necesidades
Capacitación para Mipes 2021

Reporte Encuesta Necesidades Capacitación para Mipes 2021

Observatorio Laboral Nacional, Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, 2021,
Santiago, Chile.

Todos los derechos reservados.
Queda autorizada su reproducción y distribución citando la fuente.

Índice

Introducción	3
Glosario	4
Metodología	5
Resultados: Características de las Mipes participantes	8
Resultados: Impacto de la crisis sanitaria	15
Resultados: Preferencias de capacitación	19
Resultados: Historial de capacitación, recursos TI y asesorías	24
Síntesis de resultados	28

Introducción

El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo – Sence - a través del Observatorio Laboral Nacional, diseñó la encuesta Necesidades de Capacitación para Mipes 2021, que tuvo por objetivo principal identificar necesidades de capacitación en el segmento de micro y pequeñas empresas (Mipes), para efectos de diseñar una oferta de capacitación que sea pertinente a los desafíos de productividad de las empresas.

Esta oferta de capacitación se traduce principalmente en el programa Despega Mipes, que está dirigido a dueños, socios, representantes legales y trabajadoras y trabajadores de las Mipes, con diferentes cursos en las áreas de: Contabilidad, Tecnologías de la información o Transformación digital, Administración de empresas, Ventas, Idiomas, Emprendimiento o reinención del negocio y Medidas sanitarias por COVID-19.

Este reporte presenta los principales resultados de la encuesta, a nivel nacional, en el año 2021.

Glosario

Dotación: conjunto de trabajadoras y trabajadoras de una Mipe, incluye a las personas socias, dueñas y representantes legales que trabajen más de 15 horas a la semana.

Distribución de empresas: cuando cada empresa se clasifica en una y solo una categoría de respuesta. Cada número de empresas en cada categoría se divide por el total de empresas que contestaron. Así, la suma total de categorías es igual a 100%.

Concentración de empresas: cuando cada empresa se puede clasificar en una o más categorías de respuesta. Cada número de empresas en cada categoría de categoría se divide por el total de empresas que contestaron. Así, la suma total de categorías es superior a 100%, pero cada categoría individual representa un % respecto del total.

Metodología

Población Objetivo

Todas las empresas activas del país, cuyas ventas no fueran superiores a 25 mil UF, o equivalentemente, no fueran superiores a 749 millones de pesos; y en caso de superar estas ventas, que no tuvieran más de 50 trabajadores.

Objetivos de la encuesta

Identificar necesidades de capacitación en el segmento de micro y pequeñas empresas (Mipes), para efectos de diseñar una oferta de capacitación que sea pertinente a los desafíos de productividad de las empresas.

Así los objetivos específicos fueron:

- Caracterizar las empresas Mipes
- Sondear el impacto de la crisis sanitaria en las Mipes
- Identificar las necesidades y preferencias de capacitación de las Mipes
- Recabar historial y antecedentes en capacitación de las Mipes

Unidades y levantamiento

La unidad de análisis y levantamiento es la Mipe, sin importar si está o no formalizada en el SII. El levantamiento se realizó entre los meses de mayo y junio del 2021, vía formulario auto-aplicado enviando la invitación por email, los cuales fueron supervisados y completados telefónicamente en caso de requerirlo.

Se levantaron todas las empresas posibles de la población objetivo durante el periodo de referencia.

Se enviaron más de 50 mil correos electrónicos a micros y pequeñas empresas, de las cuales 2.695 contestaron.

De este grupo, 2.416 se encontraban activas, mientras 279 empresas se encontraban cerradas o en proceso de cierre.

Los resultados que se presentan a continuación, corresponden a las 2.416 activas que contestaron la encuesta.



Resultados



Características de las empresas participantes

2.416

Nº de empresas

12.436

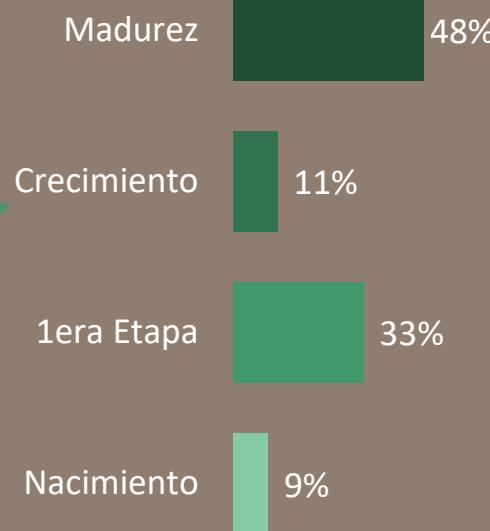
Total de dotación

5,1

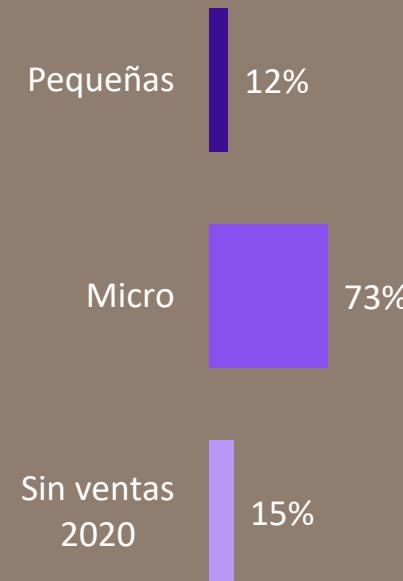
Dotación
promedio

Caracterización de las Mipes

Etapa de desarrollo



Tamaño según ventas



Etapa de desarrollo

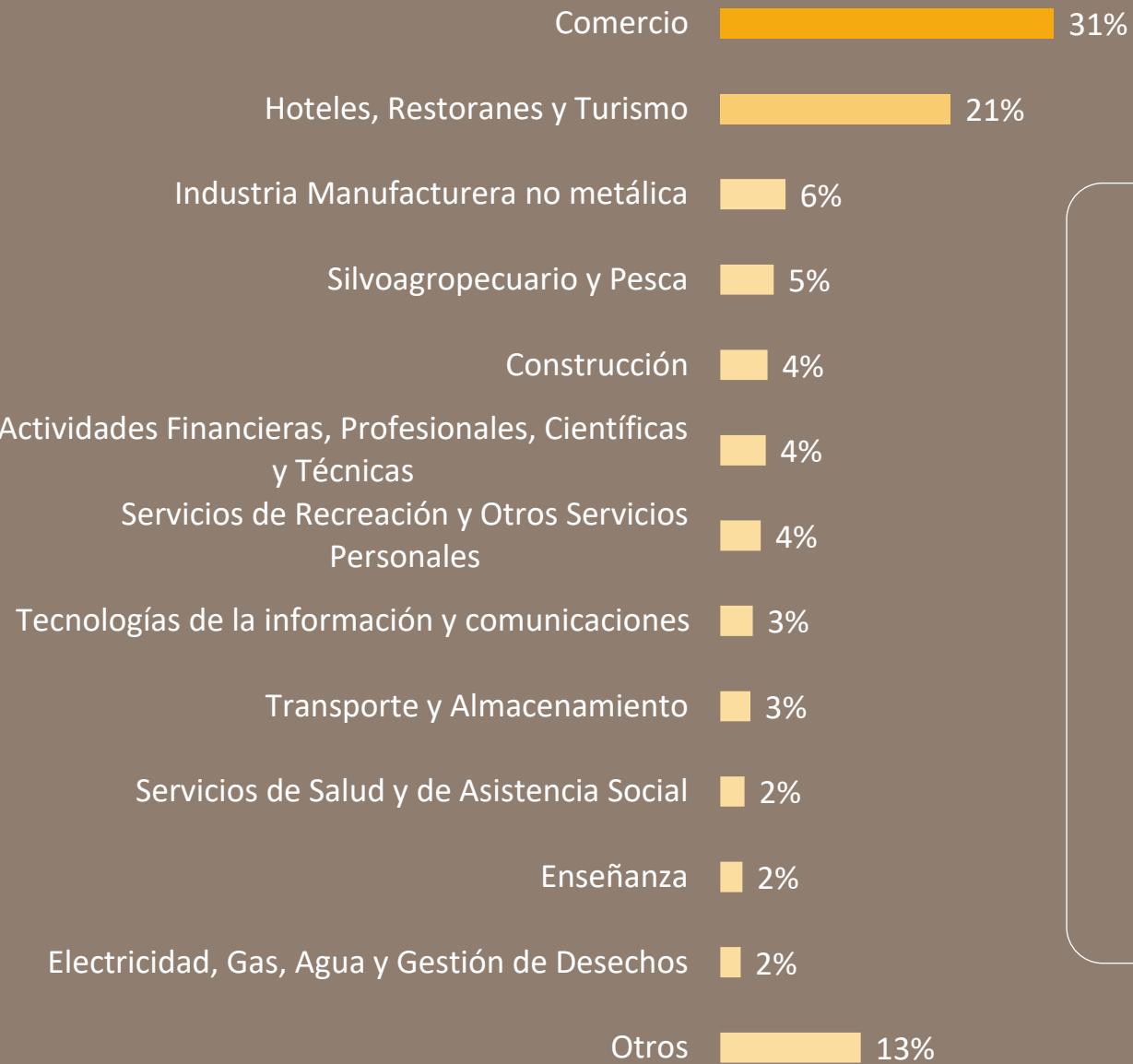
Nacimiento: menos de 1 año

1era etapa: entre 1 a 3 años

Crecimiento: entre 3 a 5 años

Madurez: más de 5 años

La mayoría de las Mipes se encontraba en la etapa de madurez (48%), o en la 1ra etapa (33%). En tanto, según tamaño de ventas, la gran mayoría de las empresas eran Micro (73%).



Las Mipes de esta encuesta corresponden principalmente a los siguientes sectores:

31% **21%**

Comercio

Hoteles,
Restoranes y
Turismo

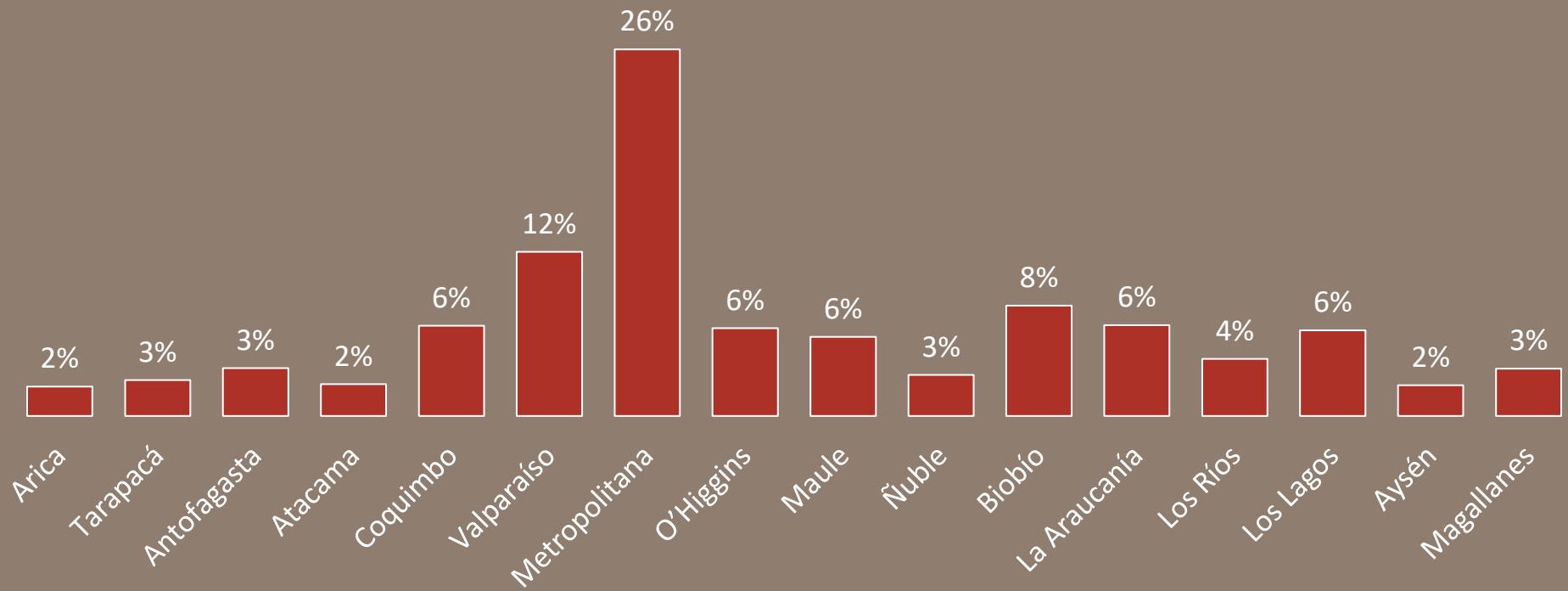
6%

Industria
Manufacturera no
metálica

5%

Silvoagropecuario y
Pesca

La mayoría de las empresas estaban en la región Metropolitana (26%), en segundo lugar en Valparaíso (12%), seguido por Biobío (8%), y en un cuarto orden Coquimbo, O'Higgins, Maule, la Araucanía y los Lagos (6%).



¿Cómo es la composición de trabajadores de las Mipes?

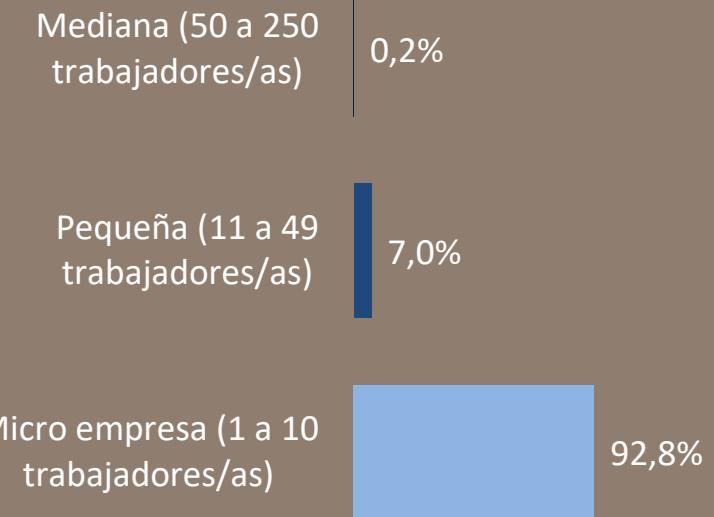
Promedio por Mipe					
Dotación total	Dueños, socios 15 hrs o + a la semana	Personas empleadas	Hombres	Mujeres	Personas migrantes
5,1	2,3	2,8	2,8	2,3	0,4

La dotación promedio de las Mipes de esta encuesta era de 5,1 personas, que se descomponen en 2,3 personas dueñas, socias o representantes legales que trabajan 15 horas o más a la semana, y 2,8 personas empleadas.

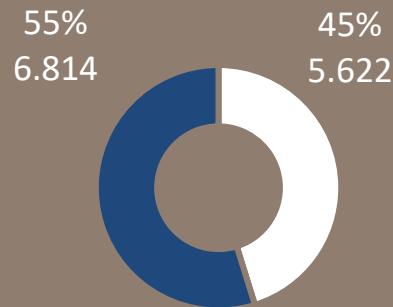
En cuanto a la composición según sexo, habían 2,8 hombres y 2,3 mujeres en promedio. Y 0,4 personas migrantes promedio en cada empresa.

En concordancia, las empresas de acuerdo a tamaño según trabajadores era principalmente micro empresas (92,8%).

Tamaño de empresas según trabajadores



¿Cómo es la distribución de trabajadores de las Mipes?

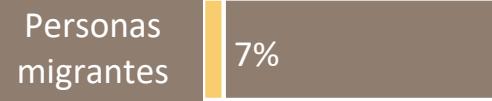


Total de personas trabajando en Mipes:
12.436

Al analizar la distribución de la dotación, se tiene que un 55% de las personas eran empleadas, mientras que un 45% eran personas dueñas, socias y representantes que trabajan 15 o más horas a la semana.

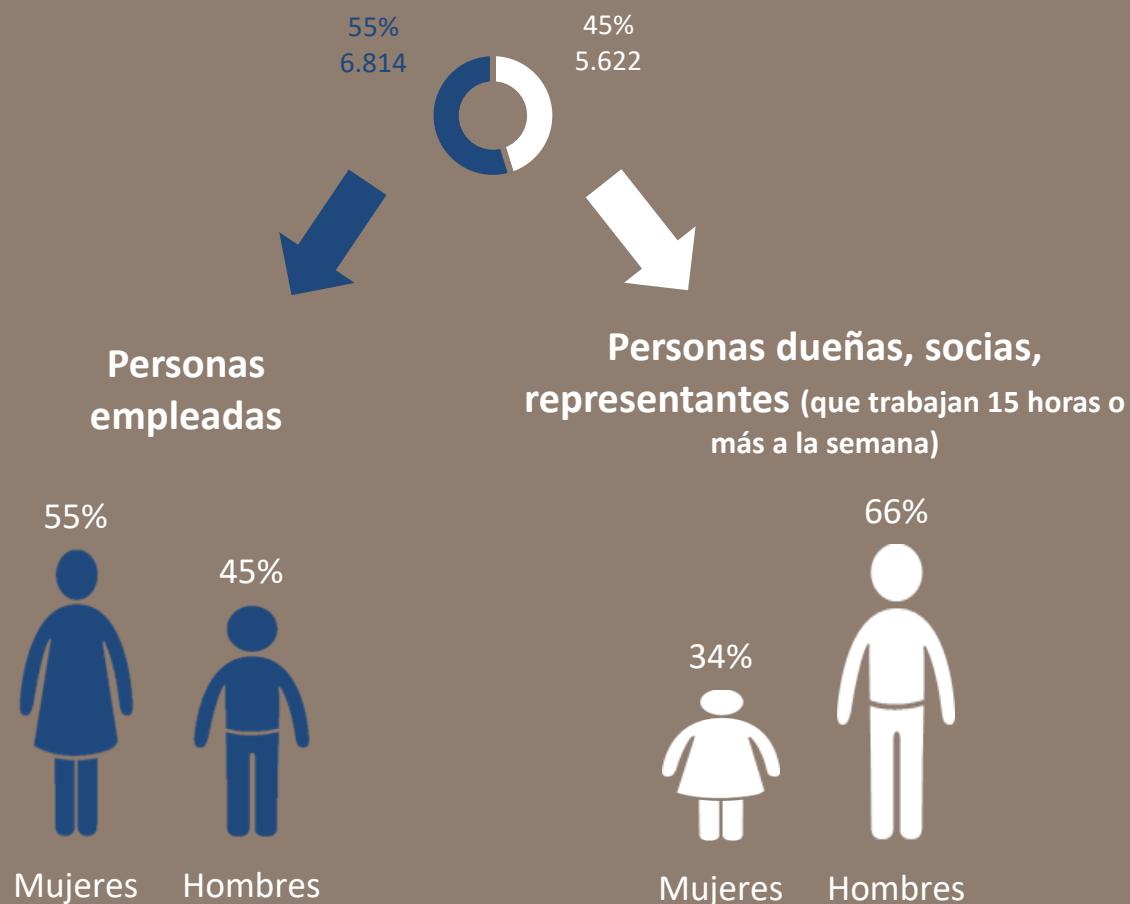
En cuanto a la distribución según sexo, un 54% de la dotación total era hombres y un 46% mujeres. Y un 7% era personas en condición de migrante.

Total personas trabajan según sexo



Zoom a la distribución según sexo

- Personas dueñas que trabajan 15 hrs o más a la semana
- Personas empleadas



La distribución según sexo de las personas empleadas cambia de sentido respecto al total, así las mujeres representan un 55% mientras los hombres un 45%.

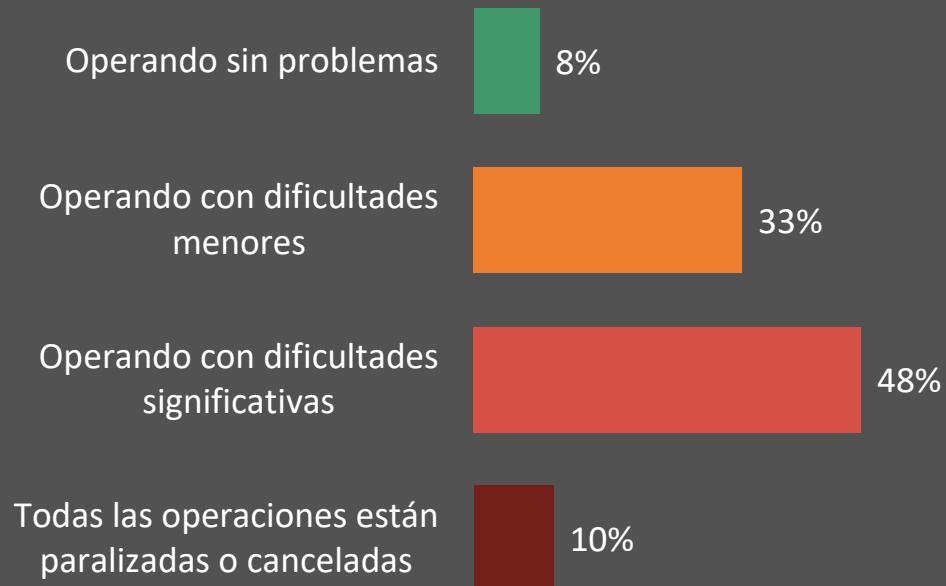
En tanto, en la distribución de personas dueñas, socias y representantes, se exacerba la presencia masculina, con un 66% de hombres y un 34% de mujeres

Sondeo de la crisis sanitaria en las Mipes



Mipes que han reducido sus ventas o
ingresos, comparando con su
situación pre-estallido social.

¿Cuál es la situación operacional de su empresa?

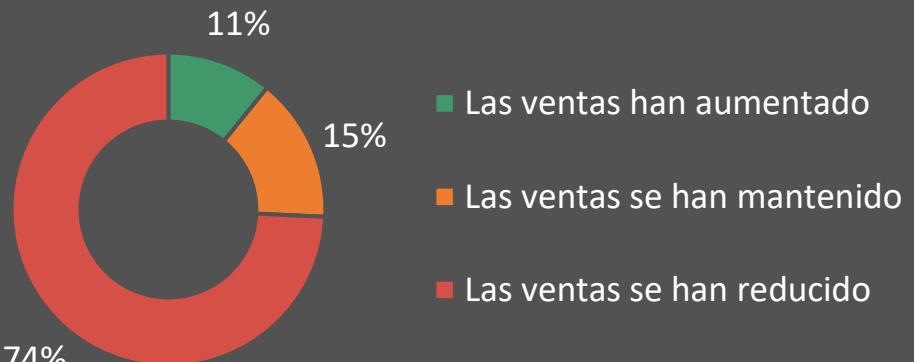


De las empresas encuestadas el 92% se encontraba operando con algún tipo de dificultad operacional.

El 48% tenía dificultades significativas, un 33% tenía dificultades menores y un 10% tenía todas sus operaciones paralizadas o canceladas.

¿Cuál es la situación de las ventas o ingresos comparado previo al estallido social?

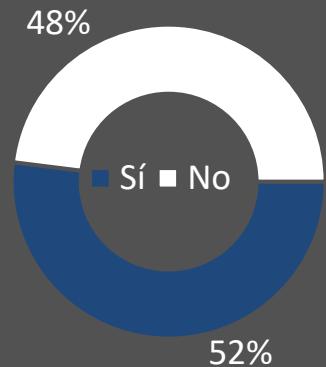
¿Cuánto se han reducido sus ventas o ingresos comparado previo al estallido social?



El 11% de las empresas había aumentado sus ventas respecto del 2019, mientras que en el 15% se habían mantenido equivalentes.

Por otro lado, el 75% de las empresas tuvo una reducción en sus ventas. De este grupo, el 36% de las empresas tuvo una reducción de más de 75% o no había podido vender nada. A su vez, un 23% tuvo reducciones de ventas entre 50% o 75%.

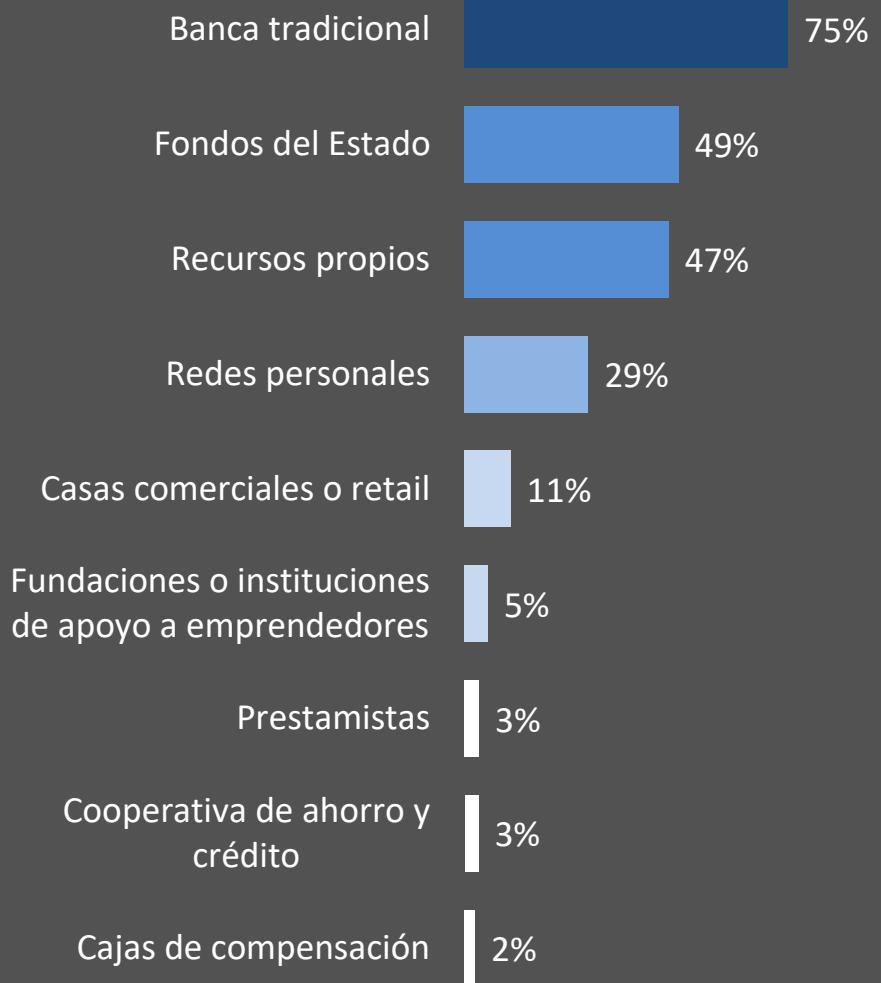
Su empresa, ¿tiene acceso a mecanismos de financiamiento o crédito? formales e informales.



El 52% de las empresas de la muestra tuvo acceso a mecanismos de financiamiento o crédito.

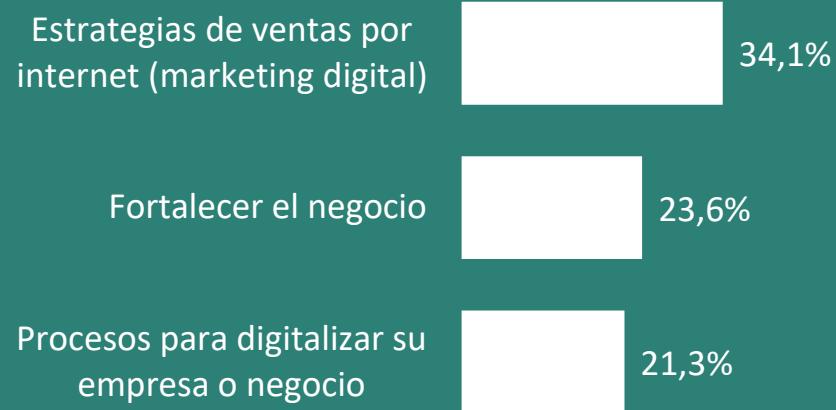
De este grupo, el principal mecanismo fue la Banca tradicional, utilizada por el 75% de las empresas con acceso, seguido por los Fondos del Estado (49%), Recursos propios (47%), y en un tercer orden las Redes personales (29%).

Fuentes de financiamiento o crédito

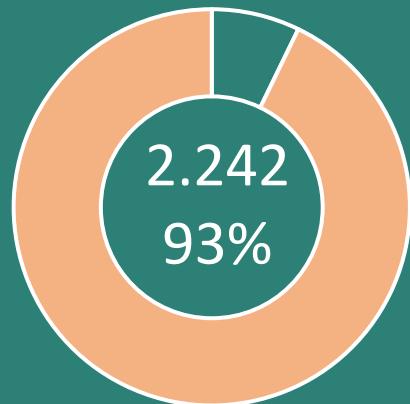


Preferencias de capacitación

Los 3 temas de capacitación más preferidos



Empresas que creen necesario realizar alguna capacitación:

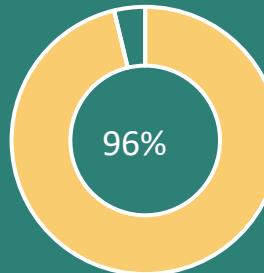


Del total de las empresas encuestadas, 2.242 (93%) manifestó necesario realizar alguna capacitación para mejorar el desempeño de su empresa.

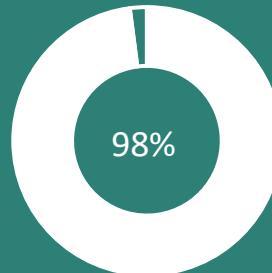
Así, el 95% de estas empresas requería capacitación para el desempeño general de la empresa, y el 75% lo requería cursos para adaptarse a la pandemia COVID-19.

El 98% de las empresas quería capacitar dueños, socios o representantes, mientras que el 72% requería capacitar trabajadores.

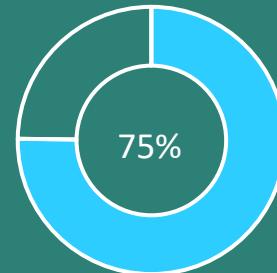
Empresas que requieren capacitar para potenciar el desempeño general:



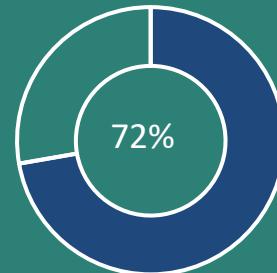
Empresas que capacitarían dueños(as), socios(as) o representantes legales



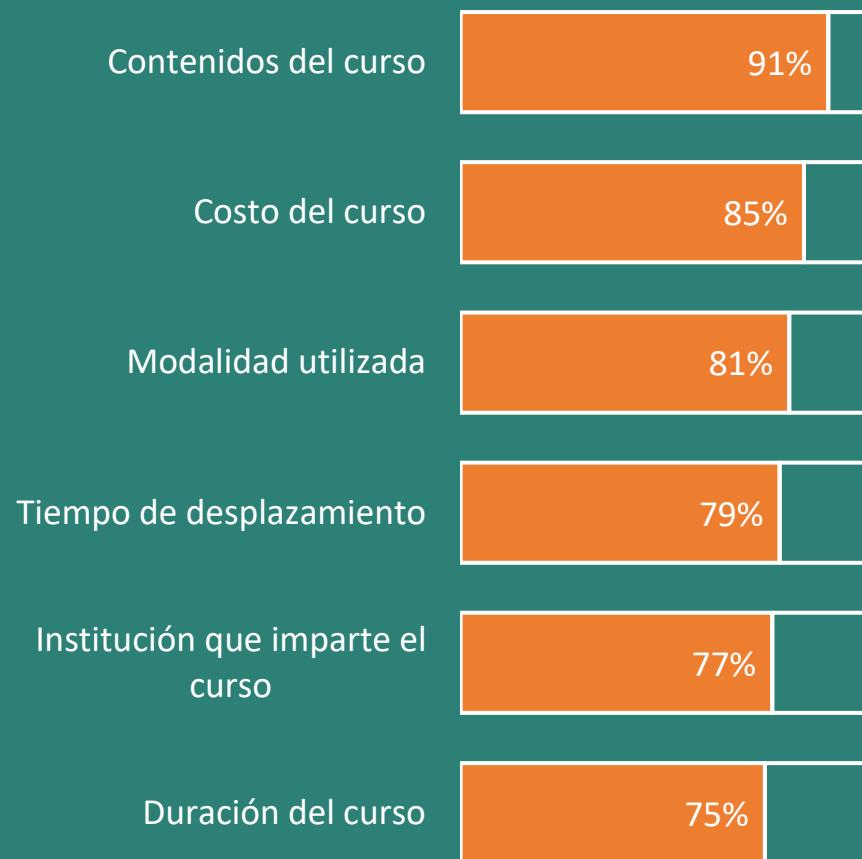
Empresas que requieren capacitar para adaptarse al contexto COVID 19:



Empresas que capacitarían trabajadores(as):



Al momento de elegir un curso de capacitación, le parece importante:



Al momento de elegir un curso de capacitación, los más aspectos más importante al elegir un curso son:

- Los contenidos del curso (95% de las empresas).
- Los costos del curso (85%).
- La modalidad en que es impartida: presencial, virtual o mixta (81%).

A las empresas interesadas en capacitar se les consultó en primera instancia por su área de interés, en donde podían elegir hasta dos áreas.

Después se les consultó por los temas de interés dentro de las áreas que seleccionaron, donde podían marcar preferencias por todos los temas que le interesara a la persona que respondía.

A continuación se expondrán los temas que las empresas indicaron que necesitaban cursos de capacitación.

En los próximos dos gráficos, se exponen los 20 temas más importantes, con número de empresas, que los marcaron necesarios, y la concentración que representan respecto de las empresas que necesitaban capacitar (2.242). También, se indican las áreas a las cuales pertenecen los temas mediante el color de las barras*.

* Los temas se categorizaron en un área. A pesar de que algunos temas puede ser categorizados en más de una, como ventas por internet que puede incluirse en Ventas o en Transformación digital.

Los 10 temas más preferidos

Estrategias de ventas por internet (marketing digital) 34% 1.011

Fortalecer el negocio 24% 699

Procesos para digitalizar su empresa o negocio 21% 630

Nuevos canales de comercialización 17% 516

Estrategias de ventas (marketing) 17% 493

Relación de clientes a través de la tecnología 15% 456

Modelo de negocios incorporando tecnología 14% 428

Administración financiera 14% 421

Apoyo administrativo y contable 14% 412

Reinvención del negocio 13% 399

■ Transformación Digital

■ Administración de empresas

■ Emprendimiento o reinención del negocio

■ Ventas

■ Contabilidad

■ Idiomas

Temas del 11 al 20 más preferidos

Gestión de redes sociales 13% 395

Sistemas de información para la gestión interna del negocio 13% 394

Planificación estratégica 13% 373

Formulación de proyectos 12% 357

Administración de Mipes 12% 344

Contabilidad básica 12% 342

Innovación de base tecnológica 11% 340

Cambio cultural para la Transformación Digital 11% 331

Atención a clientes y ventas 11% 318

Inglés 10% 311

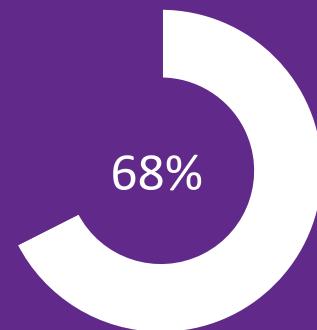
De los 10 temas más preferidos, 5 se relacionan con los procesos de transformación digital, siendo el principal las estrategias de ventas por internet (34%).

En segundo lugar es un tema no digital, si no más bien general, el fortalecer el negocio (24%).

En tercer y cuarto lugar aparecen la digitalización del negocio (21%) y nuevos canales de comercialización (17%).

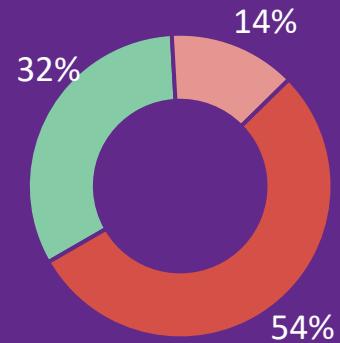
Historial en capacitación, recursos TI y asesorías

Empresas que no han capacitado
nunca o hace más de 12 meses



¿Se han realizado capacitaciones en su empresas?

- Sí, durante los últimos 12 meses
- Sí, hace más de 12 meses
- No



Solo el 32% de las empresas realizaron cursos de capacitación durante los últimos 12 meses.

Por otro lado, el 54% de las empresas nunca ha capacitado, y 14% lo hizo hace más de 12 meses, sumando ambos grupos un 68% de las empresas.

De este grupo que no ha capacitado, la principal razón para no hacerlo es la falta de recursos (29%), y en segundo orden que no hay áreas temáticas relevantes para la empresa (18%) y que los costos son demasiado altos (15%).

¿Porque no se han realizado capacitaciones, o hace más de 12 meses?

68%

La empresa no tiene recursos disponibles

29%

No hay capacitación disponible en las áreas relevantes para la empresa

18%

Los costos de capacitación son demasiado altos para nuestra empresa

15%

No existe oferta de capacitación en nuestra zona geográfica

11%

No disponemos de tiempo para capacitación

9%

La calidad de la capacitación que se ofrece no es satisfactoria

4%

La capacitación no es una prioridad para nuestra empresa

2%

Nuestro equipo de trabajo no requiere contar con capacitación

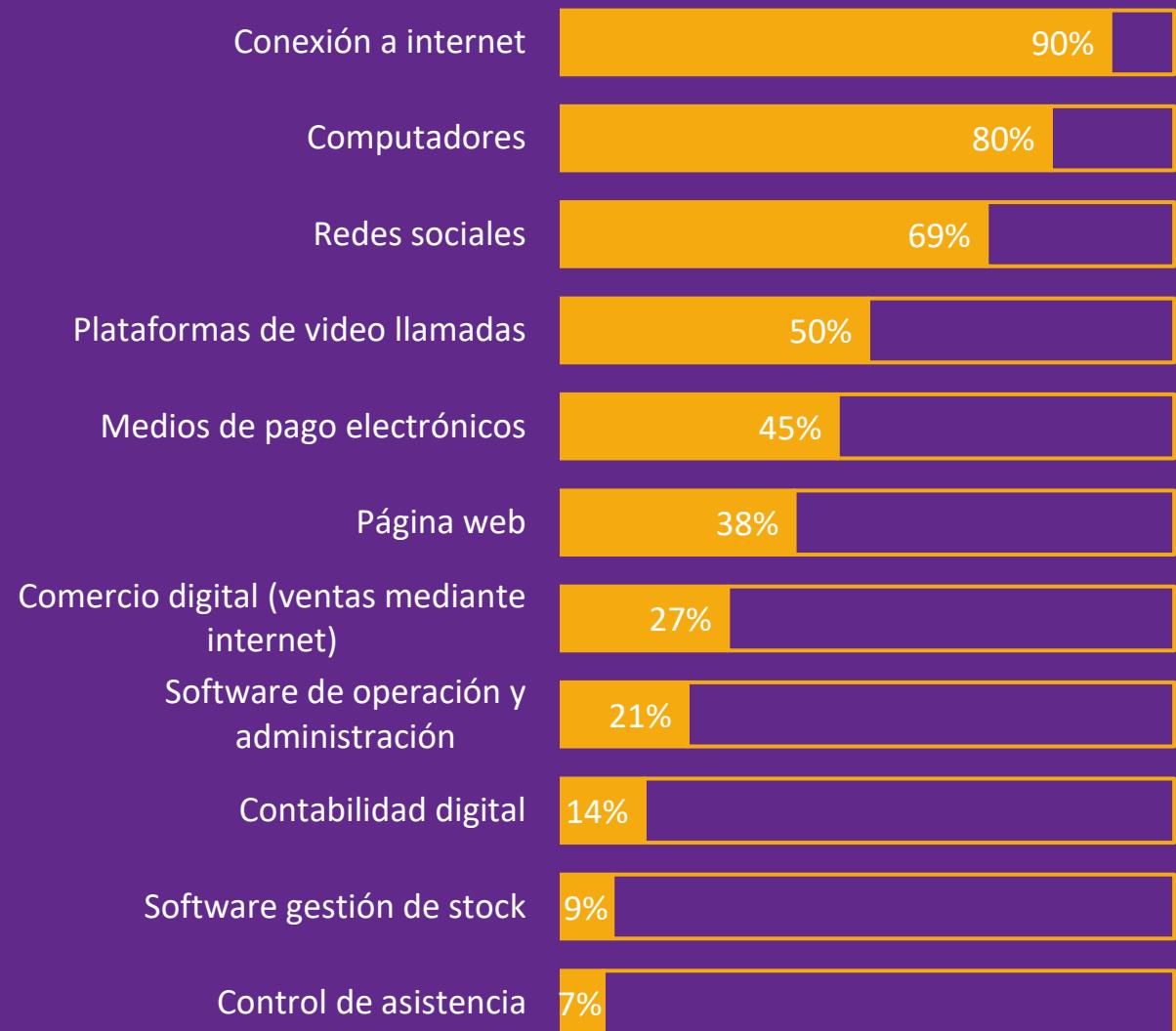
2%

Otro 10%

Recursos de tecnologías de la información presentes en las empresas

Se consultó por recursos de tecnologías de información que utilizaban las empresas. Aquí puede haber un sesgo de selección, ya que la encuesta se mandó por correo electrónico.

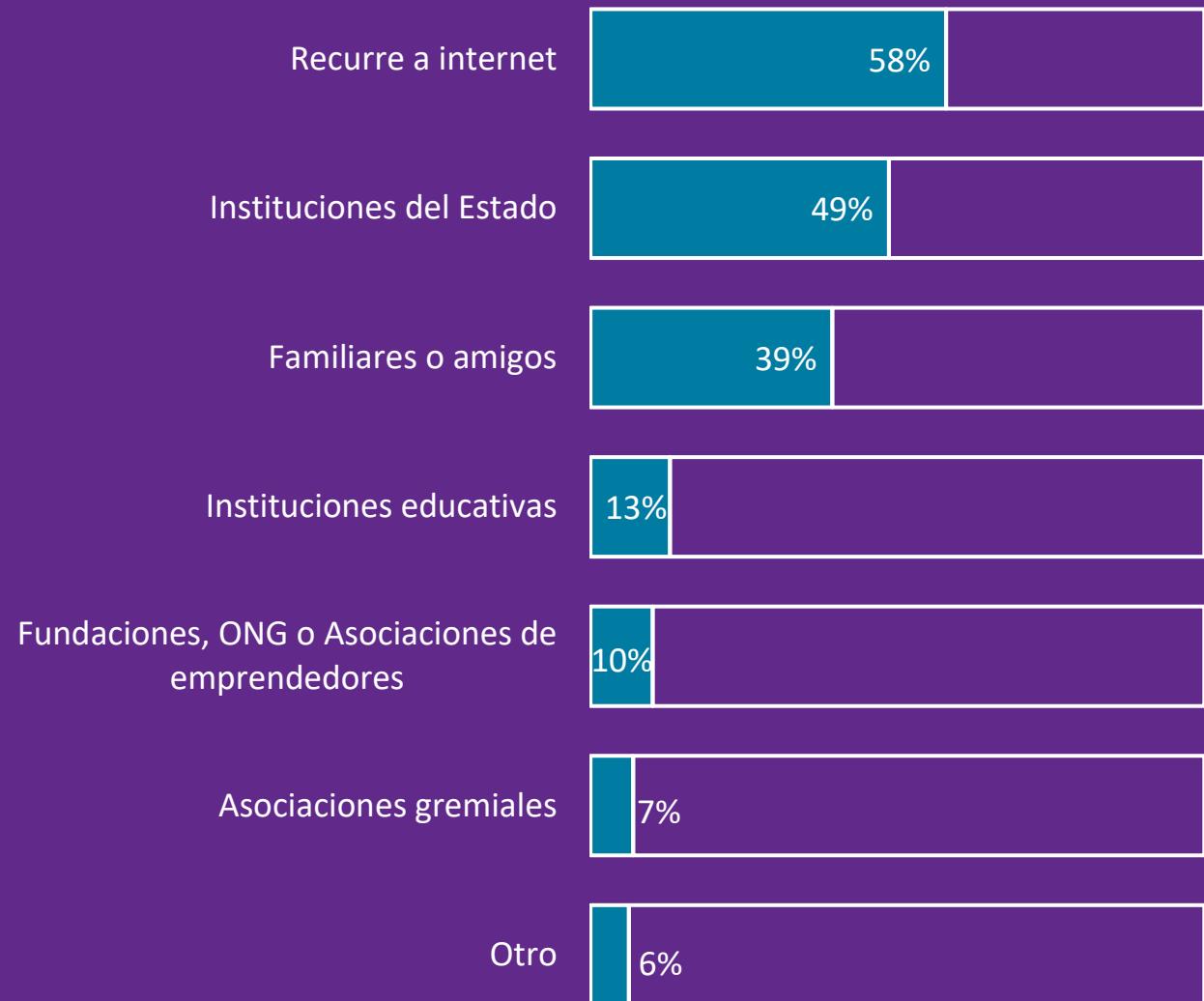
De todas maneras, el 90% de la muestra utilizaba internet, el 80% computadores, y el 69% redes sociales. La mitad de las empresas realizaba video llamadas, el 45% accedía a medios de pagos electrónicos y dos de cada cinco Mipes tenía página web.



Cuando requiere asesoría y/o acompañamiento para mejorar su negocio, ¿a quién acude?

Al consultar por las fuentes de asesoría para mejorar el desempeño, las principales fuentes fueron:

- 6 de cada 10 Mipes recurrián a internet.
- La mitad acudía a Instituciones del Estado.
- 4 de cada 10 se asesoraba con familiares o amigos.



Síntesis de resultados

- ◆ El Servicio Nacional de Capacitación y Empleo – Sence - a través del Observatorio Laboral Nacional, diseñó la encuesta Necesidades de Capacitación para Mipes 2021, que tuvo por objetivo principal identificar necesidades de capacitación en el segmento de micro y pequeñas empresas (Mipes), para efectos de diseñar una oferta de capacitación que sea pertinente a los desafíos de productividad de las empresas.
- ◆ Se lograron encuestar 2.416 Mipes activas de todo el país, que estaban principalmente en las regiones Metropolitana (26%) y de Valparaíso (12%). Casi la mitad de estas empresas se encontraba en la etapa de madurez (48%), y la mayoría correspondían a micro empresas según sus ventas (73%).
- ◆ En cuanto a la composición de la dotación, el 45% correspondían a personas dueñas, socias, representantes que trabajaban 15 horas o más a la semana, y el 55% a personas empleadas. En cuanto a la distribución según sexo, el 54% eran hombres y el 46% mujeres. Un 6% correspondían a personas en condición de migrantes.
- ◆ De las empresas encuestadas, el 92% se encontraba operando con algún tipo de dificultad operacional. El 48% tenía dificultades significativas, un 33% tenía dificultades menores y un 10% tenía todas sus operaciones paralizadas o canceladas.
- ◆ En cuanto a las ventas, el 11% de las Mipes las había aumentado respecto del 2019, mientras que el 15% se habían mantenido equivalentes y el 75% tuvieron una reducción.

- ◆ El 52% de las empresas de la muestra tuvo acceso a mecanismos de financiamiento o crédito. El principal mecanismo fue la Banca tradicional, utilizada por el 75% de las empresas con acceso.
- ◆ El 93% de las empresas encuestadas (2.242) manifestó necesario realizar alguna capacitación para mejorar el desempeño de su empresa. De estas empresas:
 - ◆ el 95% requería capacitación para el desempeño general de la empresa, y el 75% lo requería cursos para adaptarse a la pandemia COVID-19.
 - ◆ El 98% quería capacitar dueños, socios o representantes, mientras que el 72% requería capacitar trabajadores.
- ◆ Los contenidos y los costos del curso son los aspectos más relevantes al momento de elegir un curso de capacitación
- ◆ Cuanto a los temas que las empresas señalaron como más prioritarios de capacitar, de los 10 temas más preferidos, 5 se relacionan con los procesos de transformación digital, siendo el principal las estrategias de ventas por internet (34%).
 - ◆ En segundo lugar es un tema no digital, si no más bien general: fortalecer el negocio (24%). En tercer y cuarto lugar aparecen la digitalización del negocio (21%) y nuevos canales de comercialización (17%).
- ◆ Al consultar por experiencias en capacitación, un 68% de las empresas no habían capacitado nunca o hace más de 12 meses.
 - ◆ La principal razón para no haber capacitado fue la falta de recursos (29%), y en segundo orden que no hay áreas temáticas relevantes para la empresa (18%).



observatorionacional.cl