

ENCUESTA
SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS 2022
Región Metropolitana



Universidad
Central

Contenido

PRESENTACIÓN	3
PRINCIPALES RESULTADOS	3
METODOLOGÍA	6
REFERENCIAS ACERCA DEL PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS	6
SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS AL FINALIZAR EL AÑO 2022	13
EXPECTATIVAS ACERCA DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA	18
PRINCIPALES NECESIDADES DE LAS MICROEMPRESAS PARA HACER CRECER SUS NEGOCIOS	19

PRESENTACIÓN

La Encuesta Situación de las Microempresas de la Región Metropolitana, es un sondeo que se realiza conjuntamente por Sercotec y la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad Central de Chile, cuyo objetivo en esta oportunidad, es conocer distintas variables, acerca del perfil de las microempresas y emprendimientos, saber cómo ha sido la recuperación tras los efectos de la pandemia y otras crisis económicas del último tiempo como la guerra de Ucrania y la inflación, cuya incidencia se ha hecho sentir en las economías de todo el mundo. Así como conocer sus expectativas económicas y principales necesidades para afianzar y poder hacer crecer sus negocios. Las personas fueron encuestadas entre el 30 de noviembre y el 14 de diciembre de 2022.

PRINCIPALES RESULTADOS

De los resultados más relevantes del informe de la Encuesta, se destacan los siguientes:

En lo que se refiere a si el negocio ha podido seguir funcionando, bajo el escenario de la pandemia y otras crisis económicas. Los resultados indican que, en el año 2022, un 58% ha podido seguir funcionando totalmente, en tanto un 35% declara estar funcionando parcialmente. Un 6% ha debido cerrar temporalmente su negocio, mientras que un 1% debió cerrar su negocio definitivamente. Cifras que comparadas con el 2020/2021, reflejan una mejoría, y que el mayor daño se produjo durante el año 2020.

Las cifras anteriores tienen relación con el contexto macroeconómico, dado que el Índice Mensual de Actividad Económica de octubre de 2022 presenta una variación anual de -1,2%, comparado con el mismo mes del año anterior. En específico, las mayores bajas se dan en los sectores de Comercio (-10,3%) e Industria (-5%), sectores donde existe mayor tasa de respuesta en la encuesta (mayor al 60%).¹

Respecto a la variación global de los ingresos en el último año, un 51% declara que sus ingresos han disminuido, en tanto un 27% declara que sus ingresos aumentaron. Por su parte, un 22% declara que sus ingresos se han mantenido.

Respecto a la situación actual en cuanto a empleo, un 30% de los encuestados declara tener empleados, en tanto un 70% corresponde a negocios unipersonales.

En lo referido a la capacidad de ahorro, expresada acerca de cuánto tiempo es capaz de sostenerse con sus propios recursos si dejara de percibir ingresos. Los resultados indican que un 38% es capaz de sostenerse con sus propios recursos, por menos de un mes; un 24% puede sostenerse, por un mes, un 13% al menos por dos meses, un 13% por tres meses, y tan sólo un 10% es capaz de sostenerse por más de tres meses. Estas cifras indican que, mayoritariamente, las microempresas no cuentan con capacidad de ahorro, o esta es muy reducida, para sostenerse en el tiempo, en el caso que se interrumpa su flujo de ingresos.

Respecto del acceso al crédito, se les preguntó a los encuestados: ¿De requerir apoyo financiero en su negocio, usted en primer lugar a quién recurriría o ha recurrido? Las respuestas indican que un 30% recurriría a fondos propios, un 22% a préstamos de bancos o entidades financieras, un 21% de fondos públicos y bonos destinados a las microempresas, un 15% recurriría a un préstamo de algún familiar o amigo. En menor medida, un 10% haría uso de su tarjeta de crédito, un 1% recurriría a una entidad financiera no bancaria, un 1% recurriría a crédito otorgado por proveedores.

Estas cifras indican que el acceso al crédito sigue siendo muy bajo, y ante eso, las personas buscan sus propias alternativas, mayoritariamente a través de mecanismos formales. Esta brecha es posible relacionarla con la variable referida a la capacidad de ahorro, en el sentido que es significativo el número de personas que no cuentan con capacidad de ahorro y por otra parte, tampoco tienen acceso al crédito.

Lo anterior puede ser explicado desde el contexto económico actual, en donde el Banco Central a partir de junio de 2021 ha aumentado progresivamente su tasa de política monetaria (TPM), a modo de contraer la actividad monetaria y

¹ <https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/imacec-octubre-2022>

desincentivar el acceso al crédito dada la alta inflación existente, la cual se encuentra por sobre el 10%, muy alejado de la meta del ente emisor (3%).²

Destaca el hecho que, de requerir apoyo financiero, un 21% declara que recurriría o ha recurrido a fondos del Estado destinados a las microempresas.

En lo referido a las expectativas económicas, ante la pregunta ¿Cómo espera que sea la situación económica de su empresa, comparada con la situación actual? Los resultados son las siguientes:

- ¿De aquí a seis meses?, un 51% indica que la situación económica de su empresa mejorará, un 37% indica que ésta se va a mantener, en tanto un 12% opina que su situación económica empeorará.
- ¿De aquí a doce meses? El optimismo es mayor en este lapso, un 61% indica que la situación económica mejorará, un 25% que se mantendrá, en tanto un 14% señala que su situación económica empeorará.

Respecto a las expectativas económicas, para la pregunta ¿Cómo espera que sea la situación económica del país comparada con la situación actual?

¿De aquí a seis meses?, un 44% indica que la situación económica del país se mantendrá, un 39% indica que ésta empeorará, en tanto un 17% opina que la situación económica del país mejorará.

¿De aquí a doce meses? En este tramo la opinión prácticamente se divide en tres tercios. Un 33% opina que la situación económica del país mejorará, un 33% que ésta se mantendrá, en tanto un 34% señala que la situación económica del país empeorará.

Estas respuestas tienen sentido y se relacionan con las proyecciones de crecimiento para el próximo año en nuestro país, el cual se pronostica con un crecimiento negativo del PIB de entre -0,75% y -1,75%, comparándolo con el año 2022, lo cual afecta las expectativas que tienen los emprendedores sobre el contexto en donde se desarrollan sus negocios.³

En el análisis de estas dos preguntas, se refleja un mayor optimismo para la situación económica de su empresa, lo que revela una mayor confianza en sus propios esfuerzos para sacar adelante a su empresa, versus las expectativas acerca de la situación económica del país, en que se refleja un optimismo más moderado.

Dada la realidad que se vive en el país, en que confluyen distintas crisis causadas por hechos económicos de impacto mundial, la opinión de los microempresarios representa una expectativa económica global positiva dentro de todo.

La encuesta revela aspectos significativos en relación a la capacidad de adaptación y reconversión de los microempresarios, ante los escenarios de crisis económica, que ha obligado a desarrollar el ingenio para adaptarse y generar cambios en los negocios que le permitan seguir desarrollando su actividad económica, esto en aquellas unidades que les es posible, por la naturaleza propia de sus actividades. En dicho contexto, las personas encuestadas señalan que, un 34% ha efectuado una reconversión parcial de su empresa, un 7% ha efectuado una reconversión total de su empresa, en tanto un 59% declara que no ha realizado ninguna acción de cambio en su empresa.

La transformación digital avanza

Los encuestados señalan que un 94% de ellos utiliza Internet para sus negocios. Lo que representa una alta tasa de penetración de internet en las microempresas. Lo que también indica que el área digital ha sido una aliada en tiempos de crisis y en la adaptación de los medios que ella impone.

En lo referido a los canales de venta, los encuestados señalan que, mayoritariamente, un 80% de ellos, utilizan las redes sociales (Facebook, Instagram y otros) como canal de ventas. Un 55% utiliza el canal de ventas presencial (local propio o arrendado, punto de venta presencial, venta directa). Un 20% posee tienda propia de ecommerce, en tanto un 16% utiliza como canal de ventas la modalidad de Marketplace (Mercado Libre, Linio, Yapo, Rappi, etc.)

² https://si3.bcentral.cl/Bdemovil/BDE/Series/MOV_SC_T11

³ <https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/banco-central-publico-informe-de-politica-monetaria-ipom-de-diciembre-de-2022>

Respecto a los medios de pago a través del cual reciben sus ingresos, la transferencia bancaria es el medio que mayormente se utiliza, el cual es usado por un 88% de los encuestados. Un 60% utiliza el efectivo, Un 54% recibe sus ingresos a través de tarjetas bancarias y un 33% a través de pagos móviles.

En cuanto a la formalización, un 87% de los encuestados declara tener inicio de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos, en tanto un 13% declara no cumplir todavía con dicho trámite. Resultados que indican una alta tasa de formalización.

Respecto a la asociatividad, un 68% no participa en ninguna asociación de empresarios, pero piensa hacerlo. Un 29% sí participa en alguna organización de empresarios o emprendedores, en tanto un 3% no participa ni tiene interés en participar en alguna organización de empresarios o emprendedores. La tasa de asociatividad es baja, lo que indica que los emprendedores mayoritariamente resuelven sus problemas de manera individual, lo que les representa un esfuerzo mayor, respecto de aquellos que sí están organizados.

En lo referido a las principales necesidades que tienen las microempresas hoy en día, para hacer crecer sus negocios, los encuestados destacan las siguientes: un 38% señala que el acceso a capital/financiamiento es la principal necesidad de su negocio, un 23% requiere poder desarrollar una estrategia de marketing/publicidad para aumentar sus clientes. Un 12% necesita efectuar mejoras de infraestructura en su negocio. Un 9% tiene la necesidad de innovar para aumentar sus ingresos. Un 7% requiere aprender habilidades/competencias, para hacer más competitivo su negocio. Asimismo, un 7% necesita efectuar mejoras en los procesos internos de su negocio. En tanto un 4% requiere incorporar tecnologías.

En este contexto, la labor de los Centros de Negocios de Sercotec, como se ha destacado en estudios anteriores de esta serie, cobra relevancia, porque esta iniciativa, precisamente tiene el objetivo de capacitar y asesorar de manera virtual o presencial, por equipos profesionales, a microempresarios y emprendedores que requieren dichos servicios, y a los cuales se puede acceder de manera gratuita en los 15 Centros de Negocios ubicados en distintas comunas de la Región Metropolitana, y que atienden las 52 comunas de la región.

METODOLOGÍA

La Encuesta de la Situación de las Microempresas en la Región Metropolitana, está dirigida a microempresarios adscritos a los Centros de Negocios Sercotec de la Región Metropolitana⁴. La población objetivo del estudio está compuesta por 4.154 empresarios, correspondientes a 15 Centros de la Región Metropolitana, distribuidos geográficamente en distintos puntos de la región, que a su vez atienden a los empresarios de las 52 comunas de la Región Metropolitana.

La encuesta se aplicó vía on-line a todos los empresarios de la población objetivo, recibiendo un total de 407 respuestas, constituyendo ésta la muestra estadística, de acuerdo al método de muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas, con un nivel de confianza de un 95% y un margen de error de un 4.61%.

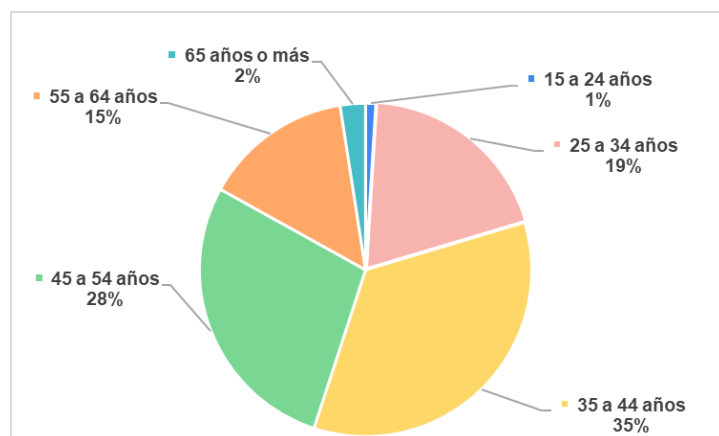
La encuesta se aplicó entre el 30 de noviembre y el 14 de diciembre de 2022

REFERENCIAS ACERCA DEL PERFIL DE LOS MICROEMPRESARIOS

Rango de edad de la persona que responde la encuesta

Se observa en esta información que el rango de edad de las personas encuestadas, se concentra en un rango que se sitúa entre los 35 y los 54 años, concentrándose un 63% de los microempresarios en dicha franja, le sigue un 19% con un rango de edad entre los 25 a los 34 años, y un 15% con edades entre 55 y 64 años.

FIGURA 1: Rango de edad de la persona que responde la encuesta



Fuente: Elaboración propia.

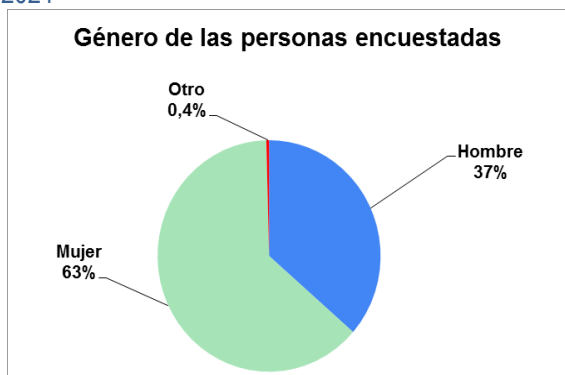
⁴ El objetivo de la iniciativa Centros de Desarrollo de Negocios <https://www.sercotec.cl/centros-de-negocios/>, es poner a disposición de las pequeñas empresas y emprendedores/as del país, servicios de apoyo desplegados en el territorio, de tal forma de asegurar impacto económico. Su implementación es fruto de un acuerdo suscrito entre los gobiernos de Chile y Estados Unidos en materia de Promoción del Emprendimiento y del Crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas

Género

En cuanto a la variable Género, el resultado indica una participación de la mujer de un 66%, un 33% de participación de los hombres, y un 1 % de Otros. Cifras que indican que la participación de las mujeres en el emprendimiento en el 2022, aumentó 3 puntos porcentuales respecto al año 2021.

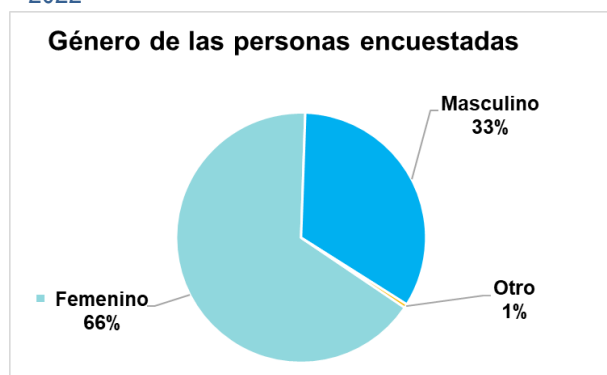
FIGURA 2: Variable género

2021



Fuente: Elaboración propia.

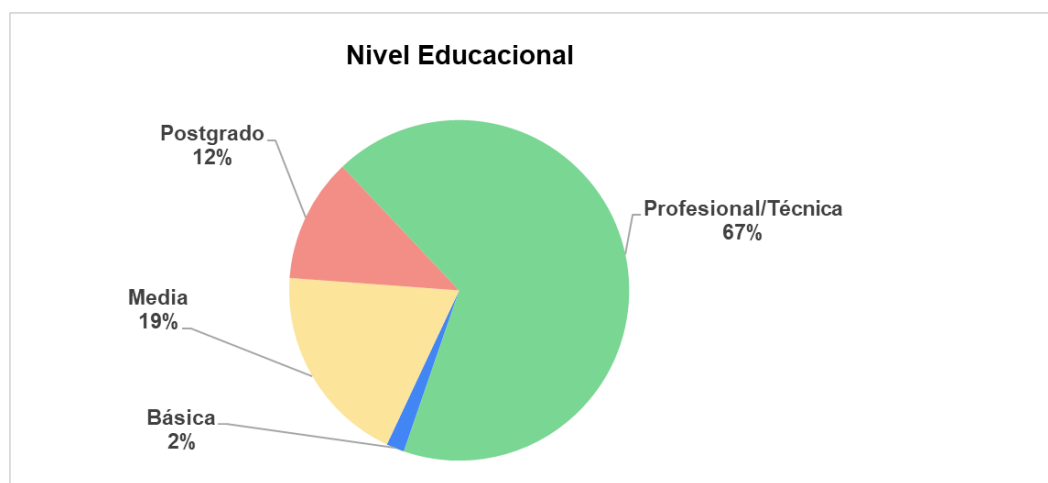
2022



Nivel Educativo

En cuanto a la variable Nivel Educativo, el resultado indica que predomina la educación profesional/técnica con un 67%, la educación media con un 19%, con postgrado un 12%, y un 2% con educación básica.

FIGURA 3: Variable Nivel Educativo

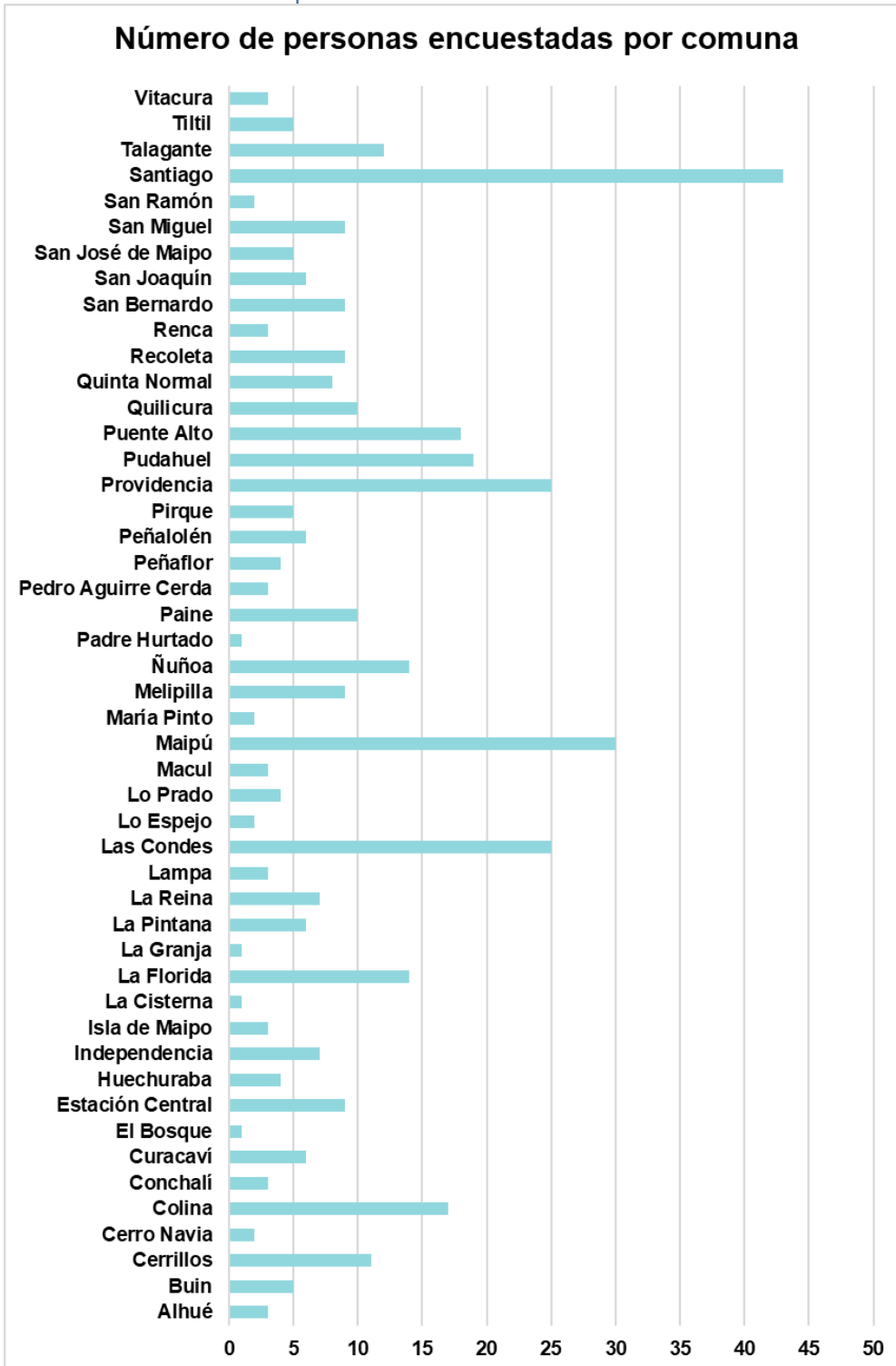


Fuente: Elaboración propia.

Comuna de los microempresarios encuestados.

En relación a la comuna de las empresas encuestadas, se da una relación que muestra una participación de empresas de 48 comunas de la Región Metropolitana, lo cual puede observarse en el gráfico siguiente:

FIGURA 4: Comuna de la empresa encuestada

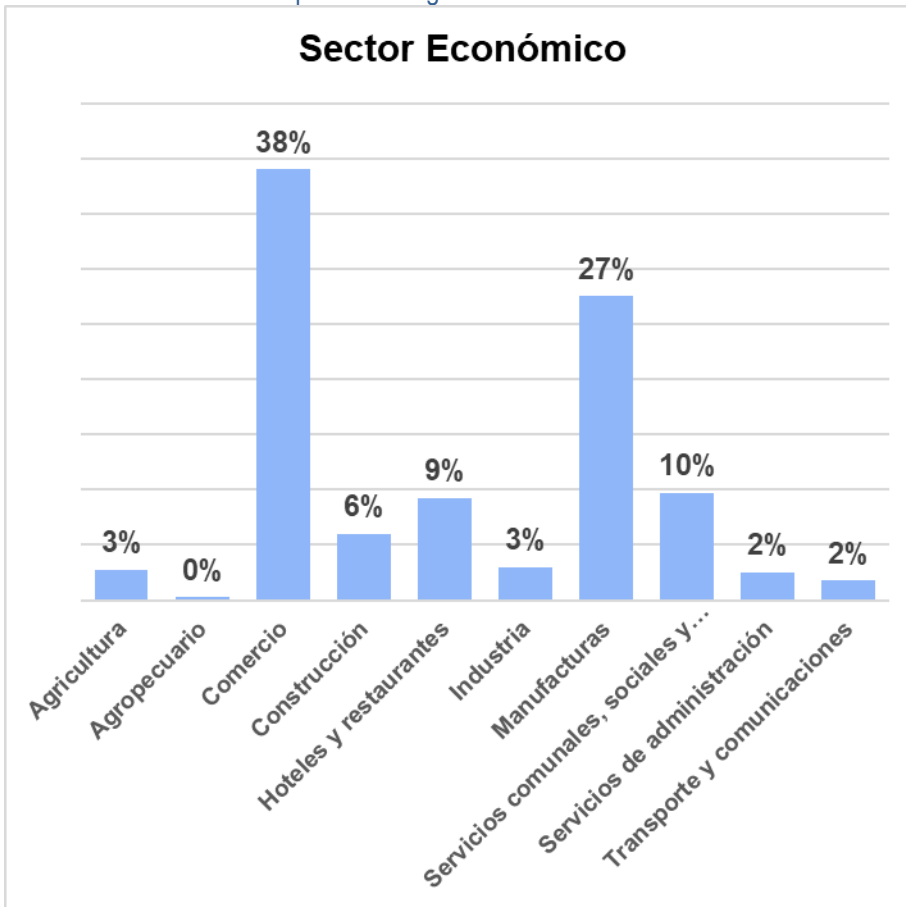


Fuente: Elaboración propia.

Sector económico

En la muestra obtenida, predominan microempresarios del sector comercio (38%), seguido de manufactura (27%), servicios (10%) y hoteles y restaurantes con un 9%. Cabe hacer presente que la participación del sector comercio disminuyó de un 45% a un 38% del 2021 al 2022. Por su parte el sector manufactura aumentó de un 18% a un 27% en el mismo período.

FIGURA 5: Perfil de microempresarios según sector



Fuente: Elaboración propia.

Grado de formalización

En relación a si tienen iniciación de actividades ante el Servicio de Impuestos Internos, un 87% de los encuestados cumple con dicha condición, en tanto un 13% declara no cumplir todavía con dicho trámite. Resultados que indican una alta tasa de formalización. En esta variable, se mantiene la misma proporción que en el año 2021.

FIGURA 6: Iniciación de Actividades ante el SII

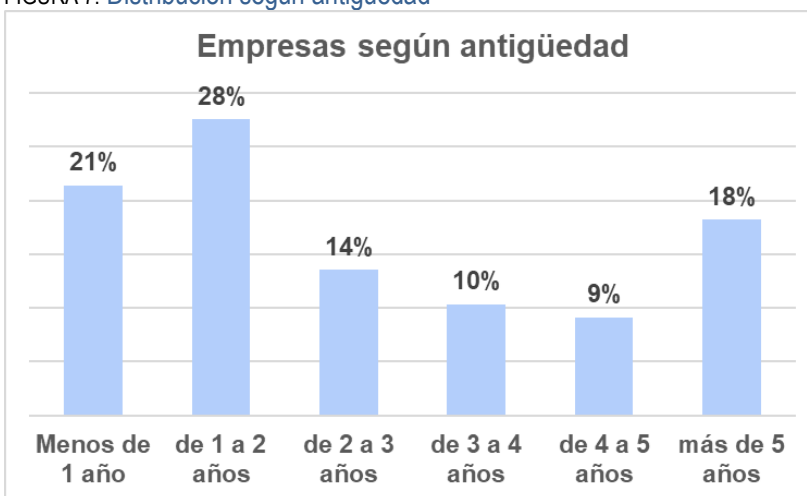


Fuente: Elaboración propia.

Empresas según antigüedad

En la Figura 7 se puede apreciar la distribución de las empresas de acuerdo a su antigüedad. El resultado indica que un 63% de las empresas o emprendimientos se crearon en los últimos tres años, es decir en escenario de pandemia y otras crisis económicas del último tiempo. Esto indica que sea por la vía de la necesidad o por la vía de la oportunidad, la actividad emprendedora es una respuesta como un medio para generar ingresos. Por su parte, un 37% de las empresas tiene una antigüedad de más de 3 años.

FIGURA 7: Distribución según antigüedad

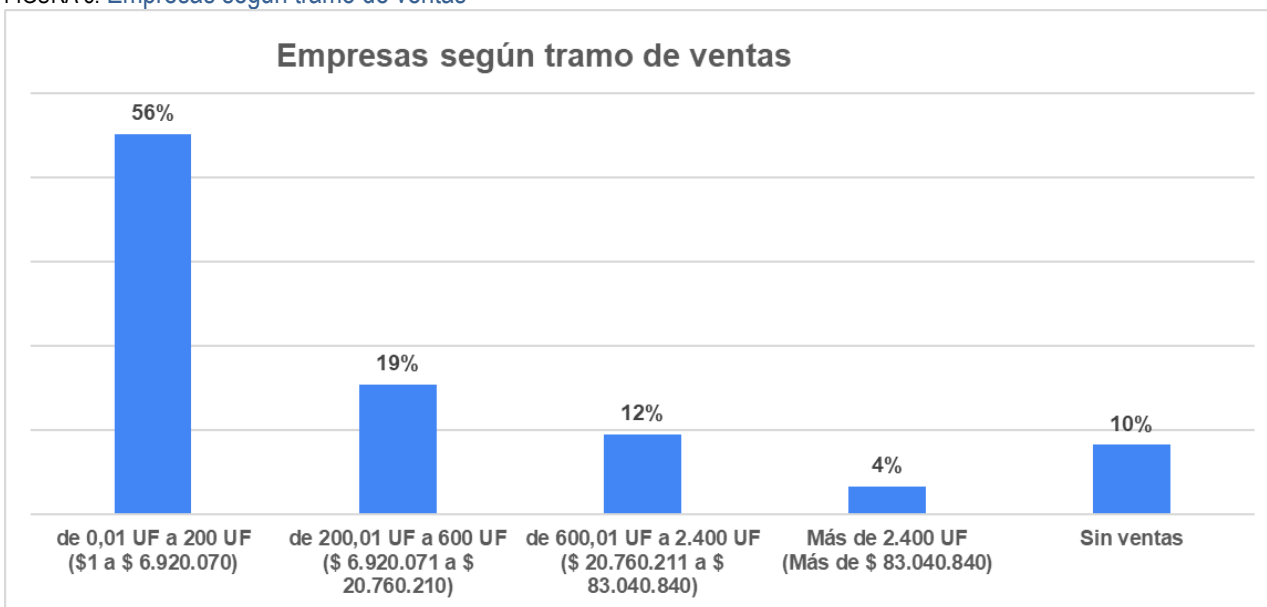


Fuente: Elaboración propia.

Empresas según tramo de ventas

En la Figura N° 8, se presenta la distribución de los microempresarios encuestados según tramos de ventas, donde predominan las empresas Tramo 1 (56%), con ventas anuales entre UF 0,001 y UF 200 anuales, microempresas Tramo 2 con ventas anuales entre UF 200,01 hasta UF 600, con un 19%, y empresas Tramo 3 con ventas anuales entre UF 600 hasta UF 2.400, con un 12%. Con ventas de más de UF 2.400, un 4%. Por su parte, un 10% declara no tener ventas. Este nivel de ingresos determina que, un 56% de los encuestados se sitúa en empresas o negocios de subsistencia, y la situación en cuanto a la composición de los distintos tramos refleja una caída en los ingresos en el presente año respecto del año anterior. Todo ello, habida consideración que hemos tenido dos años de pandemia, y otras crisis económicas, en que muchos trabajadores han quedado sin empleo y se han visto obligadas a emprender alguna actividad económica, tendiente a generar ingresos para hacer frente a la crisis.

FIGURA 8: Empresas según tramo de ventas

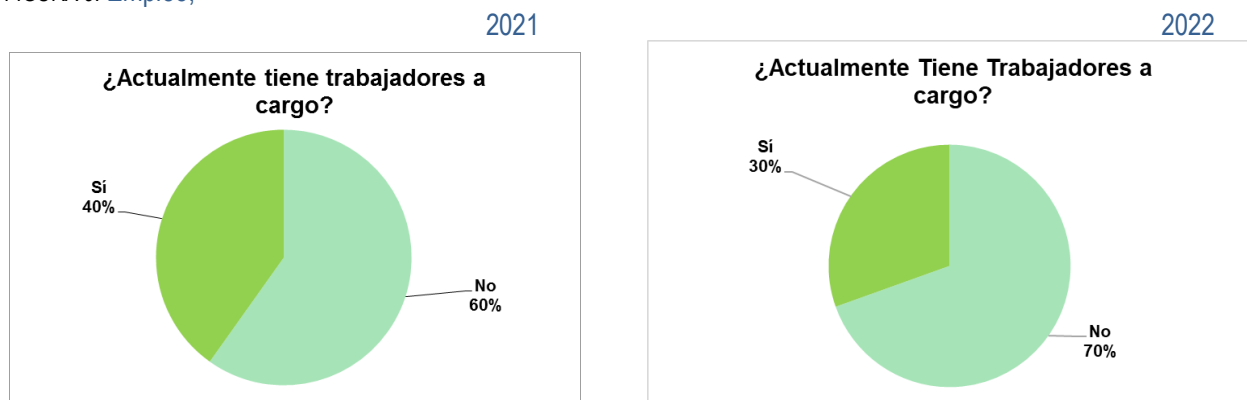


Fuente: Elaboración propia

Situación actual respecto al empleo

Actualmente un 30% declara que sí tiene trabajadores a cargo y un 70 % corresponde a negocios unipersonales. Esto indica una cifra un 10% inferior respecto a la medición del año anterior.

FIGURA 9: Empleo,



Fuente: Elaboración propia.

Participación en organizaciones de empresarios

En cuanto a la asociatividad, un 68% no participa en ninguna asociación de empresarios, pero piensa hacerlo. Un 29% sí participa en alguna organización de empresarios o emprendedores, en tanto un 3% no participa ni tiene interés en participar en alguna organización de empresarios o emprendedores. La tasa de asociatividad es baja, lo que indica que los emprendedores mayoritariamente resuelven sus problemas de manera individual, lo que les representa un esfuerzo mayor, respecto de aquellos que sí están organizados y se apoyan colectivamente.

FIGURA 10: Participación en organizaciones de empresarios



Fuente: Elaboración propia.

SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS AL FINALIZAR EL AÑO 2022

A continuación, se presentan las variables que dan cuenta de la situación de las microempresas al finalizar el año 2022:

1.- Continuidad operacional

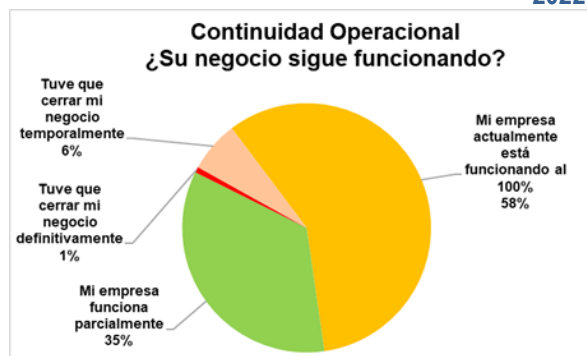
Esto se refiere a si el negocio ha podido seguir funcionando, bajo el escenario de la pandemia y otras crisis económicas. Los resultados indican que, en el año 2022, un 58% ha podido seguir funcionando totalmente, en tanto un 35% declara estar funcionando parcialmente. Un 6% ha debido cerrar temporalmente su negocio, mientras que un 1% debió cerrar su negocio definitivamente.

En la comparación 2022/2021, se puede apreciar un aumento gradual y significativo de la actividad económica, en suma, un 93% de los negocios han podido seguir funcionando ya sea total o parcialmente. En el caso de las empresas que están funcionando totalmente, dicha condición aumentó de un 44% en el 2021, a un 58% en el año 2022. El cierre definitivo de empresas sigue siendo marginal en ambos años, un 1% en el 2021 y 1% en el 2022.

FIGURA 11: Continuidad operacional
2021



2022



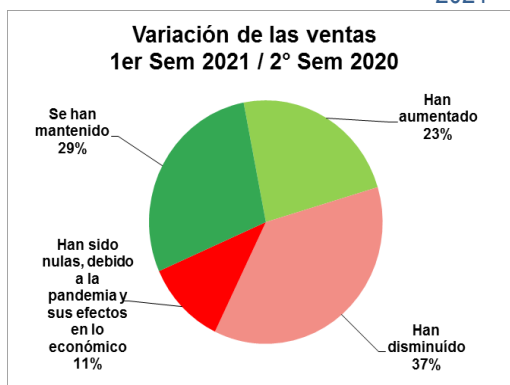
Fuente: Elaboración propia.

2.- Variación en las ventas

En relación a la variación global de las ventas en el 2022, un 51% declara que sus ventas han disminuido en este último año, en tanto un 27% declara que sus ventas aumentaron. Por su parte un 22% indica que sus ventas se mantuvieron. La situación global indica una baja respecto del año anterior, y ello se explica porque el alivio de retirar las restricciones del Covid, que habría implicado una mayor recuperación de la actividad económica, se vio opacada con las nuevas crisis que afectaron la economía a nivel mundial y a la que ningún país ha estado ajeno.

FIGURA 12: Variación en las ventas

2021



2022



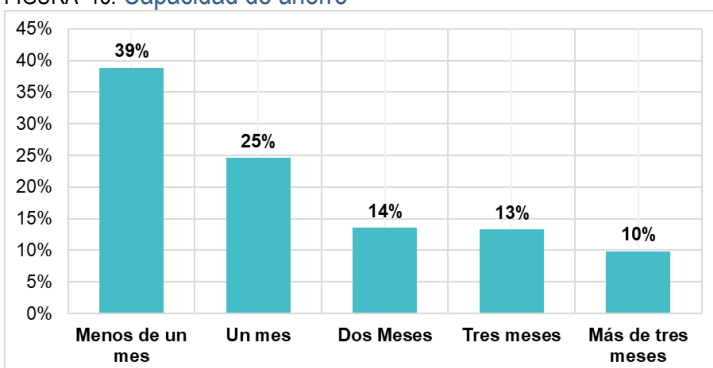
Fuente: Elaboración propia.

3.- Capacidad de ahorro

La capacidad de ahorro queda abordada con la pregunta acerca de cuánto tiempo es capaz de sostenerse con sus propios recursos si dejara de percibir ingresos. Los resultados indican que un 39% es capaz de sostenerse con sus propios recursos, por menos de un mes, un 25%, por un mes, un 14% al menos por dos meses, un 13% por tres meses, y tan sólo un 10% es capaz de sostenerse por más de tres meses. Estas cifras indican que, mayoritariamente, las microempresas no cuentan con capacidad de ahorro o esta capacidad es muy reducida.

En cifras gruesas, un 78% de las microempresas no son capaces de sostenerse con recursos propios por más de dos meses, si dejan de percibir ingresos. Lo anterior muestra que mayoritariamente existe un alto nivel de vulnerabilidad financiera por parte de las empresas en el corto plazo.

FIGURA 13: Capacidad de ahorro



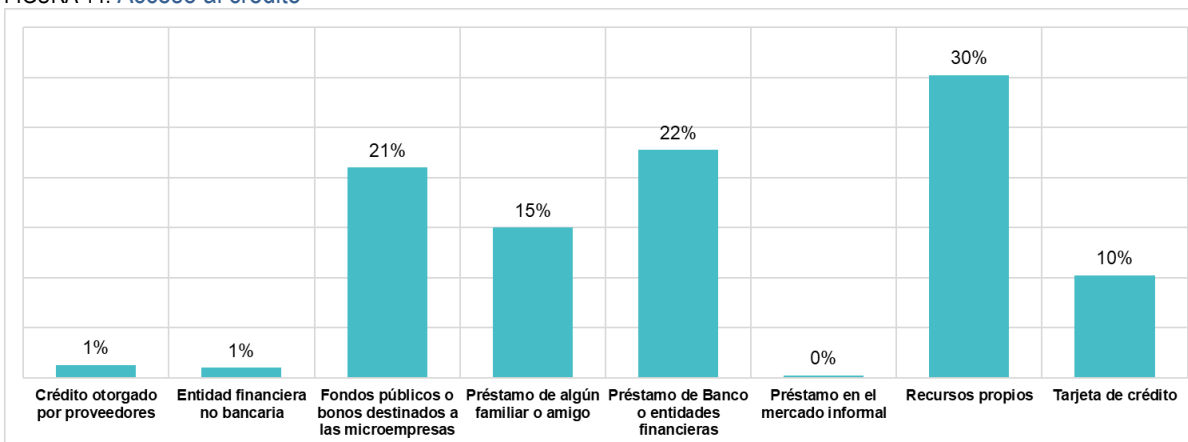
Fuente: Elaboración propia.

4.- Acceso al crédito

Para abordar esta variable, se les preguntó a los encuestados: ¿De requerir apoyo financiero, usted en primer lugar a quién recurriría o ha recurrido? Las respuestas globales como se puede apreciar en la Figura 14, indican que un 30% recurriría a recursos propios, un 22% recurriría a préstamos de bancos o financieras, un 21% recurriría a fondos públicos o bonos destinados a las microempresas, un 15% recurriría a un préstamo de algún familiar o amigo. En menor medida un 10% haría uso de su tarjeta de crédito, un 1% recurriría a crédito otorgado por proveedores, un 1% recurriría a una entidad financiera no bancaria, y un 1% recurriría al mercado informal. Esta brecha es interesante de observar y está relacionada con la variable referida a la capacidad de ahorro, en el sentido que es significativo el número de personas que no cuentan con capacidad de ahorro y, por otra parte, tampoco tienen acceso al crédito.

Destaca en esta medición, que un 21% recurriría o ha recurrido a fondos públicos o bonos destinados a microempresas.

FIGURA 14: Acceso al crédito



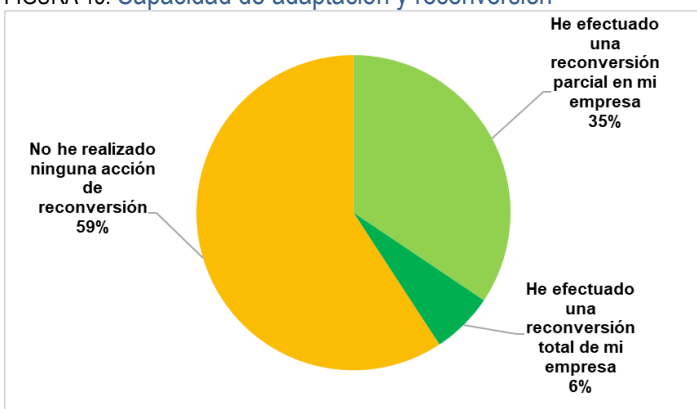
Fuente: Elaboración propia.

5.- Capacidad de adaptación y reconversión

Ante las distintas crisis económicas, los microempresarios han debido desarrollar el ingenio para poder adaptarse y sobrevivir. En dicho contexto, se les preguntó: ¿Ha efectuado alguna reconversión en su empresa en los dos últimos años? Las personas encuestadas señalan que, un 35% ha efectuado una reconversión parcial de su empresa, un 6% ha efectuado una reconversión total de su empresa. En tanto un 59%, declara que no ha realizado ninguna acción de cambio en su empresa.

Estas cifras demuestran que un alto porcentaje de unidades de negocios, ante las dificultades y restricciones que impone la realidad, implementan cambios para poder darle continuidad a su fuente de ingresos. El resultado global indica que un 41% ha efectuado cambios de reconversión (parcial o total) en su negocio.

FIGURA 15: Capacidad de adaptación y reconversión

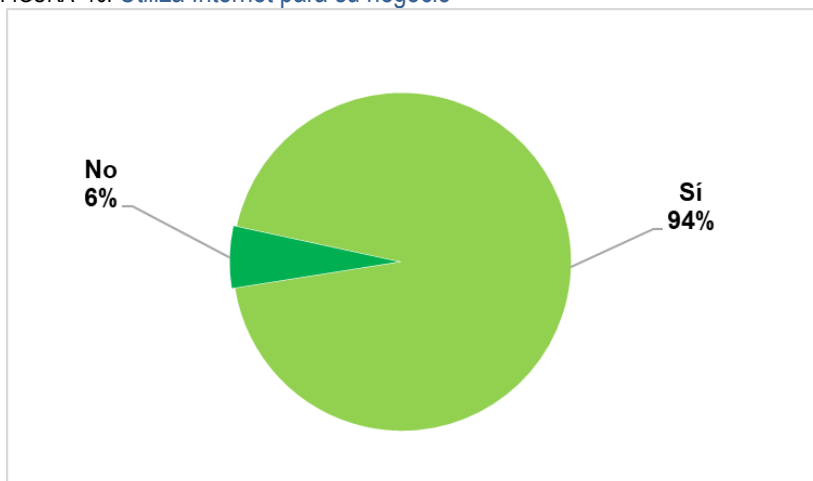


Fuente: Elaboración propia.

6.- Uso de Internet para los negocios

Ante la pregunta: ¿Utiliza internet para su negocio? Los encuestados señalan que un 94% de ellos utiliza Internet para sus negocios. Lo que representa una alta tasa de penetración de internet en las microempresas. Lo que también indica que el área digital ha sido una aliada en tiempos de crisis y en la adaptación de los medios que ella impone.

FIGURA 16: Utiliza Internet para su negocio

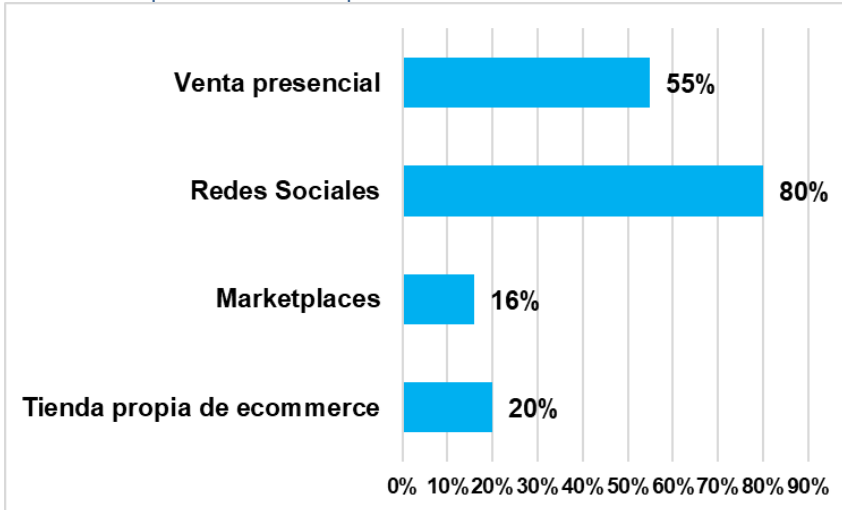


Fuente: Elaboración propia.

7.- Canales de venta

En lo referido a los canales de venta, los encuestados señalan que, mayoritariamente, un 80% de ellos utilizan las redes sociales (Facebook, Instagram y otros) como canal de ventas. Un 55% utiliza el canal de ventas presencial (local propio o arrendado, punto de venta presencial, venta directa). Un 20% posee tienda propia de ecommerce, en tanto un 16% utiliza como canal de ventas la modalidad de Marketplace (Mercado Libre, Linio, Yapo, Rappi, etc.)

FIGURA 17: Expectativas de recuperación

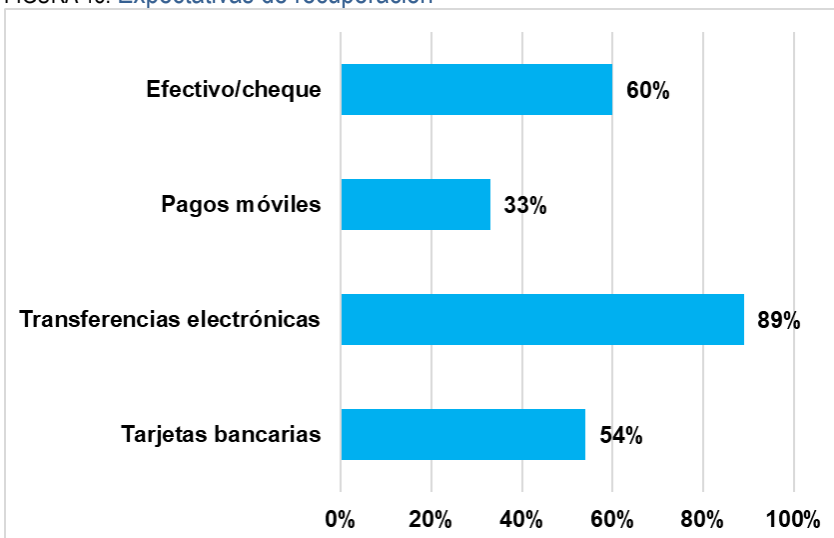


Fuente: Elaboración propia.

8.- Medios de pago

Respecto a los medios de pago a través del cual reciben sus ingresos, la transferencia bancaria es el medio que mayormente utilizan los microempresarios, el cual es usado por un 88% de los encuestados. Un 60% utiliza el efectivo, Un 54% recibe sus ingresos a través de tarjetas bancarias y un 33% a través de pagos móviles.

FIGURA 18: Expectativas de recuperación

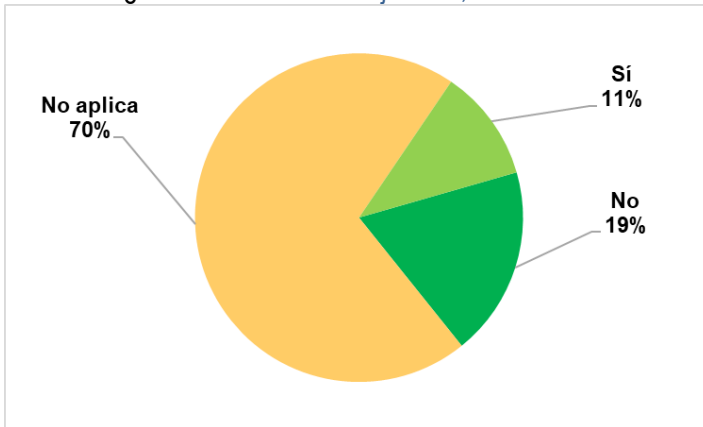


Fuente: Elaboración propia.

9.- Uso de la modalidad de teletrabajo

En relación a la modalidad de teletrabajo, considerando que un 30% de las microempresas actualmente tiene trabajadores a cargo, un tercio de aquellas, en este caso un 11% utilizan la modalidad de teletrabajo, un 19% no utiliza esta modalidad, y para un 70% de las microempresas esta modalidad no aplica, dado que no tienen trabajadores a cargo.

FIGURA 19: ¿En caso de tener trabajadores, utiliza la modalidad de teletrabajo?



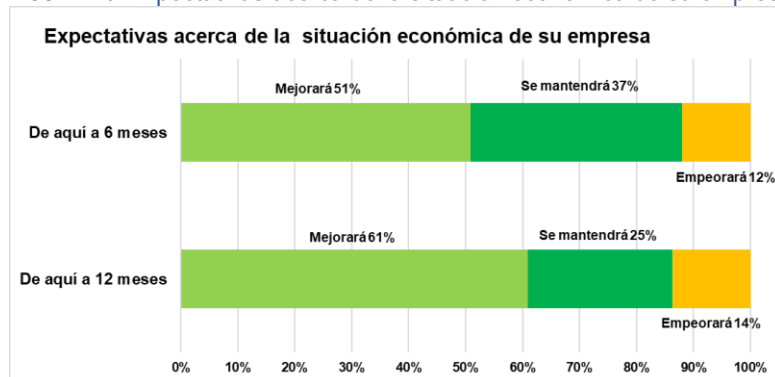
Fuente: Elaboración propia.

Expectativas acerca de la situación económica de su empresa

En lo referido a las expectativas económicas, ante la pregunta ¿Cómo espera que sea la situación económica de su empresa, comparada con la situación actual? Los resultados son los siguientes:

- ¿De aquí a seis meses?, un 51% indica que la situación económica de su empresa mejorará, un 37% indica que ésta se va a mantener, en tanto un 12% opina que su situación económica empeorará.
- ¿De aquí a doce meses? El optimismo es mayor en este lapso, un 61% indica que la situación económica mejorará, un 25% que se mantendrá, en tanto un 14% señala que su situación económica empeorará.

FIGURA 20: Expectativas acerca de la situación económica de su empresa



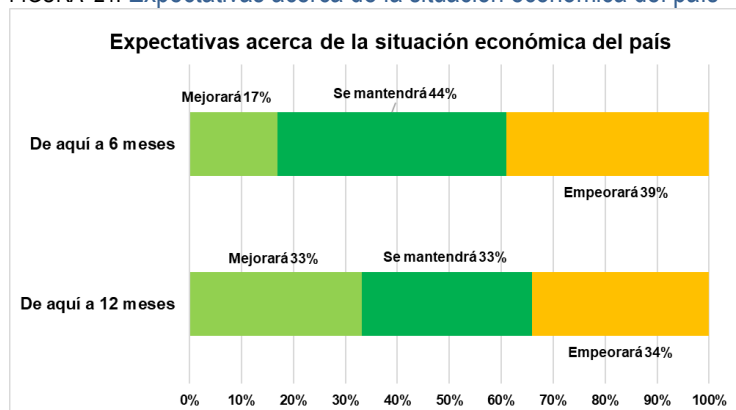
Fuente: Elaboración propia.

Expectativas acerca de la situación económica del país

Respecto a las expectativas económicas, para la pregunta ¿Cómo espera que sea la situación económica del país comparada con la situación actual?

- ¿De aquí a seis meses?, un 44% indica que la situación económica del país se mantendrá, un 39% indica que ésta empeorará, en tanto un 17% opina que la situación económica del país mejorará.
- ¿De aquí a doce meses? En este tramo la opinión prácticamente se divide en tres tercios. Un 33% opina que la situación económica del país mejorará, un 33% que ésta se mantendrá, en tanto un 34% señala que la situación económica del país empeorará.

FIGURA 21: Expectativas acerca de la situación económica del país



Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de estas dos preguntas, se refleja un mayor optimismo para las expectativas acerca de la situación económica de su empresa, lo que revela una mayor confianza en sus propios esfuerzos para sacar adelante a su empresa, versus las expectativas acerca de la situación económica del país, en que se refleja un optimismo más moderado. Dada la realidad que se vive en el país, en que confluyen distintas crisis causadas por hechos económicos de impacto mundial, la opinión de los microempresarios representa una expectativa económica global positiva dentro de todo, aun

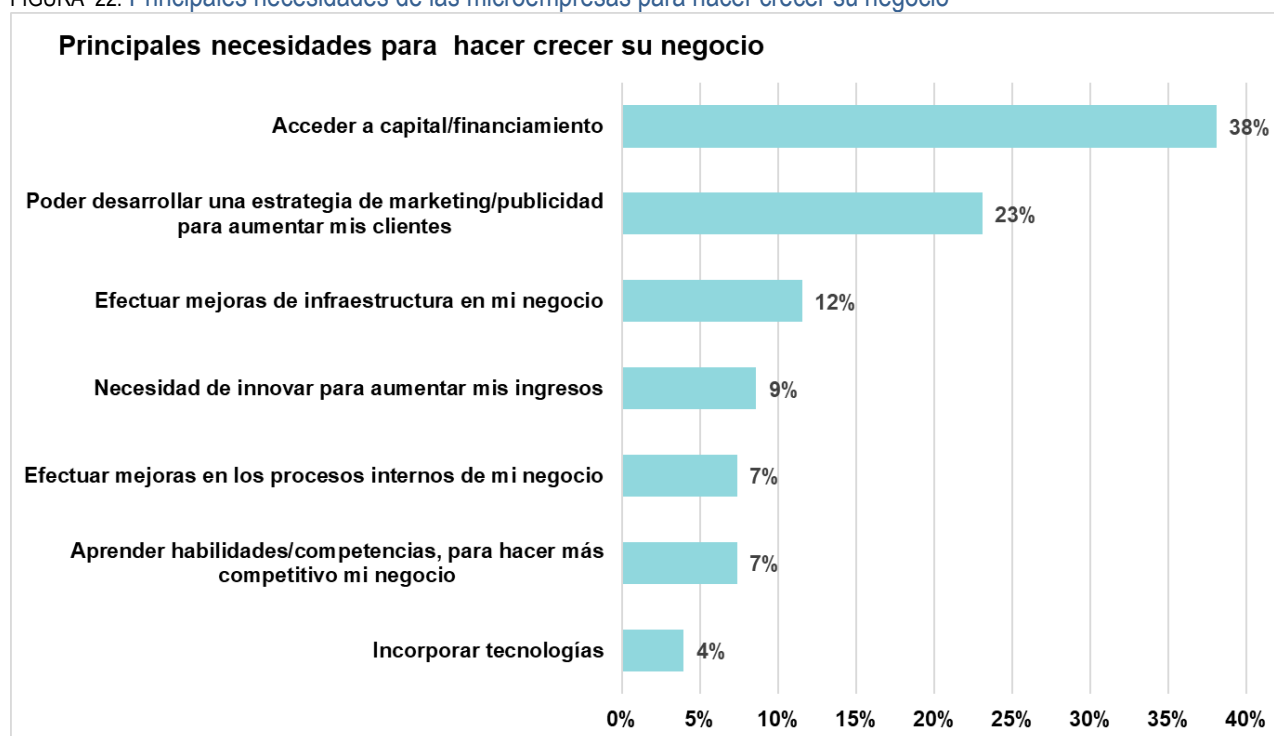
cuando las proyecciones que hay sobre el crecimiento del país el próximo año son negativas, como ya fue detallado anteriormente.

PRINCIPALES NECESIDADES DE LAS MICROEMPRESAS PARA HACER CRECER SUS NEGOCIOS

En lo referido a las principales necesidades que tienen las microempresas hoy en día, para hacer crecer sus negocios, los encuestados destacan las siguientes: un 38% señala que el acceso a capital/financiamiento es la principal necesidad de su negocio, un 23% requiere poder desarrollar una estrategia de marketing/publicidad para aumentar sus clientes. Un 12% necesita efectuar mejoras de infraestructura en su negocio. Un 9% tiene la necesidad de innovar para aumentar sus ingresos. Un 7% requiere aprender habilidades/competencias, para hacer más competitivo su negocio. Asimismo, un 7% necesita efectuar mejoras en los procesos internos de su negocio. En tanto un 4% requiere incorporar tecnologías.

La necesidad de acceder a financiamiento como principal respuesta, muestran que las políticas económicas restrictivas del Banco Central generan efecto sobre los emprendedores encuestados, dadas las complejas condiciones de acceso a nuevos recursos para desarrollar sus negocios durante el periodo encuestado.

FIGURA 22: Principales necesidades de las microempresas para hacer crecer su negocio



Fuente: Elaboración propia.

En este contexto, la labor de los Centros de Negocios de Sercotec, como se ha destacado en estudios anteriores de esta serie, cobra relevancia, porque esta iniciativa, precisamente tiene el objetivo de capacitar y asesorar de manera virtual o presencial, por equipos profesionales, a microempresarios y emprendedores que requieren dichos servicios, y a los cuales se puede acceder de manera gratuita en los 15 Centros de Negocios ubicados en distintas comunas de la Región Metropolitana, y que atienden las 52 comunas de la región. En este sentido, en cada una de las principales necesidades señaladas por los microempresarios como relevantes para hacer crecer sus negocios en este estudio 2022, los Centros de Negocios pueden ayudarles a conseguir efectivamente dichos objetivos.

ENCUESTA SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS 2022 Región Metropolitana

Diciembre de 2022



Universidad
Central

CONTACTO INVESTIGADORES

Sergio Iván Salas Meza
Servicio de Cooperación Técnica, Sercotec
ssalas@sercotec.cl

Jean Paul Quinteros Brisso
Escuela Economía y Negocios, Universidad Central
jean.quinteros@ucentral.cl