



Colabora:



Primera edición, 2016

El editor no se hace responsable de las opiniones recogidas, comentarios y manifestaciones vertidas por los autores. La presente obra recoge exclusivamente la opinión de sus autores como manifestación de su derecho de libertad de expresión.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamos públicos.

© **Faedpyme, Domingo García Pérez de Lema, Gonzalo Maldonado Guzmán, Marina Ortiz Medina y Edgar Julián Gálvez Albarracín**

Diseño y maquetación: Juan C. Illera Bedoya y Leidy J. Rodríguez Vergara

© DM

ISBN: 978-84-16908-51-6

Depósito legal: MU 1201-2016

Edición a cargo de: Diego Marín

Librero-Editor Merced, 25

30001 - Murcia

Tfno. 968242829/968236575/78

DIRECCIÓN:

Domingo García Pérez de Lema (Universidad Politécnica de Cartagena)
Gonzalo Maldonado Guzmán (Universidad Autónoma de Aguascalientes)
Marina Ortiz Medina (FONDO MICRO)
Edgar Julián Gálvez Albarracín (Universidad del Valle)

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

Argentina

Nicolás Beltramino (U. Nacional de Villa María)
Ana Laura Pieckenstainer
(Universidad Nacional de Villa María)
María Cecilia Conci (U. Nacional de Villa María)
Juan Marcelo Ingaramo (U. Nacional de Villa María)
Lilia Carina Gazzaniga (U. Nacional de Villa María)

Bolivia

Paola Andrea Sainz Sujet
(Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra)

Colombia

Edgar Julián Gálvez Albarracín (Univ. del Valle)
Mónica García Solarte (Univ. del Valle)
Karen Cuellar Lasprilla (Universidad ICESI)
Rodrigo Varela Villegas (Universidad ICESI)
Saulo Bravo García (Univ. Santiago de Cali)
Cesar Augusto Bernal Torres (Univ. de la Sabana)
José Zacarías Mayorga Sánchez
(Universidad Libre Seccional Bogotá)
Carlos Restrepo Rivillas (Univ. Externado de Colombia)
Juan Alejandro Cortés
(Universidad Pontificia Bolivariana sede Medellín)
José Luis Alcalá (Univ. Autónoma del Caribe y
Universidad Simón Bolívar)
Lissette Hernández Fernández (Univ. de la Costa)
Rafael Portillo Medina (Univ. de la Costa)
Tito Crissien Borrero (Univ. de la Costa)
Luis Alvear Montoya (Univ. de la Costa)
Gabriel Velandia Pacheco (Univ. de la Costa)

Ecuador

Wilson Araque Jaramillo
(Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador)
Andrés Argüello
(Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador)
María Virginia Lasio
(Escuela Superior Politécnica del Litoral)
César Vásquez (U. Politécnica Salesiana, Sede Cuenca)
Nelson Lascano (Universidad Técnica de Ambato)
Edison Quevedo (Escuela Superior Politécnica
Agropecuaria de Manabí, Manuel Félix López)

España

Antonio Aragón Sánchez (U. de Murcia)
Antonio Calvo-Flores Segura (U. de Murcia)
Domingo García Pérez de Lema
(Universidad Politécnica de Cartagena)
Francisco Javier Martínez García (Universidad de Cantabria)
Carlos Martínez-Abarca Pastor
(Universidad Politécnica de Cartagena)
Francisco Manuel Somohano Rodríguez
(Universidad de Cantabria)

México

Gonzalo Maldonado Guzmán (Univ. Autónoma de Aguascalientes)
Sandra Yesenia Pinzón Castro (Univ. Autónoma de Aguascalientes)
María del Carmen Martínez Serna (Univ. Autónoma de Aguascalientes)
José Trinidad Marín Aguilar (Univ. Autónoma de Aguascalientes)
José Felipe Ojeda Hidalgo (Universidad Politécnica de Guanajuato)
Lucio Jesús Uc Heredia (Universidad Autónoma de Yucatán)
Luis Enrique Valdez Juárez (Instituto Tecnológico de Sonora)
Victor Manuel Molina Morejón (Universidad Autónoma de Coahuila)
Francisco Ballina Ríos (Universidad Nacional Autónoma de México)
José Luis Esparza Aguilar (Universidad de Quintana Roo)

Panamá

Juan Ernesto Mojica Peñalba (Universidad de Panamá)
Elisa González de Mojica (Universidad de Panamá)
Viodelda Martínez (Universidad de Panamá)
Alan Cruz (Universidad de Panamá)
Edilsa Quintero de Sanfilipo
(Universidad Tecnológica de Panamá)
Gabriel Vergara (Universidad Tecnológica de Panamá)
Enith González (Universidad Tecnológica de Panamá)
Joanna González (Universidad Especializada de las Américas)
Genaro Villalaz (Universidad Especializada de las Américas)
Lamed Mendoza (Universidad Especializada de las Américas)

República Dominicana:

Marina Ortiz Medina (FONDO MICRO)
Leonardo Antonio Abreu Padilla
(Universidad Autónoma de Santo Domingo)

1. Introducción.....	7
2. Metodología de la investigación.....	8
2.1. Estructura de la muestra.....	8
2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario.....	10
2.3. Análisis estadístico de los datos.....	10
3. Características de las microempresas.....	10
4. Expectativas y rendimiento de la microempresa.....	11
4.1. Expectativas.....	11
4.2. El futuro de la empresa.....	16
4.3. Rendimiento.....	18
5. Motivos para la creación de la microempresa.....	23
5.1. Motivos para la creación de la microempresa.....	23
5.2. Características personales del propietario que ayudan a crear la empresa.....	27
6. Financiación de la microempresa e ingresos de la familia.....	31
6.1. Financiación de la microempresa.....	31
6.2. Ingresos de la familia.....	39
7. Infraestructura y TIC en la microempresa.....	43
8. Administración de la microempresa.....	47
9. Capacitación de la microempresa.....	50
10. Problemas y dificultades a las que se enfrenta la microempresa.....	54
11. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa.....	60
12. Factores de éxito de la microempresa.....	63
13. Conclusiones.....	67
14. Principales acciones para el desarrollo de la microempresa.....	69
15. Referencias bibliográficas.....	76

1. Introducción

El estudio de la microempresa o micronegocio se ha constituido en las últimas décadas en un referente para los académicos y para las instituciones, nacionales e internacionales, de cara a favorecer su desarrollo y mejorar su competitividad. La mayoría de las empresas existentes en América Latina son microempresas y resultan muy importantes desde el punto de vista de la generación de empleo y de ingresos para amplios segmentos de la población (Cardozo, 2007) y representan cerca del 90% del total de empresas constituidas (Saavedra y Hernández, 2008). Aunque a pesar de ser dominantes en cuanto al número de empresas, es posible que no haya contribuido de forma muy relevante a disminuir los niveles de pobreza que muestra la región de América Latina (Torres, 2006). Sin embargo, sí parece que ha sido un importante canal de sobrevivencia y movilidad social para los migrantes rurales que fluyen a los centros urbanos y posiblemente la única opción para mujeres y jóvenes pobres urbanos que buscan integrarse al mercado de trabajo (Torres, 2006).

No obstante, las microempresas tienen un impacto relevante en las economías por ser intensivas en uso de mano de obra, por dinamizar la producción y el consumo interno, y por su papel en la distribución de la riqueza en la sociedad (Heshmati, 2001; OIT, 2005; Albuquerque, 2007; Ortiz, 2013). Las microempresas han cobrado cada vez mayor importancia, debido a que tienen la capacidad de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital, demostrando el potencial innovador para enfrentar la flexibilidad productiva (BEL, 2006).

La configuración de un marco teórico de la microempresa o micronegocio como dimensión de un sector económico, social o político es un tema abierto a debate y resulta complejo encontrar un consenso dado sus múltiples dimensiones. El marco de referencia suele identificar a microempresa como una unidad económica de escaso capital, utilización intensiva de mano de obra, baja productividad, dificultad de acceso al crédito en el sistema financiero formal, mínima capacidad de ahorro, ausencia de gestión empresarial; y la no utilización de tecnología o nuevos conocimientos para dar valor agregado. Pero esto no siempre es así. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación está permitiendo la creación de microempresas muy dinámicas y productivas (Dandridge y Levenburg, 2000).

Adicionalmente, la teoría de la heterogeneidad plantea la coexistencia dentro del sistema productivo de sectores

económicos que presentan una diferenciación en los niveles de productividad, lo que se traduce en una estructura social muy heterogénea, esta heterogeneidad se ubica en las microempresas formales e informales. Dentro de las microempresas informales existe una mayor tendencia a la baja productividad y a la marginación, que no le permiten su inserción en el aparato formal productivo. Las microempresas formales e informales funcionan de acuerdo con racionalidades idénticas y se diferencian tan solo por su carácter de legales o ilegales (Pollack y Jusidman, 1997), lo que conlleva diferencias en el acceso a los recursos productivos y a los mercados (Orjuela, 2006). La integración del sector informal al proceso de modernización se puede conseguir a través de (Tokman, 2001): (1) apoyo para fomentar el desarrollo productivo de las microempresas, facilitando el acceso a los mercados y a los recursos productivos; (2) desarrollo del bienestar social de los ocupados en el sector informal; y (3) acciones dirigidas al marco institucional, que corrijan las imperfecciones de los sistemas regulatorios para favorece la integración de las actividades informales a la modernización.

La complejidad propia del sector de la microempresa y la ausencia de registros y datos precisos sobre sus características organizativas y dimensiones reales, dificulta la realización de este tipo de estudios (Cardozo, 2007). En este sentido, desde FAEDPYME se pretende realizar una primera aproximación al estudio de la microempresa desde múltiples perspectivas. Con el fin de contribuir en estudios posteriores al desarrollo de metodologías que favorezcan el impulso de este tipo de empresas. El objetivo de este trabajo es, por tanto, realizar una radiografía en profundidad de la situación de la microempresa en América Latina para determinar sus fortalezas y debilidades, y aportar estrategias y planes de actuación que redunden en una mejora de su competitividad y desarrollo.

Los objetivos del informe son:

- Analizar las características generales de las microempresas.
- Estudiar los motivos para la creación de la microempresa.
- Conocer las expectativas y el grado de satisfacción con su empresa.

- Analizar la financiación de la microempresa y conocer los ingresos que percibe la unidad familiar.
- Determinar las infraestructuras y el grado de desarrollo de las TIC.
- Analizar la gestión de la administración.
- Conocer los problemas o dificultades por los que atraviesa la microempresa.
- Determinar los factores de éxito de las microempresas.
- Elaborar propuestas de actuación para la mejora de la competitividad y desarrollo de la microempresa.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 7.629 microempresas de América Latina dirigida al gerente de la empresa. En este trabajo consideramos microempresas aquellas que tienen un rango de trabajadores de 1 a 10 (incluido el propietario). La técnica de recogida de información fue una encuesta personal o telefónica y el trabajo de campo se realizó durante los meses de enero de 2014 a julio de 2015.

Este informe resulta relevante y actual, pudiendo ser de gran interés las implicaciones que se derivan del mismo. En efecto, los resultados del estudio pueden ser útiles tanto para la Administración como para la gestión competitiva de la Microempresa. Los resultados pueden ser considerados para el diseño eficaz de la política pública dirigida a apoyar el desarrollo de la Microempresa. Los resultados también pueden proporcionar guías de actuación útiles para los gerentes o propietarios que deben asegurar la fortaleza competitiva de su empresa y una solidez financiera. Este proyecto contribuye a promover la investigación de calidad en el desarrollo de una línea de trabajo donde se contribuye a resolver problemas de impacto social y económico.

Para terminar, cabe señalar, por un lado, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de la microempresa, sino más bien la de ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto, virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios. Igualmente reseñar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado, como no podía ser de otra forma, el

secreto estadístico de la información utilizada que nos han facilitado las empresas que participantes en el estudio.

2. Metodología de la investigación

En este apartado se exponen las bases y la metodología del trabajo empírico realizado. Una vez fijados los objetivos de la investigación, exponemos la estructura de la muestra, resumimos el proceso de selección de las variables para obtener la información sobre los distintos aspectos de la dirección y gestión de la microempresa, y explicamos, por último, las técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de análisis de la información disponible.

2.1. Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron 20 estratos sectoriales en cada país (ver Tabla 2.1). Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. Y el criterio inicial para determinar el tamaño de la muestra se estableció de forma que el error máximo (supuesto de mayor incertidumbre $p=q=0.5$) en la estimación de una proporción para el conjunto de la población sea inferior a 5 puntos porcentuales con un nivel de confianza del 95%.

La muestra finalmente obtenida fue de **7,629 microempresas** de América Latina de los siguientes países: Panamá, Ecuador, Bolivia, Colombia, Argentina, México y República Dominicana (ver Tabla 2.2), determinando un **error muestral global de 1.1 puntos con un nivel de confianza del 95%**. En la Tabla 2.1 se puede observar el error muestral y la composición de la muestra para los distintos sectores de actividad considerados y en el Tabla 2.2 se recoge para cada País analizado. Para determinar el error muestral y dada la dificultad de obtener la población total de microempresas en América Latina, por diversas razones (falta de estadísticas de varios países, estadísticas desactualizadas, datos de

Tabla 2.1. Distribución de la muestra por Sector y Error Muestral

	Número de empresas	%	Error Muestral
Tiendas de abarrotes y misceláneas	1808	23.70	2.3
Tortillerías y panaderías	474	6.21	4.5
Artes gráficas (papelerías. Imprentas, etc.)	452	5.92	4.6
Salones de belleza	571	7.48	4.1
Talleres mecánicos (reparación de vehículos)	306	4.01	5.6
Farmacias	266	3.49	6.0
Carnicerías	254	3.33	6.1
Talleres de maquinado (tornos. fresas, laminado, etc.)	162	2.12	7.7
Manufactura de plástico	48	0.63	14.1
Servicios de consultoría a empresas	257	3.37	6.1
Fabricantes y reparadores de zapatos	144	1.89	8.2
Textil y confecciones	361	4.73	5.2
Industria agroalimentaria	138	1.81	8.3
Muebles y madera	164	2.15	7.7
Comercio de informática	328	4.30	5.4
Servicios de transporte (bus. taxi, camiones)	105	1.38	9.6
Bares y restaurantes	581	7.62	4.1
Talleres de artesanías	120	1.57	8.9
Hoteles. hostales, casas rurales	170	2.23	7.5
Otros	920	12.06	3.2
Total	7.629	100.0	1.1

formalidad e informalidad, etc.) optamos por situarnos en el escenario de poblaciones infinitas, criterio más exigente a la hora de fijar el error muestral. Adicionalmente, y dado que las muestras por países están descompensadas, será necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados.

En este apartado queremos hacer referencia a las limitaciones de la muestra. La muestra se refiere a 7 países de América Latina y con muestras descompensadas en cada uno de los países. La complejidad de este tipo de trabajos donde existen limitaciones presupuestarias, falta de estadísticas de

formalidad e informalidad, etc., ha contribuido a que la muestra presente limitaciones que debemos poner de manifiesto. Por ello queremos manifestar que este trabajo constituye una primera aproximación, donde hemos pretendido presentar un primer estado de la cuestión de la microempresa en América Latina para en estudios posteriores profundizar y mejorar las bases de datos. Por todo ello, y aunque los resultados globales resultan muy significativos, debemos tomar con prudencia los resultados para aquellos países que tienen un error muestral superior al 5%.

Tabla 2.2. Distribución de la muestra por País y Error Muestral

	Número de empresas	%	Error Muestral
Panamá	216	2.83	6.7
Ecuador	411	5.39	4.8
Bolivia	200	2.62	6.9
Colombia	1600	20.97	2.5
Argentina	468	6.13	4.5
México	4340	56.88	1.5
República Dominicana	394	5.18	4.9
Total	7.629	100.0	1.1

2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y nos permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la microempresa en América Latina. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido al director, dueño o gerente de la empresa. Con esta herramienta se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha cuidado especialmente la estructuración del mismo, una redacción adecuada, clara y con un contenido breve.

De esta forma se ha pretendido que el cuestionario final sea preciso y cubra las necesidades de información, y al mismo tiempo, se ha buscado minimizar los posibles problemas de interpretación y obtención de datos a la hora de lanzar definitivamente el cuestionario. La técnica de captación de información fue, como ya se ha indicado, una encuesta telefónica, utilizando como soporte un cuestionario cerrado dirigido al gerente o director de la empresa. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las microempresas, tratando de incorporar las variables más relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en 7 bloques. En el primero se pregunta a los encuestados sobre datos generales de sus empresas como sector de actividad, número de empleados, antigüedad de la microempresa, ubicación de la microempresa (rural o urbana), forma jurídica, género y nivel de formación académica del propietario. En el bloque segundo se pregunta sobre los motivos que tuvieron para crear la microempresa y sobre rasgos de personalidad del propietario que incidieron en la creación de la microempresa. En el bloque tercero se abordan las expectativas de evolución de las ventas y del número de empleados para 2015, su percepción sobre el clima empresarial, el nivel de satisfacción que tiene el propietario sobre su negocio, aspectos relacionados con el rendimiento de la microempresa y sus expectativas de cara al futuro.

En el bloque cuarto, se pregunta a los propietarios sobre la importancia de determinadas fuentes de financiación a la hora de iniciar el negocio y en la actualidad. Y el grado de importancia que tiene para el hogar del propietario otros ingresos alternativos al de la microempresa. En el bloque quinto, se recogen aspectos relacionados con las infraestructuras y TIC que tienen las microempresas. En el bloque sexto se ha preguntado sobre la administración de la microempresa. Se abordan las prácticas relacionadas con la administración contable, económica y financiera. Las áreas de formación y capacitación que necesitarán en el futuro. La procedencia de sus productos o mercancías (proveedores) y el destino de sus ventas. Finalmente en el último bloque se recoge información sobre diferentes problemas a los que se enfrentan en la actualidad la microempresa.

2.3. Análisis estadístico de los datos

A la hora de analizar estadísticamente las diferencias de comportamiento en las variables objeto de estudio se han tenido en cuenta los siguientes factores de clasificación: tamaño, control familiar de la empresa, nivel de estudios del gerente, antigüedad y sector de actividad de la empresa.

Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación introducido, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

- Cuando analicemos diferencias porcentuales se utilizará el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la χ^2 de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizarán tablas 2 x 2, con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la χ^2 de Pearson.
- En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación se ha utilizado el contraste de “análisis de la varianza (ANOVA)”.

3. Caracterización de las microempresas

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características (ver Gráficos 3.1 a 3.9):

- El 88.5% de las microempresas están ubicadas en zonas urbanas y el 11.5% en zonas rurales.

4. Expectativas y rendimiento de la microempresa

4.1. Expectativas

En este apartado analizaremos las expectativas de empleo y ventas y el clima empresarial de la microempresa en América Latina. Esto nos permitirá verificar la posición de futuro que puede alcanzar la microempresa. Un análisis global de las expectativas y de la percepción del clima empresarial para 2014 nos permite afirmar que el conjunto de empresas encuestadas considera que el año 2014 va a ser positivo pues estiman un significativo crecimiento, más intenso en el nivel de actividad (ventas) que en la generación de empleo. En efecto, el 39.1% de las microempresas tienen expectativas de aumentar su empleo, el 53.7% que lo mantendrá y tan sólo el 7.2% lo reducirá (Gráfico 4.1). El diferencial aumento-disminución tiene un saldo positivo de 31.9 puntos. El 60.5% opina que aumentarán sus cifras de ventas, el 30.7% que se mantendrán y el 8.8% que disminuirán (Gráfico 4.2). En este caso el diferencial aumento-disminución es positivo por 51.7 puntos.

Para concluir la visión global respecto a la confianza empresarial, podemos centrarnos en la calificación (de

- El 31.1% se localizan en zonas residenciales, el 28.1% en barrios humildes, el 38.8% en zonas comerciales y el 2.1% restante en parques industriales.
- Si analizamos el tipo de local apreciamos que la mayoría de las microempresas de la muestra utilizan locales independientes (56.6%), 29.9% utilizan locales en un espacio de la misma vivienda y el 13,5% en puesto fijo.
- El 53,6% de las empresas tienen una antigüedad superior a 10 años y se califican como maduras y el 46,4% son empresas jóvenes.
- Respecto a la forma jurídica, la mayoría de las microempresas son empresas individuales registradas (63,8%). El 22,5% son empresas individuales no registradas, y tan sólo el 4.5% tienen figura societaria.
- En cuanto a la propiedad de la microempresa podemos ver cómo en la mayoría de las microempresas la propiedad recae en un solo hombre (46.9%), el 35.7% en manos de una sola mujer, en el 11.7% de los casos la propiedad es conjunta entre hombre y mujer, y el resto está constituido por microempresas formadas por varios hombres o mujeres propietarios.
- La edad media del propietario/a es de 48.6 años.
- El nivel de formación mayoritario de las microempresas de la muestra es educación básica o media (50.7%), el 5.1% es sin educación formal o reglada, el 12.5% tienen estudios técnicos y el 31.8% posee estudios universitarios.

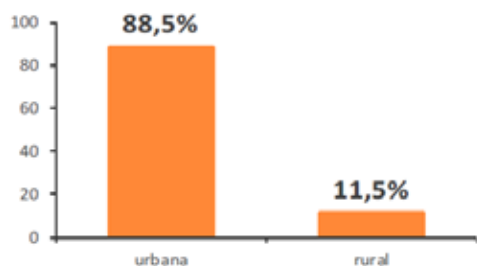


Gráfico 3.1. Ubicación geográfica

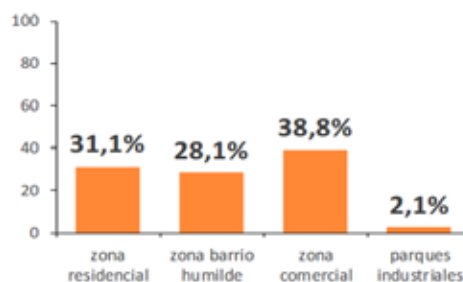


Gráfico 3.2. Localización de la empresa

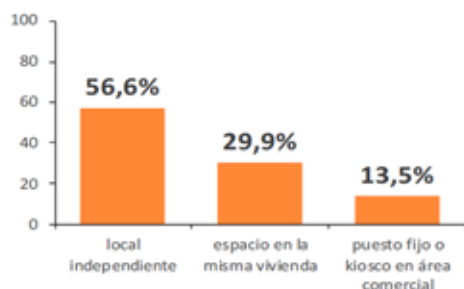


Gráfico 3.3. Tipo de local

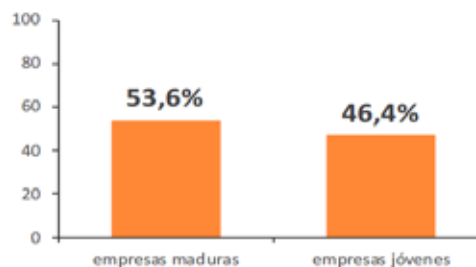


Gráfico 3.4. Antigüedad de la empresa

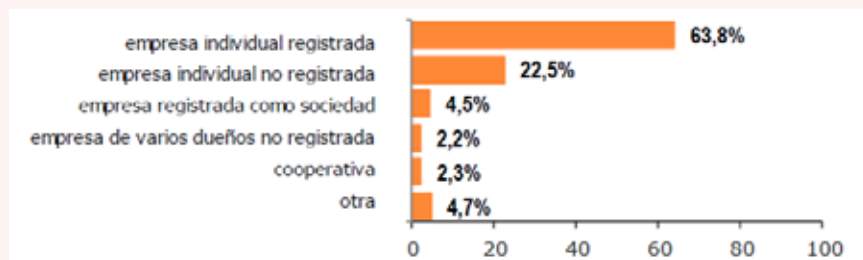


Gráfico 3.5. Forma jurídica de la empresa

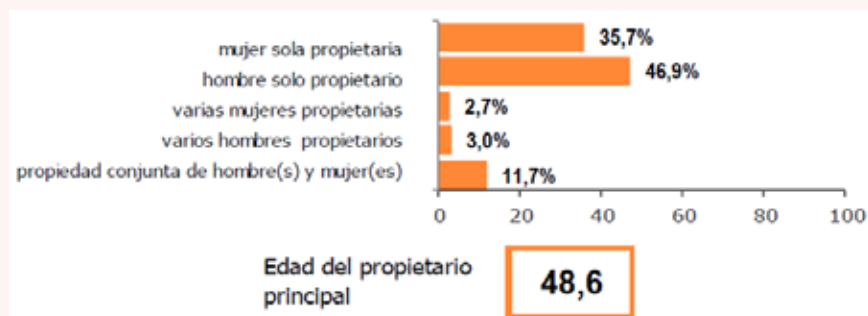


Gráfico 3.6. Género del propietario

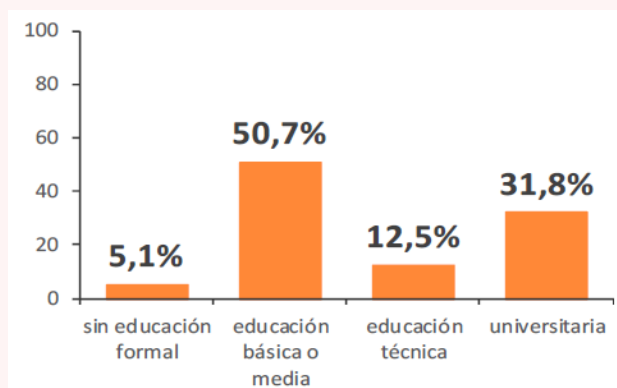


Gráfico 3.7. Nivel de formación académica del propietario principal de la empresa

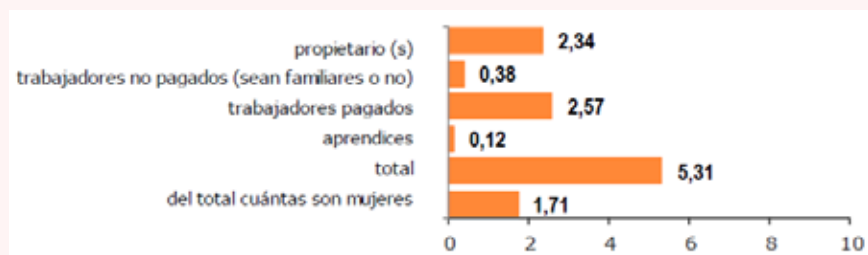


Gráfico 3.8. Cuántas personas trabajaban permanentemente en la empresa (cuando se inició)

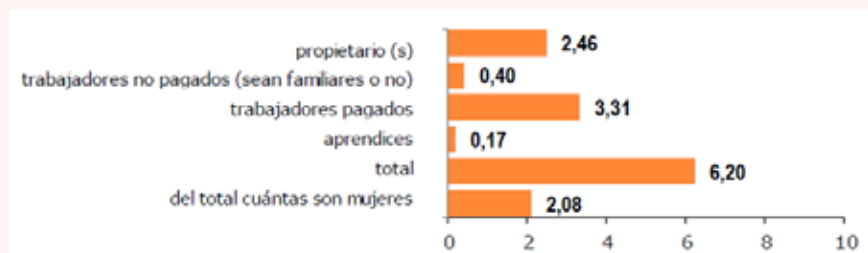


Gráfico 3.9. Cuántas personas trabajaban permanentemente en la empresa (en la actualidad)

0 a 10) que realizan los gerentes sobre el clima empresarial, entendido como la confianza y expectativas globales del empresario sobre el entorno económico que condiciona la actividad de su empresa (gráfico 4.2). La calificación media es de 6.2. Este resultado debe ser interpretado como positivo pues siempre resulta difícil otorgar una alta puntuación en este ítem.

En las tablas 4.1 a 4.7 se presentan los resultados de las expectativas de empleo, ventas y clima empresarial, considerando los factores de tamaño, antigüedad, sector, ubicación, género del propietario, educación del propietario y país. Las mejores expectativas de empleo la tienen las empresas de mayor tamaño (52.4% señala que aumentará su empleo), las empresas maduras con una antigüedad superior a 10 años (crecerá el empleo en el 39.5% de los casos), las empresas del sector servicios (41.4%), las microempresas ubicadas en zonas urbanas (40.6%), las que su propietario son hombres (39.4%) y principalmente las microempresas cuyos propietarios tienen educación universitaria donde estiman que el 47.3% aumentará su empleo. El país con mejores expectativas de crecimiento de empleo es Colombia donde el 62.2% de las microempresas estiman que aumentará el empleo.

Respecto a las expectativas de ventas los datos muestran que las microempresas de mayor tamaño (6 a 10

empleados) son las que esperan aumentar sus ventas en mayor proporción (74.5%). En este mismo sentido, apreciamos que las microempresas maduras (más de 10 años de antigüedad) tienen mejor expectativas en sus ventas que las jóvenes, 61.0% y 59.6%, respectivamente. Las microempresas del sector servicios (63.0%), que están ubicadas en zonas urbanas (62.1%), cuyos propietarios son hombres (62.4%) y tienen estudios universitarios (69.2%) son igualmente las que tienen mejores expectativas de sus ventas. El país con mejores expectativas de crecimiento de sus ventas es Colombia donde el 85.3% de las microempresas señalan que sus ventas se incrementarán.

Adicionalmente se preguntó a los propietarios sobre el clima empresarial. Las microempresas que perciben un mejor clima (confianza y expectativas globales del empresario sobre el entorno económico que condiciona la actividad de su empresa), son las microempresas de 6 a 10 empleados con una puntuación de 6.91 en una escala de 0 a 10, las microempresas más jóvenes (6.54), del sector servicios (6.26), ubicadas en zonas urbanas (6.35), cuyos propietarios son hombres (6.50), con estudios universitarios (6.96) y son de Bolivia (7.95).

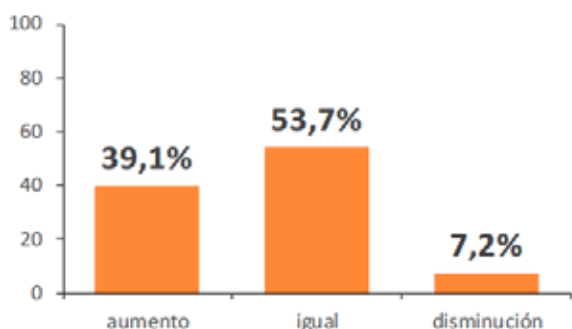


Gráfico 4.1. Expectativas de empleo 2014

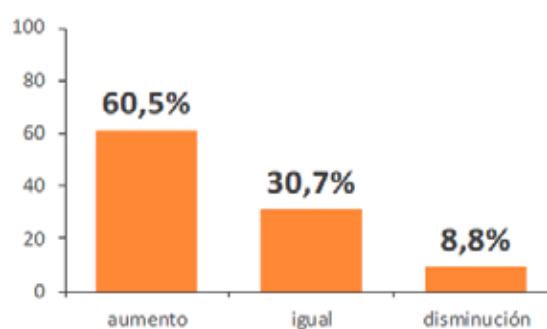


Gráfico 4.2. Expectativas de ventas 2014

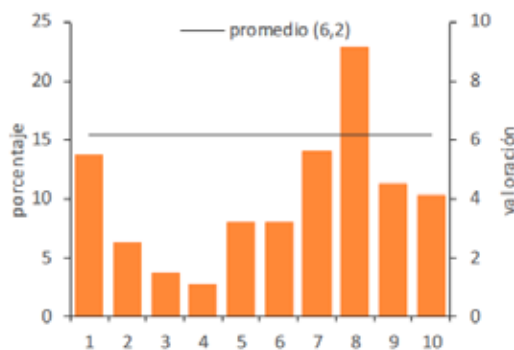


Gráfico 4.3. Clima empresarial

**Tabla 4.1. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Tamaño de la microempresa**

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Expectativas de empleo			
Aumento	37.6%	52.4%	***
Igual	55.3%	39.9%	
Disminución	7.2%	7.7%	
Expectativas de ventas			
Aumento	58.8%	74.5%	***
Igual	32.0%	19.8%	
Disminución	9.2%	5.7%	
Clima empresarial	6.08	6.91	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.2. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Expectativas de empleo			
Aumento	39.5%	38.5%	**
Igual	52.8%	55.2%	
Disminución	7.7%	6.4%	
Expectativas de ventas			
Aumento	61.0%	59.6%	*
Igual	30.8%	30.6%	
Disminución	8.2%	9.8%	
Clima empresarial	5.95	6.54	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.3. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Expectativas de empleo				
Aumento	36.9%	37.8%	41.4%	**
Igual	54.1%	55.6%	51.8%	
Disminución	9.0%	6.6%	6.8%	
Expectativas de ventas				
Aumento	57.7%	60.3%	63.0%	***
Igual	32.2%	30.7%	30.4%	
Disminución	10.2%	9.0%	6.6%	
Clima empresarial	6.01	6.05	6.26	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.4. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Expectativas de empleo			
Aumento	40.6%	31.2%	
Igual	52.0%	62.6%	***
Disminución	7.4%	6.3%	
Expectativas de ventas			
Aumento	62.1%	51.8%	
Igual	29.4%	37.9%	***
Disminución	8.5%	10.2%	
Clima empresarial	6.35	5.20	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.5. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
Expectativas de empleo			
Aumento	35.2%	39.4%	
Igual	56.8%	53.1%	***
Disminución	8.0%	7.5%	
Expectativas de ventas			
Aumento	55.7%	62.4%	
Igual	34.6%	29.2%	***
Disminución	9.7%	8.3%	
Clima empresarial	5.56	6.50	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.6. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
Nivel de educación del propietario de la microempresa**

	No universitario	Universitario	Sig.
Expectativas de empleo			
Aumento	33.1%	47.3%	
Igual	58.0%	47.7%	***
Disminución	8.9%	5.0%	
Expectativas de ventas			
Aumento	54.0%	69.2%	
Igual	36.0%	23.7%	***
Disminución	10.0%	7.2%	
Clima empresarial	5.58	6.96	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

Tabla 4.7. Expectativas empleo, ventas y clima empresarial
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Expectativas de empleo								
Aumento	51.4%	29.2%	53.5%	62.2%	27.0%	31.3%	42.0%	
Igual	47.7%	40.9%	45.0%	35.2%	67.2%	61.4%	48.6%	***
Disminución	0.9%	29.9%	1.5%	2.6%	5.9%	7.3%	9.4%	
Expectativas de ventas								
Aumento	75.0%	31.6%	73.0%	85.3%	62.4%	51.8%	75.0%	
Igual	20.4%	37.2%	25.0%	11.3%	30.7%	39.0%	20.4%	***
Disminución	4.6%	31.1%	2.0%	3.4%	7.0%	9.3%	4.6%	
Clima empresarial								
	7.64	6.33	7.95	7.57	6.08	5.47	6.50	***

Expectativas: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson
Clima empresarial: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)
(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

4.2. El futuro de la empresa

Las expectativas de los propietarios respecto a sus decisiones sobre la evolución de sus negocios es otra variable importante a medir. En este sentido se le preguntó al propietario el futuro de la empresa (Gráfico 4.4). El 46.6% de los propietarios afirmaron que su idea de futuro era expandir su negocio, el 27.9% señaló que continuaría con su negocio en el estado actual, el 16.7% que abriría adicionalmente otro negocio, el 5.0% dejaría su negocio para iniciar otro, y tan sólo el

3.8% dejará el negocio por un trabajo de asalariado.

En las tablas 4.8 a 4.14 mostramos los resultados considerando diferentes agrupaciones. Así, podemos apreciar que los principales porcentajes de propietarios que en el futuro piensan expandir su negocio son las microempresas de 6 a 10 empleados que en el 58.4% de los casos los expandirán, las microempresas jóvenes (49%), las de servicios (51%), las ubicadas en zonas urbanas (47.8%), los propietarios hombres (48.0%), con estudios universitarios (53.9%) y las microempresas de República Dominicana (61.5%).

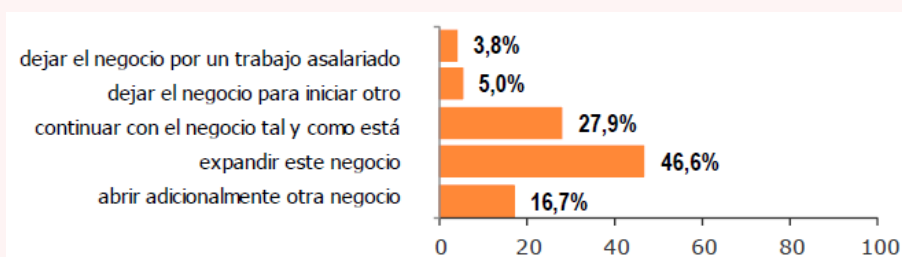


Gráfico 4.4. Cuál es la prioridad de cara al futuro de la empresa

Tabla 4.8. El futuro de la empresa
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	4.1%	1.6%	
Dejar el negocio para iniciar otro	5.2%	3.1%	
Continuar con el negocio tal y como está	28.6%	21.7%	***
Expandir este negocio	45.2%	58.4%	
Abrir adicionalmente otra negocio	16.9%	15.2%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 4.9. El futuro de la empresa
Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	4.2%	3.3%	
Dejar el negocio para iniciar otro	4.6%	5.6%	
Continuar con el negocio tal y como está	27.8%	28.0%	***
Expandir este negocio	45.1%	49.0%	
Abrir adicionalmente otra negocio	18.4%	14.0%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 4.10. El futuro de la empresa
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	3.8%	4.0%	3.7%	
Dejar el negocio para iniciar otro	4.2%	5.7%	3.8%	
Continuar con el negocio tal y como está	28.5%	30.0%	24.8%	***
Expandir este negocio	46.8%	43.2%	51.0%	
Abrir adicionalmente otra negocio	16.7%	17.0%	16.6%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 4.11. El futuro de la empresa
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	3.8%	4.0%	
Dejar el negocio para iniciar otro	4.6%	6.8%	
Continuar con el negocio tal y como está	27.6%	29.5%	***
Expandir este negocio	47.8%	40.0%	
Abrir adicionalmente otra negocio	16.2%	19.7%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 4.12. El futuro de la empresa
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	4.3%	3.9%	
Dejar el negocio para iniciar otro	5.3%	4.7%	
Continuar con el negocio tal y como está	29.5%	27.0%	***
Expandir este negocio	43.3%	48.0%	
Abrir adicionalmente otra negocio	17.5%	16.3%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 4.13. El futuro de la empresa
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	5.0%	2.3%	
Dejar el negocio para iniciar otro	5.3%	4.5%	
Continuar con el negocio tal y como está	31.9%	22.5%	***
Expandir este negocio	41.1%	53.9%	
Abrir adicionalmente otra negocio	16.6%	16.9%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 4.14. El futuro de la empresa
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	1.9%	4.4%	.5%	2.1%	2.1%	5.1%	1.3%	
Dejar el negocio para iniciar otro	1.4%	5.4%	4.0%	3.4%	5.1%	5.8%	4.3%	
Continuar con el negocio tal y como está	34.3%	49.4%	27.5%	17.9%	39.4%	28.5%	22.3%	***
Expandir este negocio	50.0%	31.6%	43.0%	57.8%	53.1%	41.8%	61.5%	
Abrir adicionalmente otra negocio	12.5%	9.2%	25.0%	18.8%	0.2%	18.8%	10.6%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

4.3. Rendimiento

Medir el rendimiento de la microempresa resulta complejo. Los propietarios de este tipo de empresas son reacios a informar de sus beneficios o pérdidas por diversas razones. Por ello utilizaremos medidas de rendimiento de tipo subjetivo a través de la opinión de los propietarios. El rendimiento lo mediremos desde una doble perspectiva, en primer lugar consideramos el grado de satisfacción que tiene el propietario con su negocio (este es un indicador global que refleja la perspectiva social y de bienestar con el negocio) y en segundo lugar, utilizamos un constructo de rendimiento de tipo económico y competitivo (mejora en la calidad del

producto o servicio; aumento de la satisfacción de los clientes; mejora de la imagen de empresa; incremento de la utilidad; incremento de las ventas y motivación de los trabajadores).

En términos generales los resultados muestran un buen comportamiento de los indicadores de rendimiento utilizados. La mayoría de las microempresas, el 52.9%, están satisfechas con su negocio y el 27.1% se encuentran muy satisfechas. Contrariamente, tan sólo el 2.6% están insatisfechas y el 2.4% muy insatisfechas. Mientras que el 15% están más o menos satisfechas. Si analizamos los indicadores de rendimiento de tipo competitivo y económico vemos que todos se sitúan por encima de 3.50 (en una escala de 1 a 5). Esto refleja que los propietarios consideran por término medio que sus negocios

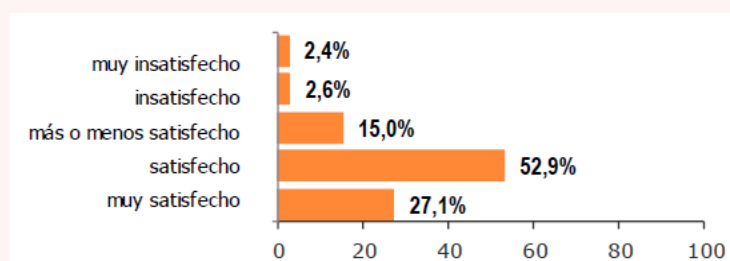


Gráfico 4.5
Nivel de satisfacción con el negocio / empresa en conjunto

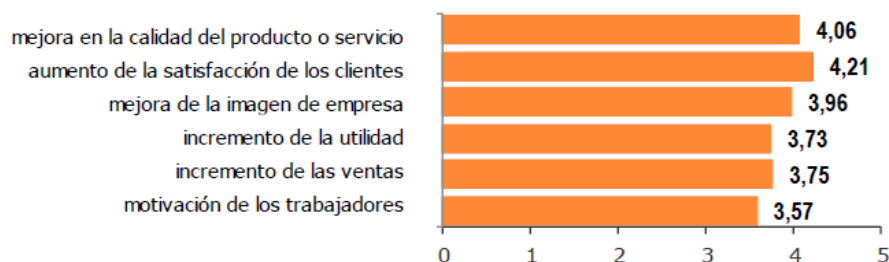


Gráfico 4.6

Cuál ha sido la evolución de los siguientes aspectos en la empresa en los dos últimos años

mantienen una evolución muy positiva. El ítem con una mayor valoración es el de “aumento de la satisfacción de los clientes” (4.21), seguido de “la mejora de la calidad del producto o servicio” (4.06). Mientras que los peores valorados fueron: “la motivación de sus trabajadores” (3.57) y “el incremento de la utilidad” (3.73).

En las tablas 4.15 a 4.22 se estudia en detalle el tipo de microempresa que obtiene un mayor rendimiento. En cuanto al grado de satisfacción, los datos muestran que los propietarios más satisfechos con sus negocios son los de mayor tamaño (32.1% muy satisfechos), más maduros (antigüedad superior a 10 años) (29.3% muy satisfechos), del sector servicios (30.0%), propietarios con estudios universitarios (27.8%) y las microempresas de Argentina (32.3%).

Si consideramos el tamaño de la empresa (Tabla 4.15) apreciamos cómo los propietarios de las microempresas de 6 a 10 empleados perciben una evolución más favorable en el rendimiento de tipo competitivo y económico que las microempresas hasta 5 empleados. Y su evolución más favorable ha sido en el “aumento de la satisfacción de los clientes” (4.31). Las microempresas maduras (más de 10 años de antigüedad) señalan que la evolución de sus indicadores: “mejora de la imagen de empresa”, “incremento de la utilidad”, “incremento de las ventas”, “motivación de los trabajadores”, es superior a las microempresas jóvenes (Tabla 4.16).

En el factor antigüedad (Tabla 4.16) apreciamos como las microempresas maduras están más satisfechas con su negocio que las jóvenes, 29.3% muy satisfechas por 23.3%, respectivamente. De igual forma las empresas maduras están mejor posicionadas en cuanto a la mejora de la imagen de su empresa, el incremento de la utilidad y de las ventas y la motivación de los trabajadores, que las microempresas más jóvenes.

Los propietarios de las microempresas del sector servicios están más satisfechos con sus negocios que los del

sector comercio e industria (Tabla 4.17). El 30% de los propietarios del sector servicios están muy satisfechos con su negocio. En este mismo sentido se pronuncian respecto a los indicadores de rendimiento competitivo y económico. Las microempresas de servicios se encuentran mejor valoradas que las del sector industria y comercio. En especial en el aumento de la satisfacción de sus clientes.

La ubicación, rural o urbana, o el sexo del propietario no son un determinante de la satisfacción del propietario con su negocio (Tabla 4.18 y 4.19), al no encontrar diferencias estadísticamente significativas. Sin embargo, los resultados si muestran algunas diferencias en el rendimiento competitivo y económico. Así, las microempresas ubicadas en zonas urbanas se encuentran mejor valoradas en la mejora en la calidad del producto o servicio, en el aumento de la satisfacción de los clientes y la mejora de la imagen de empresa. Y las microempresas cuyos propietarios son hombres están más valoradas en mejora en la calidad del producto o servicio, en el aumento de la satisfacción de los clientes, y la motivación de los trabajadores.

En cuanto al nivel de educación del propietario podemos ver cómo disponer de estudios universitarios implica por término medio un mayor nivel de rendimiento (Tabla 4.20). Tanto con el grado de satisfacción con su negocio como con los indicadores competitivos y económicos. En especial en la mejora en la calidad del producto o servicio, aumento de la satisfacción de los clientes y la mejora de la imagen de empresa. Finalmente, en la Tabla 4.21 los resultados muestran que las microempresas que se encuentran más satisfechas con sus negocios son las de Argentina y Colombia. Y las microempresas que obtienen mejor puntuación en los indicadores competitivos y económicos son las de Panamá.

**Tabla 4.15. Rendimiento
Tamaño de la microempresa**

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Satisfacción con el negocio			
Muy insatisfecho	2.3%	3.2%	
Insatisfecho	2.7%	1.9%	
Más o menos satisfecho	15.3%	12.6%	***
Satisfecho	53.2%	50.2%	
Muy satisfecho	26.4%	32.1%	
Rendimiento			
Mejora en la calidad del producto o servicio	4.04	4.24	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.20	4.31	***
Mejora de la imagen de empresa	3.94	4.19	***
Incremento de la utilidad	3.72	3.84	***
Incremento de las ventas	3.74	3.87	***
Motivación de los trabajadores	3.53	3.89	***
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson			
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)			
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.			

**Tabla 4.16. Rendimiento
Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Satisfacción con el negocio			
Muy insatisfecho	2.4%	2.5%	
Insatisfecho	2.4%	3.1%	
Más o menos satisfecho	13.3%	17.8%	***
Satisfecho	52.6%	53.4%	
Muy satisfecho	29.3%	23.3%	
Rendimiento			
Mejora en la calidad del producto o servicio	4.07	4.04	n.s.
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.22	4.19	n.s.
Mejora de la imagen de empresa	4.01	3.89	***
Incremento de la utilidad	3.78	3.64	***
Incremento de las ventas	3.78	3.70	***
Motivación de los trabajadores	3.62	3.49	***
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson			
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)			
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. n.s.: no significativa			

**Tabla 4.17. Rendimiento
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Satisfacción con el negocio				
Muy insatisfecho	2.5%	2.2%	2.5%	
Insatisfecho	2.8%	2.7%	1.8%	
Más o menos satisfecho	15.9%	15.8%	11.1%	***
Satisfecho	52.7%	53.1%	54.7%	
Muy satisfecho	26.2%	26.3%	30.0%	
Rendimiento				
Mejora en la calidad del producto o servicio	4.12	3.97	4.18	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.25	4.13	4.35	***
Mejora de la imagen de empresa	3.94	3.93	4.12	***
Incremento de la utilidad	3.71	3.74	3.81	***
Incremento de las ventas	3.75	3.77	3.74	n.s.
Motivación de los trabajadores	3.60	3.54	3.70	***
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson				
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)				
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.				

**Tabla 4.18. Rendimiento
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Satisfacción con el negocio			
Muy insatisfecho	2.5%	2.2%	
Insatisfecho	2.4%	3.8%	
Más o menos satisfecho	15.1%	14.5%	n.s.
Satisfecho	53.0%	52.2%	
Muy satisfecho	27.0%	27.3%	
Rendimiento			
Mejora en la calidad del producto o servicio	4.09	3.90	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.23	4.09	***
Mejora de la imagen de empresa	3.98	3.88	***
Incremento de la utilidad	3.73	3.74	n.s.
Incremento de las ventas	3.76	3.75	n.s.
Motivación de los trabajadores	3.58	3.52	n.s.
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson			
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)			
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.			

Tabla 4.19. Rendimiento
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
Satisfacción con el negocio			
Muy insatisfecho	2.0%	2.4%	
Insatisfecho	2.5%	2.7%	
Más o menos satisfecho	14.4%	15.9%	n.s.
Satisfecho	52.5%	53.1%	
Muy satisfecho	28.5%	25.9%	
Rendimiento			
Mejora en la calidad del producto o servicio	3.98	4.14	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.18	4.24	**
Mejora de la imagen de empresa	3.98	3.94	n.s.
Incremento de la utilidad	3.75	3.71	n.s.
Incremento de las ventas	3.75	3.75	n.s.
Motivación de los trabajadores	3.53	3.59	*
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson			
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)			
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.			

Tabla 4.20. Rendimiento
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Satisfacción con el negocio			
Muy insatisfecho	2.0%	3.0%	
Insatisfecho	2.9%	2.3%	
Más o menos satisfecho	15.4%	14.5%	**
Satisfecho	53.2%	52.5%	
Muy satisfecho	26.5%	27.8%	
Rendimiento			
Mejora en la calidad del producto o servicio	3.97	4.18	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.15	4.29	***
Mejora de la imagen de empresa	3.92	4.02	***
Incremento de la utilidad	3.68	3.80	***
Incremento de las ventas	3.68	3.85	***
Motivación de los trabajadores	3.49	3.69	***
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson			
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)			
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.			

Tabla 4.21. Rendimiento
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Satisfacción con el negocio								
Muy insatisfecho	2.8%	1.0%	3.0%	2.3%	3.6%	2.6%	0.8%	
Insatisfecho	1.9%	5.6%	3.5%	1.8%	.9%	2.7%	4.1%	
Más o menos satisfecho	7.9%	26.8%	14.5%	15.5%	12.8%	12.8%	31.1%	***
Satisfecho	58.8%	56.4%	56.5%	50.4%	50.3%	53.7%	48.4%	
Muy satisfecho	28.7%	10.2%	22.5%	30.1%	32.3%	28.1%	15.7%	
Rendimiento								
Mejora en la calidad del producto o servicio	4.57	4.14	3.90	4.26	3.97	3.97	4.12	***
Aumento de la satisfacción de los clientes	4.64	4.23	4.10	4.33	4.20	4.15	4.23	***
Mejora de la imagen de empresa	4.39	3.66	3.68	4.14	4.02	3.93	3.77	***
Incremento de la utilidad	4.35	2.80	3.64	3.97	3.50	3.75	3.48	***
Incremento de las ventas	4.40	2.73	3.80	4.03	3.73	3.73	3.58	***
Motivación de los trabajadores	4.10	2.83	3.47	3.75	3.02	3.64	3.25	***
Satisfacción: diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson								
Rendimiento: diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR (escala: 0 a 10)								
1: muy desfavorable a 5: muy favorable. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.								

5. Motivos para la creación de la microempresa

5.1. Motivos para la creación de la microempresa

A la hora de crear una empresa o negocio los propietarios tienen diferentes motivaciones para emprender. Los principales motivos por los que las microempresas de América Latina crean un negocio (ver Gráfico 5.1) es porque les gusta el negocio que han creado (valoración de 3.89 en una escala de 1 a 5), seguido de “querer ser independiente” (3.76) y “por tener experiencia previa en el negocio” (3.52).

Mientras que los motivos que los propietarios otorgaron menor puntuación fueron los de “motivos de despido” (1.74), “tradición familiar” (2.38), y “por no encontrar empleo como asalariado” (2.52).

Si analizamos el tamaño, la antigüedad y el sector de la microempresa encontramos los siguientes resultados:

Tamaño: las microempresas de mayor tamaño tienen como principal motivo para crear su empresa “querer ser



Gráfico 5.1
Motivos para crear la microempresa

independiente" (3.99) que junto a "esto es lo que me gusta" son los ítems más valorados (Tabla 5.1). Para las empresas de mayor tamaño es más importante que para las de menor tamaño: "la tradición familiar", "tener un mayor ingreso que como asalariado", "querer ser independiente", "encontraron una oportunidad de negocio". En cambio, las microempresas de menor tamaño dieron más importancia a crear su negocio por "no encontrar empleo como asalariado", "disponer de mayor flexibilidad horario/tiempo" y "me despidieron" que las de mayor tamaño.

Antigüedad: los motivos más relevantes para las microempresas maduras para crear su negocio fueron

por este orden (Tabla 5.2): (1) "Es lo que le gusta" (3.92); (2) "Querer ser independiente" (3.70) y (3) "Tener experiencia previa" (3.58). Mientras que las más jóvenes fueron: (1) "Querer ser independiente" (3.86); (2) "Es lo que le gusta" (3.84) y (3) "Encontró una oportunidad de negocio" (3.64). Para las empresas maduras fue más relevante que para las más jóvenes, los motivos para crear su empresa: "tradición familiar", "por tener un mayor ingreso que como asalariado", "no encontrar un empleo como asalariado", "es lo que le gusta", y "tener experiencia previa". De forma contraria, las más jóvenes le dieron más importancia a factores cómo: "querer ser independiente" y "encontró una oportunidad de negocio".

Tabla 5.1. Motivos para crear la microempresa
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Tradición familiar	2.36	2.52	***
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.44	3.74	***
No encontré empleo como asalariado	2.57	2.13	***
Quería ser independiente	3.73	3.99	***
Esto es lo que me gusta	3.88	3.97	-
Flexibilidad horario/tiempo	3.54	3.19	***
Para desarrollar lo que estudié	2.73	2.76	-
Me despidieron	1.75	1.58	***
Encontré una oportunidad de negocio	3.42	3.66	***
Tenía experiencia previa en esto	3.51	3.58	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.2. Motivos para crear la microempresa
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Tradición familiar	2.49	2.18	***
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.52	3.39	***
No encontré empleo como asalariado	2.58	2.44	***
Quería ser independiente	3.70	3.86	***
Esto es lo que me gusta	3.92	3.84	**
Flexibilidad horario/tiempo	3.49	3.52	-
Para desarrollar lo que estudié	2.75	2.69	-
Me despidieron	1.75	1.71	-
Encontré una oportunidad de negocio	3.33	3.64	***
Tenía experiencia previa en esto	3.58	3.41	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Sector: los principales motivos para crear una microempresa del sector Industria (Tabla 5.3), fueron: “es lo que me gusta” (4.02) y “querer ser independiente” (3.77). En el caso del sector Comercio es similar pero cambiando el orden, el principal motivo es “querer ser independiente” (3.71) y en segundo lugar “es lo que me gusta” (3.65). Mientras que el principal motivo para los propietarios de Servicios fue: “es lo que me gusta” (4.30) y “tener experiencia previa” (3.85). Si analizamos cada motivo o razón por la que crearon la empresa podemos apreciar: las microempresas industriales dan mayor importancia a: “tradición familiar”. Las microempresas de Comercio a los motivos: “no encontrar empleo como asalariado”. En cuanto a las de Servicios vemos que dieron más importancia al resto de motivos. En especial: “es lo que le gusta”, “flexibilidad del horario” y “tener experiencia previa”.

Ubicación: las microempresas independientemente de su ubicación (zona urbana o rural) mostraron que el principal motivo para crear su empresa fue “es lo que me gusta” (ver Tabla 5.4) (urbana: 3.88 v rural: 3.97). Sin embargo, en segundo lugar las microempresas ubicadas en zonas rurales tienen como segundo motivo “la flexibilidad horaria” (3.85), mientras que las ubicadas en zonas urbanas eligieron “querer ser independientes” (3.83). Las microempresas ubicadas en zonas urbanas le dieron más importancia a: “por tener un mayor ingreso que como asalariado”, “querer ser independiente”, “encontrar una oportunidad de negocio”. Por otra parte, las ubicadas en zonas rurales dieron más importancia a: “no encontrar empleo como asalariado”, “es lo que me gusta”, “flexibilidad horaria”, y “tener experiencia previa”.

Género del propietario: el principal motivo por el que la mujer crea su microempresa (Tabla 5.5): “es lo que me gusta” (3.96) frente a “querer ser independiente” (3.91) si es hombre el propietario (Tabla 5.5). La mujer da más importancia a: “no encontrar empleo como asalariado”, “es lo que le gusta”, “flexibilidad horario” y “para desarrollar lo que estudió”. Y los hombres dieron más importancia a: “tradición familiar”, “por tener un mayor ingreso que como asalariado”, “querer ser independiente” y “encontrar una oportunidad de negocio”.

Nivel de educación del propietario: cuando el propietario tiene estudios universitarios el principal motivo para crear su negocio (Tabla 5.6) es “querer ser independiente” (4.0), y si no tiene estudios universitarios es “es lo que me gusta” (3.85). Los propietarios con estudios universitarios dan una mayor importancia a: “por un mayor ingreso que como asalariado”, “querer ser independiente”, “es lo que me gusta”, “para desarrollar lo que estudió” y “encontrar una oportunidad de negocio”. Mientras que los propietarios sin formación universitaria dieron más importancia a: “tradición familiar”, “no encontrar empleo como asalariado” y “me despidieron”.

País: el principal motivo para crear una microempresa en Panamá, Bolivia, Colombia, Argentina y República Dominicana fue el de “querer ser independiente”, mientras que en Ecuador y México fue “es lo que me gusta”.

Tabla 5.3. Motivos para crear la microempresa
Sector de la microempresa

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Tradición familiar	2.47	2.36	2.32	***
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.42	3.47	3.48	-
No encontré empleo como asalariado	2.54	2.57	2.52	***
Quería ser independiente	3.77	3.71	3.84	**
Esto es lo que me gusta	4.02	3.65	4.30	***
Flexibilidad horario/tiempo	3.58	3.38	3.67	***
Para desarrollar lo que estudié	2.68	2.53	3.28	***
Me despidieron	1.68	1.71	1.89	***
Encontré una oportunidad de negocio	3.44	3.39	3.48	***
Tenía experiencia previa en esto	3.60	3.36	3.85	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 5.4 Motivos para crear la microempresa
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Tradición familiar	2.36	2.45	*
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.50	3.31	***
No encontré empleo como asalariado	2.45	2.92	***
Quería ser independiente	3.83	3.42	***
Esto es lo que me gusta	3.88	3.97	**
Flexibilidad horario/tiempo	3.43	3.85	***
Para desarrollar lo que estudié	2.71	2.81	*
Me despidieron	1.67	2.06	***
Encontré una oportunidad de negocio	3.49	3.20	***
Tenía experiencia previa en esto	3.49	3.65	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 5.5. Motivos para crear la microempresa
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
Tradición familiar	2.25	2.41	***
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.34	3.52	***
No encontré empleo como asalariado	2.69	2.43	***
Quería ser independiente	3.57	3.91	***
Esto es lo que me gusta	3.96	3.86	***
Flexibilidad horario/tiempo	3.66	3.39	***
Para desarrollar lo que estudié	2.89	2.62	***
Me despidieron	1.82	1.68	***
Encontré una oportunidad de negocio	3.25	3.53	***
Tenía experiencia previa en esto	3.53	3.54	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 5.6. Motivos para crear la microempresa
Nivel de educación del propietario de la microempresa**

	No universitario	Universitario	Sig.
Tradición familiar	2.40	2.34	*
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.37	3.60	***
No encontré empleo como asalariado	2.73	2.24	***
Quería ser independiente	3.58	4.00	***
Esto es lo que me gusta	3.85	3.95	***
Flexibilidad horario/tiempo	3.52	3.47	-
Para desarrollar lo que estudié	2.54	2.98	***
Me despidieron	1.79	1.66	***
Encontré una oportunidad de negocio	3.24	3.72	***
Tenía experiencia previa en esto	3.54	3.48	*

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.7. Motivos para crear la microempresa
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Tradición familiar	2.64	2.11	2.77	2.43	1.84	2.43	2.64	***
Por un mayor ingreso que como asalariado	3.92	2.81	3.52	4.07	2.92	3.35	3.92	***
No encontré empleo como asalariado	2.63	1.80	2.22	2.19	1.47	2.88	2.63	***
Quería ser independiente	4.61	3.82	4.20	4.19	4.04	3.48	4.61	***
Esto es lo que me gusta	4.56	4.21	4.00	3.70	3.79	3.94	4.56	***
Flexibilidad horario/tiempo	4.25	2.34	3.45	3.22	3.04	3.75	4.25	***
Para desarrollar lo que estudié	2.84	1.98	2.95	2.40	3.85	2.85	2.84	***
Me despidieron	1.47	1.15	2.09	1.47	1.16	1.98	1.47	***
Encontré una oportunidad de negocio	4.57	2.99	3.80	3.92	3.41	3.19	4.57	***
Tenía experiencia previa en esto	3.94	3.49	3.84	3.37	2.90	3.62	3.94	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

5.2. Características personales del propietario que ayudan a crear la empresa

Los rasgos o características personales del propietario son un determinante de la creación de la microempresa. Los aspectos psicológicos ayudan a percibir a la empresa como una vía para desarrollar una oportunidad de negocio o a involucrarse en una forma de vida sin dependencias externas. Analizar estos rasgos puede ayudar a comprender mejor el proceso de la creación de una microempresa y a implicar estos aspectos en los procesos formativos. En este sentido, se preguntó a los propietarios sobre una serie de características personales y cómo estas podían haber favorecido la creación de su empresa. Para ello se utilizó una escala de 1 a 5, donde 1: poco importante y 5: muy importante.

Las principales características personales que impulsaron al propietario a crear su empresa fueron (Gráfico 5.2): su visión de futuro (3.93), su capacidad de liderazgo (3.78), su competitividad (3.74) y su creatividad (3.72). Contrariamente, las habilidades menos valoradas fueron: aventura (2.95), dotes de persuasión (3.48) y audacia (3.50). Adicionalmente, los datos mostraron que la necesidad económica (con una valoración de 3.81) representó un elemento determinante para la creación de su empresa.

Tamaño: los propietarios de las microempresas de mayor tamaño tienen rasgos más acentuados con la audacia, la pasión, la creatividad, el liderazgo, la competitividad, la visión de futuro, eficacia y

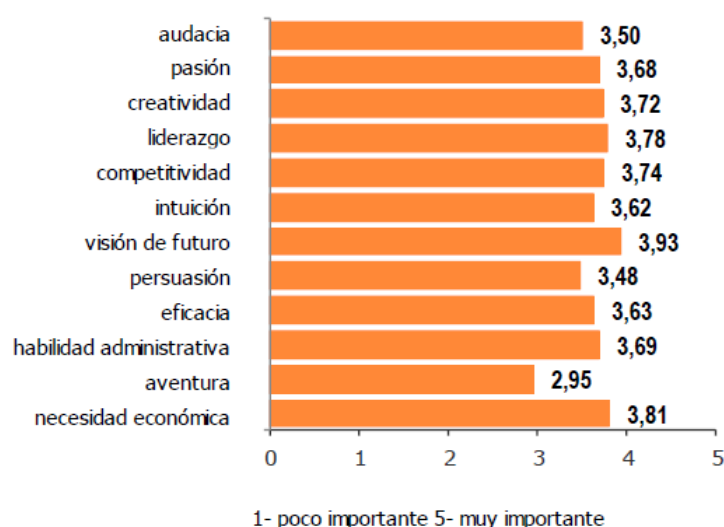


Gráfico 5.2

Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa

habilidades administrativas que las microempresas más pequeñas. Sin embargo, las de menor tamaño, se apoyan más en rasgos de aventura y crean su microempresa por necesidad económica (Tabla 5.8).

Antigüedad: los propietarios de microempresas jóvenes dan más importancia a características personales relacionadas con la audacia, la creatividad, la intuición, la visión de futuro y la eficacia que los propietarios de microempresas maduras. Así mismo, la necesidad económica es un determinante más

importante para las microempresas jóvenes. Contrariamente, las microempresas maduras valoran más sus habilidades administrativas, su persuasión y su pasión (Tabla 5.9).

Sector: los principales características personales del propietario para crear una microempresa del sector Industria fueron (Tabla 5.10): creatividad (3.94), visión de futuro (3.94) y liderazgo (3.92). En el caso del sector Comercio: visión de futuro (3.85), por necesidad económica (3.81) y competitividad (3.65). Y en el sector Servicios fueron: pasión (4.06), visión de futuro (4.06) y creatividad (3.96).

Tabla 5.8. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Audacia	3.48	3.66	***
Pasión	3.66	3.84	***
Creatividad	3.71	3.82	**
Liderazgo	3.76	3.99	***
Competitividad	3.72	3.92	***
Intuición	3.62	3.60	-
Visión de futuro	3.91	4.07	***
Persuasión	3.48	3.46	-
Eficacia	3.62	3.77	***
Habilidad Administrativa	3.66	3.96	***
Aventura	2.98	2.76	***
Necesidad económica	3.83	3.61	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.9. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Audacia	3.46	3.57	***
Pasión	3.71	3.64	**
Creatividad	3.71	3.76	*
Liderazgo	3.80	3.76	-
Competitividad	3.76	3.72	-
Intuición	3.59	3.67	**
Visión de futuro	3.91	3.97	**
Persuasión	3.50	3.44	*
Eficacia	3.61	3.67	**
Habilidad Administrativa	3.72	3.64	**
Aventura	2.97	2.93	-
Necesidad económica	3.73	3.94	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.10. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Sector de la microempresa

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Audacia	3.55	3.35	3.77	***
Pasión	3.81	3.44	4.06	***
Creatividad	3.94	3.51	3.96	***
Liderazgo	3.92	3.63	3.94	***
Competitividad	3.82	3.65	3.89	***
Intuición	3.68	3.56	3.75	***
Visión de futuro	3.94	3.85	4.06	***
Persuasión	3.58	3.36	3.68	***
Eficacia	3.72	3.49	3.84	***
Habilidad Administrativa	3.72	3.63	3.86	***
Aventura	3.10	2.83	3.12	***
Necesidad económica	3.82	3.81	3.77	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Ubicación: los propietarios de microempresas ubicadas en zonas rurales mostraron rasgos más acentuados de competitividad (3.86), intuición (3.81), persuasión (3.74), habilidades administrativas (3.77) y nivel de aventura (3.26), que los propietarios de microempresas ubicadas en zonas urbanas (Tabla 5.11).

Género del propietario: las microempresas cuyo propietario es mujer tienen rasgos personales más acentuados en (Tabla 5.12): pasión (3.75), creatividad (3.79), intuición (3.68), persuasión (3.59), en habilidades

administrativas (3.72) y nivel de aventura (3.09) que las microempresas con propietarios hombres. Sin embargo, las microempresas cuyos propietarios son hombres dieron más importancia a su visión de futuro (3.93) como rasgo que les ayudó a crear su microempresa que las propietarias mujeres. Y a la necesidad económica con una valoración de 3.85 frente a 3.77 de las mujeres.

Nivel de educación del propietario: los propietarios con estudios universitarios dieron más

Tabla 5.11. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Ubicación de la microempresa

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Audacia	3.50	3.49	-
Pasión	3.68	3.71	-
Creatividad	3.72	3.74	-
Liderazgo	3.77	3.82	-
Competitividad	3.72	3.86	***
Intuición	3.59	3.81	***
Visión de futuro	3.94	3.88	-
Persuasión	3.43	3.74	***
Eficacia	3.63	3.64	-
Habilidad Administrativa	3.68	3.77	**
Aventura	2.90	3.26	***
Necesidad económica	3.81	3.78	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

importancia a la hora de crear su empresa a rasgos como (Tabla 5.13): audacia, pasión, creatividad, liderazgo, competitividad, visión de futuro, eficacia, y habilidades administrativas que las microempresas con propietarios sin estudios universitarios. También resulta significativo que los propietarios sin estudios universitarios (3.84) actúan en mayor medida por necesidad económica a la hora de crear su empresa que los propietarios con estudios universitarios (3.76).

País: en Panamá las dos características principales a la hora de crear su negocio fueron: visión de futuro y creatividad; en Ecuador la creatividad y la visión de futuro; en Bolivia la visión de futuro y las habilidades administrativas; en Colombia la visión de futuro y el liderazgo; en Argentina la visión de futuro y la pasión; en México la visión de futuro y la competitividad y en República Dominicana la visión de futuro y la creatividad. Crear la microempresa por necesidad económica fue más relevante en Panamá, Argentina y República Dominicana (Tabla 5.14).

Tabla 5.12. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
Audacia	3.49	3.52	-
Pasión	3.75	3.64	***
Creatividad	3.79	3.68	***
Liderazgo	3.80	3.76	-
Competitividad	3.74	3.74	-
Intuición	3.68	3.57	***
Visión de futuro	3.88	3.93	*
Persuasión	3.59	3.39	***
Eficacia	3.65	3.61	-
Habilidad Administrativa	3.72	3.64	**
Aventura	3.09	2.86	***
Necesidad económica	3.77	3.85	**

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.13. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Audacia	3.42	3.61	***
Pasión	3.60	3.79	***
Creatividad	3.65	3.82	***
Liderazgo	3.70	3.90	***
Competitividad	3.67	3.83	***
Intuición	3.62	3.63	-
Visión de futuro	3.82	4.08	***
Persuasión	3.48	3.48	-
Eficacia	3.53	3.77	***
Habilidad Administrativa	3.60	3.82	***
Aventura	2.97	2.92	-
Necesidad económica	3.84	3.76	**

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 5.14. Características personales del propietario que le ayudaron a crear su empresa
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Audacia	4.19	3.72	3.59	3.39	3.11	3.50	3.80	***
Pasión	4.26	3.96	3.71	3.66	3.18	3.68	3.78	***
Creatividad	4.40	4.22	3.51	3.66	2.93	3.73	4.02	***
Liderazgo	4.33	4.00	3.62	3.81	2.76	3.83	3.88	***
Competitividad	4.16	3.81	3.84	3.62	2.58	3.87	3.83	***
Intuición	3.99	3.83	3.56	3.33	3.09	3.75	3.66	***
Visión de futuro	4.51	4.03	4.02	4.07	3.28	3.89	4.09	***
Persuasión	3.73	3.55	3.32	3.19	2.41	3.71	3.12	***
Eficacia	4.33	3.71	3.81	3.56	3.09	3.65	3.77	***
Habilidad Administrativa	4.09	3.80	3.86	3.76	2.84	3.69	3.91	***
Aventura	3.35	2.40	2.91	2.61	2.21	3.26	2.18	***
Necesidad económica	4.24	3.93	3.79	3.81	4.05	3.72	4.17	***

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

6. Financiación de la microempresa e ingresos de la familia

6.1. Financiación de la microempresa

La financiación de la microempresa tiene unas características diferenciadoras de las empresas de mayor tamaño como las grandes o medianas empresas, y representa un aspecto muy relevante a analizar. En este apartado estudiamos las fuentes de financiación más utilizadas por las microempresas, desde una doble perspectiva. En primer lugar analizamos la financiación al inicio de su actividad para posteriormente estudiar las fuentes que utiliza en la actualidad.

Los empresarios revelaron que iniciar sus negocios con ahorros propios o de familiares tiene un mayor grado de

importancia (3.96) que otras fuentes de recursos, dado que no implica los compromisos financieros desde el inicio de la empresa (Gráfico 6.1). La segunda fuente en importancia para iniciar la actividad empresarial son los préstamos que familiares y amigos (2.95) puedan ofrecerle, pues regularmente están concedidos en condiciones más flexibles. En menor grado se encuentran las fuentes de dinero que deben ser pagadas en términos de plazo y monto fijos, tales como bancos y financieras (2.31), prestamistas (2.19) y ONGs y cooperativas (1.79). Menor importancia

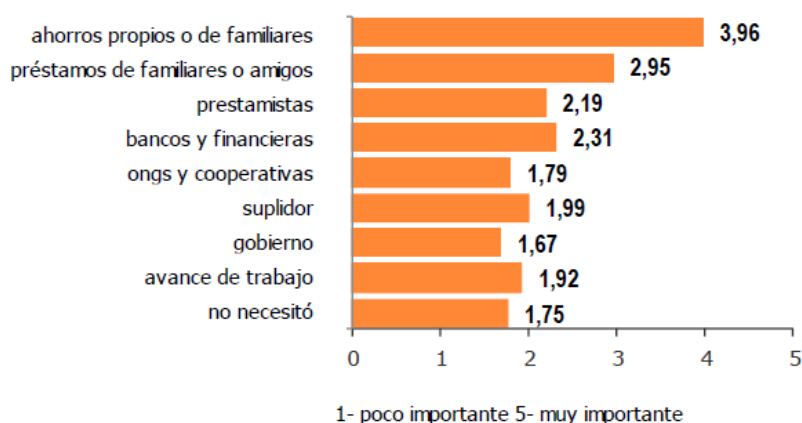


Gráfico 6.1

Grado de importancia de las siguientes fuentes de dinero para iniciar su empresa

tuvieron al inicio de la actividad los recursos que obtuvieron de sus suplidores (1.99), del gobierno (1.67) o de avances a trabajos (1.92).

Al desagregar las diferentes fuentes de financiación de las microempresas al inicio de sus operaciones según tamaño, antigüedad, sector económico y ubicación de los negocios se revelan los siguientes hallazgos:

Tamaño: al inicio de su actividad empresarial lo más importante para los propietarios de negocios con 5 trabajadores o menos fueron los préstamos otorgados por familiares y amigos (3.00), por bancos y financieras (2.26) y por prestamistas (2.22) en tanto que para las microempresas de mayor tamaño (de 6 a 10 trabajadores) fueron los préstamos de bancos y financieras (2.67), de familiares y amigos (2.54) y de suplidores (2.16) como se observa en la Tabla 6.1.

Antigüedad: los ahorros propios o de familiares como fuente de financiación de la empresa al inicio de la actividad tuvieron un alto grado de importancia para los negocios maduros (3.92), así como los préstamos de familiares o amigos (3.01) y de bancos y financieras (2.29) (Tabla 6.2). Para los negocios más jóvenes contar con recursos flexibles procedentes de ahorros propios o de familiares (4.05) o de préstamos que le concedan sus familiares y amigos (2.87) tiene una importancia mayor que los recursos provistos por otras fuentes de financiamiento como serían avances de trabajo (2.05), ONGs y cooperativas (1.88) o el gobierno (1.77).

Sector: para las microempresas de servicios fueron más relevantes los recursos obtenidos a través de bancos y financieras, prestamistas y del gobierno que las de comercio o industria (Tabla 6.3). Y los recursos de suplidores al inicio de la actividad fueron más importantes para las microempresas de industria.

Tabla 6.1. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.97	3.90	-
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	3.00	2.54	***
Prestamistas (al inicio)	2.22	1.92	***
Bancos y Financieras (al inicio)	2.26	2.67	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.81	1.57	***
Suplidor (al inicio)	1.97	2.16	***
Gobierno (al inicio)	1.70	1.49	***
Avance de trabajo (al inicio)	1.94	1.72	***
No necesitó (al inicio)	1.77	1.65	**

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.2. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.92	4.05	***
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	3.01	2.87	***
Prestamistas (al inicio)	2.14	2.26	***
Bancos y Financieras (al inicio)	2.29	2.34	-
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.74	1.88	***
Suplidor (al inicio)	1.99	1.99	-
Gobierno (al inicio)	1.62	1.77	***
Avance de trabajo (al inicio)	1.83	2.05	***
No necesitó (al inicio)	1.71	1.83	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.3. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Sector de la microempresa

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.98	3.93	3.97	-
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	2.96	2.94	3.00	-
Prestamistas (al inicio)	2.15	2.15	2.29	**
Bancos y Financieras (al inicio)	2.21	2.28	2.45	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.75	1.77	1.83	*
Suplidor (al inicio)	1.95	2.04	1.89	***
Gobierno (al inicio)	1.63	1.65	1.74	***
Avance de trabajo (al inicio)	1.98	1.82	1.96	***
No necesitó (al inicio)	1.68	1.79	1.70	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Ubicación: Las empresas localizadas en las zonas rurales consideraron que los préstamos fuentes informales (familiares y amigos y prestamistas) tienen un mayor grado de importancia (3.56 y 2.66) que otras fuentes de financiación (Tabla 6.4). También los créditos de bancos y financieras (2.44) y de avances de trabajo (2.33) representaron fuentes de recursos importantes para estos negocios. Las microempresas ubicadas en zonas urbanas plantearon que la financiación de familiares y amigos (2.84) fue clave para iniciar sus negocios, siendo también relevantes los recursos de bancos y financieras (2.28) y de prestamistas (2.10).

En adición a estos aspectos vinculados a la empresa, también indagamos el grado de importancia que los dueños de negocios conceden a las diversas fuentes de financiación al iniciar sus actividades según el género y el nivel educativo de los mismos.

Género: los negocios de propiedad masculina indicaron que los recursos provenientes de ahorros propios y de familiares (4.00) fueron determinantes para iniciar su funcionamiento, así como los préstamos de familiares o amigos (2.88), como se reporta en la Tabla 6.5. Por su parte, las mujeres dueñas de microempresas adujeron que los recursos ahorrados por ellas mismas o por sus familiares (3.94) o cedidos en calidad de préstamos por sus familiares o amigos (3.09) fueron importantes para iniciar sus negocios. El crédito bancario otorgado por bancos y financieras a los propietarios de microempresas tuvo mayor importancia para los hombres (2.32) que para las mujeres (2.23) como fuente de recursos para poner en marcha sus iniciativas empresariales.

Tabla 6.4. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Ubicación de la microempresa

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.96	3.96	-
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	2.84	3.56	***
Prestamistas (al inicio)	2.10	2.66	***
Bancos y Financieras (al inicio)	2.28	2.44	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.69	2.29	***
Suplidor (al inicio)	1.95	2.22	***
Gobierno (al inicio)	1.58	2.14	***
Avance de trabajo (al inicio)	1.84	2.33	***
No necesitó (al inicio)	1.67	2.18	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.5. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.94	4.00	***
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	3.09	2.88	***
Prestamistas (al inicio)	2.23	2.13	***
Bancos y Financieras (al inicio)	2.18	2.32	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.84	1.71	-
Suplidor (al inicio)	1.95	1.96	-
Gobierno (al inicio)	1.68	1.61	**
Avance de trabajo (al inicio)	1.83	1.92	***
No necesitó (al inicio)	1.72	1.72	-

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.6. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	3.92	4.02	*
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	3.06	2.81	***
Prestamistas (al inicio)	2.23	2.12	***
Bancos y Financieras (al inicio)	2.20	2.45	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.79	1.78	-
Suplidor (al inicio)	1.92	2.09	***
Gobierno (al inicio)	1.63	1.73	***
Avance de trabajo (al inicio)	1.83	2.03	***
No necesitó (al inicio)	1.69	1.84	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Nivel educativo: los dueños de negocios que no tienen estudios universitarios (Tabla 6.6) conceden mayor importancia a las fuentes informales de financiación al inicio de la actividad productiva que los propietarios universitarios. Los dueños sin estudios universitarios declararon más importante la inyección de dinero a través de préstamos de familiares o amigos (3.06) y de prestamistas (2.23) que los propietarios con estudios superiores quienes adujeron estas razones con una importancia de 2.81 y de 2.12, respectivamente. En cambio, los empresarios universitarios le concedieron mayor importancia al crédito bancario (2.45) que los empresarios que no habían asistido a la universidad (2.20), lo que pudiera sugerir mayores facilidades para acceder a financiamiento por parte de propietarios con mayor nivel educativo.

País: Las informaciones recopiladas en los diversos países que participan en el estudio revelan que las dos fuentes más importantes para iniciar la actividad microempresarial fueron los préstamos de familiares o amigos en el caso de México (3.56), de Panamá (2.35) y de Argentina (2.06); en tanto que para Bolivia (2.72), Colombia (2.43), Ecuador (2.33) y República Dominicana (1.84) fueron los recursos a través de préstamos de bancos y financieras. Es preciso destacar que los empresarios de todos los países concedieron mayor grado de importancia a los ahorros propios o de familiares para iniciar el negocio, aunque esta razón tiene un menor nivel de significancia (al 95%), como se observa en la Tabla 6.7.

Además de la importancia concedida a la financiación para iniciar las microempresas también recopilamos información sobre la relevancia que tienen las diversas fuentes de recursos en el momento de la encuesta para los

Tabla 6.7. Financiación de la microempresa (al inicio de la actividad)
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Ahorros propios o de familiares (al inicio)	4.17	3.92	3.84	3.93	4.10	3.96	4.00	**
Préstamos de familiares o amigos (al inicio)	2.35	1.53	2.38	2.39	2.06	3.56	1.61	***
Prestamistas (al inicio)	1.60	1.19	1.74	1.72	1.20	2.67	1.46	***
Bancos y Financieras (al inicio)	1.86	2.33	2.72	2.43	1.57	2.38	1.84	***
ONGs y cooperativas (al inicio)	1.26	1.63	1.61	1.40	1.09	2.11	1.10	***
Suplidor (al inicio)	2.00	1.98	1.39	2.29	1.87	1.96	1.63	***
Gobierno (al inicio)	1.28	1.01	1.28	1.39	1.11	1.99	1.04	***
Avance de trabajo (al inicio)	2.10	1.49	1.93	1.60	1.27	2.19	1.21	***
No necesitó (al inicio)	1.80	1.04	1.29	1.77	1.38	1.94	1.03	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

propietarios. Los resultados mostrados en el Gráfico 6.2 indican que los recursos obtenidos en condiciones flexibles, tales como ahorros propios o de familiares (2.96) y préstamos de familiares o amigos (2.26), continúan siendo de mayor importancia para los empresarios que otras fuentes de financiamiento como son préstamos de bancos y financieras (2.15) y avances de trabajo (2.00). Menor importancia le concedieron los empresarios al fondeo de los suplidores (1.98), de prestamistas (1.84), de ONGs y cooperativas (1.76) o a los recursos aportados por los gobiernos (1.68).

A continuación se expondrán los datos recogidos en las entrevistas a propietarios de microempresas en relación con la importancia que consideran tienen las diversas fuentes de financiamiento en la actualidad para sus respectivos negocios, según el tamaño, la antigüedad, sector, ubicación, género y nivel educativo del propietario, y los diferentes países incorporados en la presente investigación.

Tamaño: las microempresas de hasta cinco trabajadores consideraron que los préstamos de familiares o amigos (2.30), de bancos y financieras (2.10) y avances de trabajos contratados (2.02) son las fuentes de financiación más importantes en la actualidad para sus negocios, en tanto que las facilidades otorgadas por los suplidores (1.94), los recursos de los prestamistas (1.87), de las ONGs y cooperativas (1.80) y del gobierno (1.71) tienen menor relevancia. Para las microempresas más grandes, que tienen entre 6 y 10 trabajadores, el financiamiento obtenido a través de bancos y financieras (2.61) es el más importante, seguido en segundo lugar por las facilidades de los suplidores (2.25). Las demás fuentes de financiación tienen menor importancia relativa según las declaraciones de los propietarios contenidas en la Tabla 6.8.

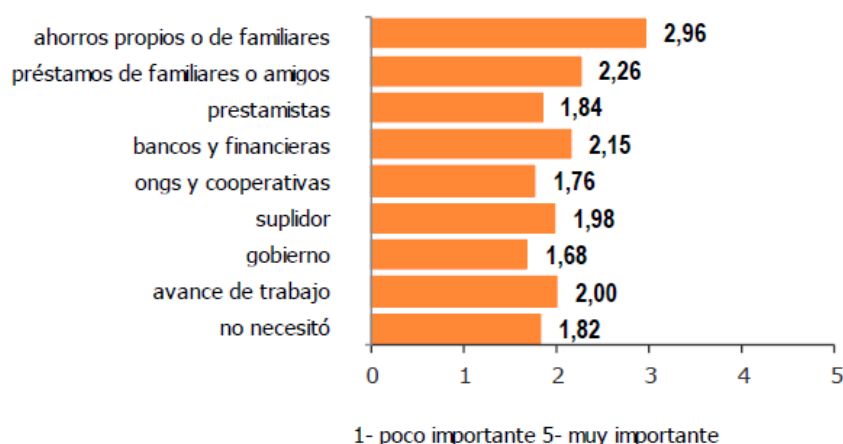


Gráfico 6.2
Grado de importancia de las siguientes fuentes de dinero en la actualidad

Antigüedad: las empresas más jóvenes en el mercado señalaron que los ahorros propios o de familiares (3.08) representan su fuente de financiación más importante. En una etapa inicial muchas empresas no han logrado aún las condiciones óptimas para poder contraer compromisos financieros formales con entidades financieras o éstas no ofrecen financiamiento a las que están muy nuevas y no tienen suficientes garantías para avalar los créditos. Por esto, la segunda fuente de recursos en importancia para los dueños de negocios es el dinero que les otorguen como avance a trabajos (2.16), como se evidencia en la Tabla 6.9. También los créditos de familiares o amigos (2.16) fueron considerados como importantes para las empresas jóvenes. Por su parte, las empresas con más tiempo de operación en el mercado indicaron que los ahorros propios y de familiares (2.89), así como los préstamos de familiares o amigos (2.34) constituyen sus principales fuentes de financiamiento en la actualidad.

Sector: todas las microempresas señalaron que los ahorros propios o de familiares son la principal fuente de recursos en la actualidad, ya sea que se dedicaran a la industria (2.98), al comercio (2.92) o a ofrecer servicios (2.88), según se observa en la Tabla 6.10. La mayor ponderación de esta fuente en relación con las demás fuentes planteadas está vinculada a que constituye una inyección de recursos para la empresa al menor costo, pues los familiares regularmente facilitan ese dinero como una donación al propietario o este invierte sus ahorros en su propia empresa. Otras

fuentes valoradas por los dueños de empresas manufactureras fueron los avances a trabajos (2.06) y los préstamos de bancos y financieras (2.02), en tanto que para las empresas comerciales los créditos de entidades financieras (2.13) y de suplidores (2.05) revisten también importancia en sus condiciones actuales. Los propietarios de negocios dedicados a ofrecer servicios indicaron que los créditos bancarios y los pagos adelantados por trabajos futuros son importantes como fuente de financiación para sus empresas.

Ubicación: en la Tabla 6.11 se puede notar que todas las fuentes de financiamiento tienen un alto nivel de significancia en cuanto a la localización de las microempresas. Para las que están ubicadas en zonas urbanas las fuentes de financiación más importantes son los ahorros propios o de familiares (2.98), los créditos otorgados por bancos y financieras (2.12) y de familiares o amigos (2,10). siendo de menor importancia los recursos otorgados por el gobierno (1,59). En cambio, para los que están ubicados en zonas rurales conseguir recursos en calidad de préstamo de sus familiares o amigos (3.03) reviste una mayor importancia, seguido del dinero ahorrado por el mismo propietario o por sus familiares (2.84). Otras fuentes importantes para las microempresas rurales son los avances a trabajos (2.42), el crédito de prestamistas (2.35), de bancos y financieras (2.32) y de ONGs y cooperativas (2.29).

Género: los dueños de negocios identificaron las mismas fuentes de financiamiento como importantes para sus negocios, aunque en diferentes grados de importancia, según fueran propiedad de hombres o de mujeres. Los hombres consideraron que los ahorros propios o de familiares son la fuente más

Tabla 6.8. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.95	3.04	-
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.30	1.86	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.87	1.57	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.10	2.61	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.80	1.48	***
Suplidor (en la actualidad)	1.94	2.25	***
Gobierno (en la actualidad)	1.71	1.45	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	2.02	1.82	***
No necesitó (en la actualidad)	1.84	1.62	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

importante de sus negocios con un nivel de 3.03, en tanto que para las mujeres este canal de recursos representa un 2.79 en la escala de importancia. En segundo lugar, los negocios de propiedad masculina identificaron tanto los préstamos de familiares y amigos (2.12) como los créditos de entidades financieras (2.12), mientras que las mujeres plantearon que los préstamos de familiares o amigos (2.42) son su siguiente opción para financiarse. Para los hombres, el dinero obtenido por pagos adelantados (2.03) representa su fuente de financiamiento en tercer lugar, en tanto que para las mujeres obtener crédito bancarios o de financieras (2.06) es la alternativa que consideran importante en ese lugar (Tabla 6.12).

Educación: la Tabla 6.13 reporta el grado de importancia

que le conceden los propietarios a las diversas fuentes de financiamiento en el momento de la encuesta, según el nivel educativo de los mismos. Se puede observar que para los propietarios sin estudios universitarios las principales fuentes de financiación son los ahorros propios o de familiares (2.85), los préstamos de familiares o amigos (2.43) y los créditos de bancos y financieras (2.06). Los dueños de negocios que han cursado estudios universitarios indicaron también que los ahorros propios o de familiares son la principal fuente de recursos en la actualidad, seguido por los créditos de entidades financieras (2.27) y los pagos adelantados de trabajos (2.11).

Tabla 6.9. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.89	3.08	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.34	2.11	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.80	1.90	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.15	2.16	-
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.73	1.83	***
Suplidor (en la actualidad)	2.01	1.92	***
Gobierno (en la actualidad)	1.61	1.80	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	1.91	2.16	***
No necesitó (en la actualidad)	1.77	1.91	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.10. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Sector de la microempresa

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.98	2.92	2.88	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.25	2.30	2.24	-
Prestamistas (en la actualidad)	1.78	1.85	1.85	*
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.02	2.13	2.27	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.70	1.77	1.80	***
Suplidor (en la actualidad)	1.91	2.05	1.86	***
Gobierno (en la actualidad)	1.63	1.67	1.66	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	2.06	1.88	2.06	***
No necesitó (en la actualidad)	1.72	1.86	1.79	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.11. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Ubicación de la microempresa

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.98	2.84	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.10	3.03	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.74	2.35	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.12	2.32	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.66	2.29	***
Suplidor (en la actualidad)	1.94	2.19	***
Gobierno (en la actualidad)	1.59	2.14	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	1.92	2.42	***
No necesitó (en la actualidad)	1.74	2.22	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.12. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.79	3.03	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.42	2.12	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.86	1.78	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.04	2.12	**
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.82	1.66	***
Suplidor (en la actualidad)	1.93	1.94	-
Gobierno (en la actualidad)	1.66	1.62	-
Avance de trabajo (en la actualidad)	1.87	2.03	***
No necesitó (en la actualidad)	1.77	1.78	-

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.13. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.85	3.10	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.43	2.03	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.90	1.76	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.06	2.27	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.79	1.73	*
Suplidor (en la actualidad)	1.91	2.07	***
Gobierno (en la actualidad)	1.64	1.74	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	1.92	2.11	***
No necesitó (en la actualidad)	1.76	1.90	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

País: los propietarios de microempresas en los países objeto de este estudio reportaron que su fuente de financiamiento más importante en la actualidad son los ahorros propios o de familiares con un nivel de significancia del 95%, teniendo esta fuente una importancia de 3.74 para Panamá, de 3.62 para Ecuador y República Dominicana, de 3.49 para Bolivia, de 3.39 para Colombia y de 2.61 para México. Los panameños dueños de micronegocios reportaron que, además, los recursos de pagos adelantados a trabajos futuros (2.27) y de suplidores (2.13) constituyen una fuente importante de

financiación, en tanto que los mexicanos priorizaron los recursos obtenidos a través de préstamos de familiares o amigos (2.58) y de avances a trabajos (2.20). Los dueños de microempresas en Ecuador (2.15), Bolivia (2.48), Colombia (2.33) y República Dominicana (2.20) reportaron que el financiamiento de los bancos y financieras constituye una inyección de recursos importante para sus negocios, lo que apunta a la existencia de más programas especializados para este segmento empresarial.

Tabla 6.14. Financiación de la microempresa (en la actualidad)
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	3.74	3.62	3.49	3.39	n.d.	2.61	3.62	**
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	1.97	1.16	2.09	1.96	n.d.	2.58	1.28	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.51	1.06	1.68	1.58	n.d.	2.07	1.41	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	1.94	2.15	2.48	2.33	n.d.	2.07	2.20	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.30	1.40	1.46	1.42	n.d.	2.02	1.16	***
Suplidor (en la actualidad)	2.13	2.10	1.43	2.42	n.d.	1.82	2.03	***
Gobierno (en la actualidad)	1.38	1.02	1.30	1.42	n.d.	1.93	1.03	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	2.27	1.58	2.10	1.70	n.d.	2.20	1.28	***
No necesitó (en la actualidad)	1.77	1.18	1.45	1.79	n.d.	1.99	1.01	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.d.: no disponible

6.2. Ingresos de la familia

Además del ingreso de la microempresa, en el hogar de los propietarios entran otro tipo de recursos que pueden ser tanto en dinero como en especie, y que complementan los ingresos totales del hogar del propietario. Los sueldos que devengan miembros del hogar (2.51) constituyen la principal fuente de recursos adicionales en importancia para los propietarios de microempresas, en tanto que los aportes que realizan familiares o amigos (2.14) residentes en el mismo país donde funciona el negocio representan la segunda fuente en importancia, seguido de los ingresos de otros negocios (2.05) que funcionen en el mismo lugar o en otro lugar que la empresa principal. Las demás fuentes consultadas fueron calificadas con un menor grado de importancia, tales como las remesas o regalos de familia o amigos que viven en el exterior (1.95), los ingresos de alquileres por propiedades del hogar (1.93), de la agricultura (1.92), de los subsidios y ayudas gubernamentales (1.80) o de pensiones (1.75). Los reducidos niveles de importancia de todas las fuentes

consultadas revelan que los recursos obtenidos por la microempresa entrevistada son el principal sostén del hogar del propietario.

La desagregación de las diferentes fuentes de ingresos de los propietarios de microempresas permitirá entender el grado de importancia que tienen las mismas para complementar el presupuesto familiar de los hogares de propietarios de microempresas, como se planteará a continuación en relación con el tamaño, antigüedad, sector y ubicación de la empresa. También se analizará este aspecto según el género y el nivel educativo del propietario, así como de los diferentes países analizados.

Tamaño: los aportes de familiares y amigos (2.15) representan la fuente más importante de ingresos adicionales para los hogares con microempresas que tienen una fuerza laboral de hasta 5 trabajadores, seguidos por las remesas recibidas desde el extranjero (1.98) y por los ingresos de la agricultura (1.96),

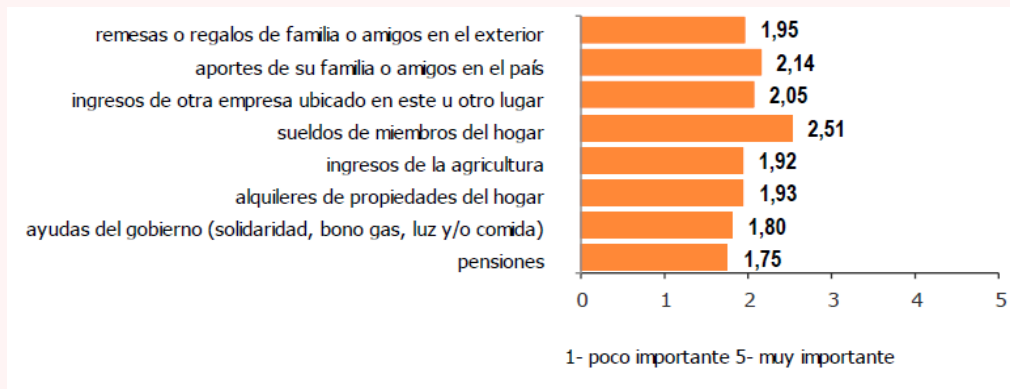


Gráfico 6.3

Además del ingreso de la empresa, grado de importancia que representa para el hogar del propietario los siguientes ingresos: (pueden ser tanto en dinero como en especie)

ya fueran en dinero o en especies, en tanto que la fuente menos importante fueron las pensiones de los miembros del hogar (1.76). Aquellos empresarios con negocios que tienen desde 6 hasta 10 trabajadores adjudicaron que los aportes de familiares (2.03) y los recursos por alquileres (2.03) constituyen una fuente importante para complementar el presupuesto familiar, además de las remesas (1.71) y la agricultura (1.67), mientras que las ayudas gubernamentales tienen poca importancia relativa (1.55) en los ingresos totales del hogar de empresas con esa empleomanía.

Antigüedad: las diferentes fuentes de recursos que contribuyen al presupuesto familiar de los hogares de dueños de microempresas tienen distintos grados de importancia según la antigüedad de los negocios. Los que tienen empresas más maduras señalan que los sueldos de miembros del hogar (2.38), los aportes de familiares o amigos (2.09) y los ingresos de otros negocios (2.01) representan sus fuentes complementarias de dinero más importantes. Estas mismas fuentes son reportadas con distintos niveles de relevancia en las empresas más jóvenes (2.73, 2.22 y 2.14, respectivamente), como se puede observar en la Tabla 6.15.

Sector: al margen de la actividad a la que se dediquen las microempresas, los sueldos de miembros del hogar representan la fuente más importante en cuanto a ingresos adicionales de los hogares de los propietarios, tanto en las empresas manufactureras (2.37), comerciales (2.53) o de servicios (2.55). La Tabla 6.17 revela que las otras fuentes de ingresos del hogar que contribuyen al presupuesto familiar en las microempresas industriales son los aportes de familiares y amigos (2.08) y los ingresos de otros

negocios (1.97). En el caso de los micronegocios comerciales, estas fuentes tienen una importancia relativa de 2.15 y 2.08, respectivamente, mientras que para las microempresas de servicios registran un 2.09 y 2.02 en cuanto a la escala de importancia, con un nivel de significancia del 99%.

Ubicación: En la Tabla 6.18 se observa que todas las fuentes de ingresos adicionales en los hogares de los propietarios son significativas a un nivel del 99%, aunque tengan diversos grados de importancia relativa. En el caso de las microempresas que se desenvuelven en los entornos urbanos se reportaron los sueldos de miembros del hogar (2.48), los aportes de familiares y amigos (2.07) y los ingresos de otros negocios (1.98) con los mayores grados de importancia. En cuanto a las microempresas ubicadas en zonas rurales se registraron mayores niveles de importancia relativa, siendo la agricultura (2.70), los sueldos de miembros del hogar (2.69) y los aportes de familiares y amigos (2.49) los ingresos que complementan el presupuesto de la familia del dueño de una microempresa. Tanto para las microempresas localizadas en zonas urbanas como rurales, los ingresos de pensiones son los que tienen menor importancia relativa.

Género: en los hogares de mujeres propietarias de microempresas se complementan los ingresos del hogar con recursos generados por sueldos de miembros del hogar (2.53), de aportes de familiares y amigos (2.16) y de la agricultura (2.01) según las informaciones recopiladas en la Tabla 6.19. Los hombres propietarios de negocios también indicaron que los sueldos de miembros del hogar (2.42), los aportes de familiares y amigos (2.08) y los recursos de alquileres de propiedades son las principales fuentes de ingresos adicionales del hogar. En ambos tipos de microempresas, sus dueños señalaron que los ingresos de pensiones son los que tienen menor importancia relativa para el presupuesto de la familia.

Educación: en las microempresas cuyos propietarios tienen educación universitaria es más importante la entrada de otros ingresos complementarios a los del propio negocio en cuanto a, las remesas del exterior, los aportes de su familia, sueldos de miembros del hogar, alquileres de propiedades del hogar y pensiones. De forma contraria los ingresos complementarios provenientes de la agricultura tienen mayor importancia para las microempresas cuyos propietarios no tienen formación universitaria.

País: al comparar las informaciones relativas a los ingresos adicionales en los hogares de los propietarios de microempresas se observa en la Tabla 6.21 el alto nivel de significancia (99%) de las diversas fuentes de recursos de los hogares. Los sueldos de miembros del hogar constituyen la fuente de mayor importancia en todos los países, especialmente en República Dominicana (3.17) y en Panamá (3.01), aunque también en Argentina (2.64), México (2.54), Colombia (2.45) y Bolivia (2.21) tiene el mayor grado de

importancia en comparación con otras fuentes. Los microempresarios panameños señalaron que completan sus ingresos con aportes de familiares o amigos residentes en Panamá (2.82) o remesas enviadas por residentes en el extranjero (2.46). Tanto en México como en República Dominicana, los ingresos generados por otras empresas fueron reportadas como importantes para los propietarios de micronegocios, lo que apunta a que existe más de una iniciativa empresarial en esos hogares y pudiera sugerir en esos países, mercados menos atendidos por las empresas formales o mayores niveles de proliferación de las microempresas. Llama la atención que en Ecuador todas las fuentes de ingresos adicionales tienen una reducida importancia, lo que apunta a la poca diversificación de fuentes de recursos para los hogares y a que las microempresas constituyen la principal fuente de sostenimiento de los hogares de los propietarios.

**Tabla 6.15. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
 Tamaño de la microempresa**

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.98	1.71	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.15	2.03	**
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.06	1.97	*
Sueldos de miembros del hogar	2.52	2.42	*
Ingresos de la agricultura	1.96	1.67	***
Alquileres de propiedades del hogar	1.92	2.03	**
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.83	1.55	***
Pensiones	1.76	1.65	**

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
 Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 6.16. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
 Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.88	2.06	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.09	2.22	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.01	2.14	***
Sueldos de miembros del hogar	2.38	2.73	***
Ingresos de la agricultura	1.95	1.88	**
Alquileres de propiedades del hogar	1.93	1.93	-
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.73	1.93	***
Pensiones	1.73	1.77	-

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
 Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 6.17. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.91	1.94	1.97	*
Aportes de su familia o amigos en el país	2.08	2.15	2.09	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	1.97	2.08	2.02	***
Sueldos de miembros del hogar	2.37	2.53	2.55	***
Ingresos de la agricultura	1.89	1.95	1.88	-
Alquileres de propiedades del hogar	1.84	1.96	1.91	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.76	1.81	1.78	*
Pensiones	1.68	1.78	1.73	**

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 6.18. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.88	2.33	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.07	2.49	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	1.98	2.46	***
Sueldos de miembros del hogar	2.48	2.69	***
Ingresos de la agricultura	1.78	2.70	***
Alquileres de propiedades del hogar	1.86	2.31	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.71	2.28	***
Pensiones	1.68	2.09	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 6.19. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.97	1.89	**
Aportes de su familia o amigos en el país	2.16	2.08	**
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.05	2.01	-
Sueldos de miembros del hogar	2.53	2.42	***
Ingresos de la agricultura	2.01	1.83	***
Alquileres de propiedades del hogar	1.89	1.90	-
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.83	1.73	***
Pensiones	1.76	1.67	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.20. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.90	2.01	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.09	2.20	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.00	2.13	***
Sueldos de miembros del hogar	2.39	2.67	***
Ingresos de la agricultura	2.04	1.78	***
Alquileres de propiedades del hogar	1.87	2.02	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.81	1.79	n.s.
Pensiones	1.72	1.78	**

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 6.21. Grado de importancia para el hogar del propietario de otros ingresos
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	2.46	1.16	1.69	1.77	1.21	2.15	1.97	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.82	1.09	1.91	2.00	1.69	2.36	1.54	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	1.93	1.15	1.62	1.81	1.47	2.30	2.26	***
Sueldos de miembros del hogar	3.01	1.51	2.21	2.45	2.64	2.54	3.17	***
Ingresos de la agricultura	1.59	1.09	1.56	1.49	1.38	2.32	1.19	***
Alquileres de propiedades del hogar	2.05	1.28	2.11	1.96	1.40	2.07	1.46	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.69	1.14	1.46	1.43	1.24	2.10	1.53	***
Pensiones	1.68	1.27	1.54	1.62	1.15	1.96	1.17	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

7. Infraestructura y TIC en la microempresa

En el Gráfico 7.1 podemos apreciar cómo el 93.2% de las microempresas en América Latina tienen servicio de agua potable, el 92.2% cuentan con servicios sanitarios y el 96.5% cuenta con electrificación en su local. En cuanto a las TICs, el 79.8% disponen de un teléfono celular, el

74.2% tienen un sistema de teléfono fijo y el 54.5% tiene correo electrónico. Menos frecuente en la microempresa es utilizar banca electrónica, tan sólo el 28.7% la utiliza, o disponer de página WEB (20.5% de los casos analizados).

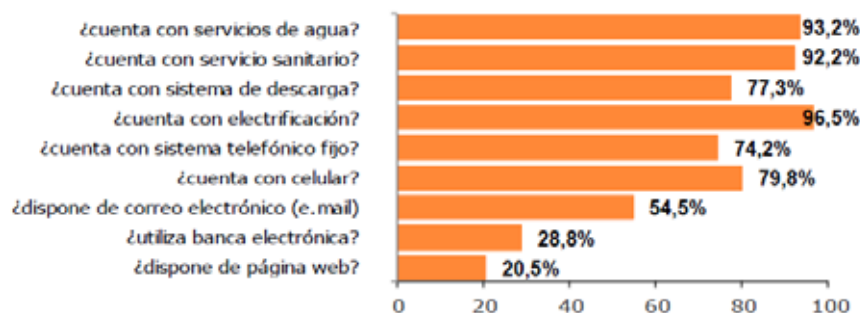


Gráfico 7.1
Infraestructuras y TIC

El tamaño y la antigüedad de la microempresa son un factor relevante en la utilización de las TICs y su nivel de infraestructuras (Tabla 7.1 y 7.2). Las microempresas más grandes y de mayor edad (maduras) disponen, en mayor proporción que las de menor tamaño y más jóvenes, de servicio de agua potable, servicio sanitario y electrificación. De igual forma sucede con la utilización de las TICs, siendo las microempresas de 6 a 10 empleados y las maduras quien más disponen de correo electrónico y pagina WEB y utilizan más la banca electrónica.

La Tabla 7.3 ofrece los resultados según el sector de actividad. En general apreciamos que los sectores de Comercio y Servicios cuentan en mayor proporción con sanitarios y servicios de agua potable. El sector industrial, con un 98.1% de los casos, cuenta en mayor medida con electrificación en el local donde desarrolla su actividad. Para el caso de las TICs, las microempresas de servicios cuentan con

el mayor porcentaje de servicios de teléfono celular (86.0%), siguiendo el sector industrial (80.8%) y el sector comercio (78.2%), también las microempresas del sector servicios son las que más disponen de correo electrónico (61%) que las del sector de la industria y de las del sector comercio. De igual forma, las microempresas del sector servicios son las que más disponen de pagina WEB (27.2%) y utilizan banca electrónica (32.9%).

La Tabla 7.4 muestra los resultados considerando la ubicación de las microempresas. Y se aprecian pocas diferencias significativas. Las microempresas ubicadas en las zonas urbanas cuentan en mayor medida con sistemas de telefonía fijo (75%) frente al 59.5% de las microempresas rurales. Estas diferencias también surgen en cuanto a que las microempresas urbanas disponen en mayor porcentaje de correo electrónico (55.0%) y página WEB (20.9%), que las ubicadas en zonas rurales (44.2% y 12.9%, respectivamente).

Tomando en cuenta el género del gerente de las

**Tabla 7.1. Infraestructuras y TIC
Tamaño de la microempresa**

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	91,9%	98,3%	***
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	91,4%	95,4%	***
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	75,1%	86,1%	***
SI Cuenta con electrificación (%)	95,9%	98,9%	***
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	70,1%	90,9%	***
SI Cuenta con celular	77,5%	89,4%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	50,0%	72,9%	***
SI Utiliza banca electrónica	23,3%	50,8%	***
SI Dispone de página WEB	16,5%	36,8%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): p0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01.

**Tabla 7.2. Infraestructuras y TIC
Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	94.6%	89.5%	***
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	93.0%	90.2%	***
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	83.0%	63.7%	***
SI Cuenta con electrificación (%)	97.0%	95.3%	**
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	77.0%	67.5%	***
SI Cuenta con celular	85.7%	65.8%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	55.6%	51.7%	**
SI Utiliza banca electrónica	30.4%	24.6%	***
SI Dispone de página WEB	21.6%	17.7%	**

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p0.01.

microempresas de América Latina, la Tabla 7.5 muestra que, en cuanto a la infraestructura, solo surge una diferencia significativa, las microempresas gestionadas por mujeres tienen un mayor porcentaje de servicios de agua potable (94.2%) que aquellas gestionadas por hombres (92.1%). Con respecto a las TICs, apreciamos cómo los micronegocios gestionados por hombres cuentan con un mayor porcentaje de celulares (81.4%) que las microempresas gestionadas por mujeres (77.2%), y también disponen más de correo electrónico (55.3% y 49%, respectivamente), de página WEB (20.2% versus 17.3%) y utilizan más los servicios de banca electrónica (28.4% y 23.1%, respectivamente).

Con respecto al nivel de educación del propietario de la microempresa, la Tabla 7.6 indica que en lo referente a la infraestructura las microempresas cuyo propietario cuenta con estudios universitarios tienen un mayor porcentaje de servicios sanitarios (93.1%) que aquellas microempresas

cuyos propietarios no tienen estudios universitarios (91.5%), lo mismo sucede con los servicios de electrificación (97.8% y 95.4%, respectivamente) y con los servicios de agua potable (95.4% y 94.3%, respectivamente). En cuanto a las TICs, se aprecia que las microempresas que tienen como propietario a un gerente con estudios universitarios cuentan con mayores servicios de telefonía celular (85.6.0%) que aquellas microempresas cuyo propietario no tiene estudios universitarios (75.1%), obteniendo resultados similares con los servicios de teléfono fijo (80.7% y 68.8%, respectivamente), con los servicios de correo electrónico (71% y 40.3%, respectivamente) y disponen de página WEB (30.0% y 12.4%, respectivamente). También se puede ver cómo cuando el propietario es universitario utiliza más la banca electrónica (41.8%) frente al 17.7% cuando no es universitario.

**Tabla 7.3. Infraestructuras y TIC
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	91.8%	94.7%	94.5%	***
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	91.4%	93.1%	94.2%	***
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	79.4%	76.3%	83.9%	***
SI Cuenta con electrificación (%)	98.1%	96.3%	97.6%	***
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	73.1%	73.9%	74.8%	-
SI Cuenta con celular	80.8%	78.2%	86.0%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	55.4%	49.4%	61.0%	***
SI Utiliza banca electrónica	27.7%	24.8%	32.9%	***
SI Dispone de página WEB	19.8%	17.0%	27.2%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): p0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01.

**Tabla 7.4. Infraestructuras y TIC
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	93.0%	95.7%	-
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	92.1%	94.5%	-
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	77.3%	76.7%	-
SI Cuenta con electrificación (%)	96.5%	97.5%	-
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	75.0%	59.5%	***
SI Cuenta con celular	79.7%	82.2%	-
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	55.0%	44.2%	***
SI Utiliza banca electrónica	29.0%	23.9%	-
SI Dispone de página WEB	20.9%	12.9%	**

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p0.01.

Tabla 7.5. Infraestructuras y TIC
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	94.2%	92.1%	**
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	92.2%	92.3%	-
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	76.4%	78.7%	-
SI Cuenta con electrificación (%)	96.3%	96.8%	-
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	72.6%	73.7%	-
SI Cuenta con celular	77.2%	81.4%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	49.0%	55.3%	***
SI Utiliza banca electrónica	23.1%	28.4%	***
SI Dispone de página WEB	17.3%	20.2%	*

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 7.6. Infraestructuras y TIC
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	92.3%	94.2%	**
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	91.5%	93.1%	*
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	74.2%	81.2%	***
SI Cuenta con electrificación (%)	95.4%	97.8%	***
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	68.8%	80.7%	***
SI Cuenta con celular	75.1%	85.6%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	40.3%	71.0%	***
SI Utiliza banca electrónica	17.7%	41.8%	***
SI Dispone de página WEB	12.4%	30.0%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Finalmente, considerando ahora el país de origen de las microempresas la Tabla 7.7 muestra que, de acuerdo a la infraestructura, las microempresas asentadas en Ecuador tienen un mayor servicios de electrificación (99.1%), seguido de las microempresas de Argentina (98.3%) y Colombia (98.2%). De igual manera lo mismo sucede con respecto a los servicios de agua potable,

ya que las microempresas de Ecuador cuentan con el mayor porcentaje del servicio (96.4%), seguida de las microempresas de Argentina (96.4%) y Colombia (96.1%). En cuanto a la utilización de las TICs, es posible observar en la misma Tabla que las microempresas asentadas en Colombia cuentan con un mayor servicio de telefonía celular (92.4%), seguido de las microempresas de Panamá (90.7%).

Tabla 7.7. Infraestructuras y TIC
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua (%)	94.4%	98.9%	85.5%	96.1%	96.4%	n.d.	73.7%	***
SI Cuenta con servicio sanitario (%)	94.4%	98.7%	89.0%	92.8%	90.2%	n.d.	84.6%	***
SI Cuenta con sistema de descarga (%)	89.8%	99.3%	89.0%	89.3%	n.d.	n.d.	84.6%	***
SI Cuenta con electrificación (%)	95.8%	99.1%	81.0%	98.2%	98.3%	n.d.	92.2%	***
SI Cuenta con sistema telefónico fijo (%)	56.0%	85.2%	64.0%	78.3%	77.4%	n.d.	58.0%	***
SI Cuenta con celular	90.7%	87.3%	79.0%	92.4%	18.2%	n.d.	88.6%	***
SI Dispone de correo electrónico (e.mail) (%)	42.6%	62.0%	40.5%	58.4%	60.5%	n.d.	37.2%	***
SI Utiliza banca electrónica	24.5%	23.1%	18.0%	34.8%	28.8%	n.d.	17.7%	***
SI Dispone de página WEB	14.4%	17.0%	14.0%	24.3%	20.1%	n.d.	15.9%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

8. Administración contable, económica y financiera de la microempresa

La práctica administrativa más común en la microempresa (Gráfico 8.1) es la identificación de los costos de sus mercancías o productos (85.1%), seguida de saber cuánto deben vender o servicios prestar para no perder (82.6%), y por llevar registros contables de lo que cobran y pagan (79.7%) e identificar claramente los gastos familiares y personales de los del negocio (80.7%). Por el contrario las prácticas menos frecuentes son tener la empresa inscrita en el registro mercantil (46.5%) y contar con facturas para sus ventas (64.5%). Por otra parte, la microempresa se considera en general que se adapta fácilmente a los cambios importantes que ocurren en su entorno (82.9%) y el 21.4 reconoce haber recibido frecuentemente quejas de sus clientes.

Al analizar los datos según el tamaño, la antigüedad, el sector de actividad y ubicación geográfica de la microempresa,

así como el género y grado de escolaridad de sus propietarios, se encuentran los siguientes resultados:

Tamaño: en la tabla 8.1 se puede observar que en todos los casos las empresas con más empleados son las que con mayor frecuencia realizan las diferentes prácticas administrativas consultadas. En las empresas más grandes (con más empleados) las prácticas más frecuentes son llevar registros contables de lo que cobran y pagan (93.4%), identificar cuanto les cuesta comprar sus mercancías o productos (89.1%) y verificar que les alcance para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicios que prestan (92.1%); a su vez la menos frecuente es recibir quejas de los clientes (25.3%). Por su parte en las microempresas con menos personal las prácticas más utilizadas son

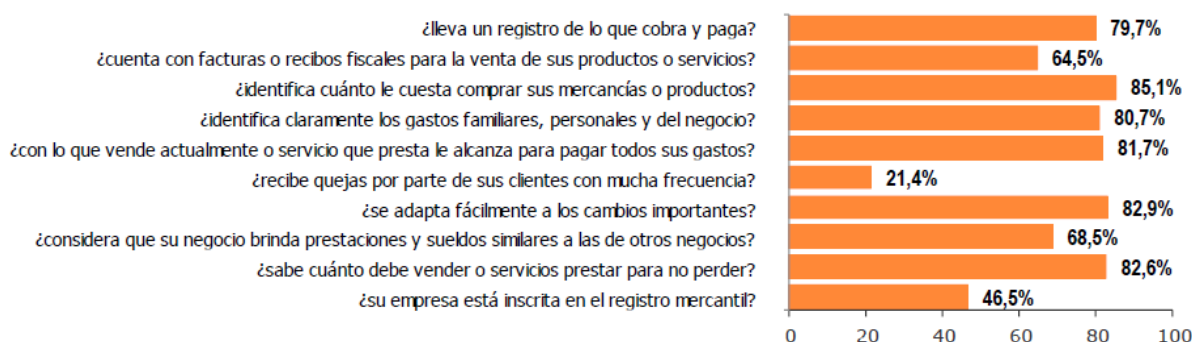


Gráfico 8.1. Administración contable, económica y financiera

Tabla 8.1. Administración contable, económica y financiera
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	76.3%	93.4%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	59.7%	84.1%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	83.4%	91.8%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	78.7%	89.1%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	79.1%	92.1%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	20.4%	25.3%	***
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	81.9%	87.1%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	63.9%	86.9%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	80.6%	90.6%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	40.0%	72.7%	**

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

identificar cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos (83.4%) y saber cuánto deben vender o servicios prestar para no perder (80.6%); siendo las que menos quejas reciben de sus clientes de los clientes (20.4%).

Antigüedad: en la tabla 8.2 se puede ver que en todos los casos las empresas maduras son las que con mayor

frecuencia realizan las diferentes prácticas consultadas. En las empresas maduras (más antiguas) las prácticas más comunes son identificar cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos (87.8%) e identifican claramente los gastos familiares personales del negocio (84.6%). Sin embargo, reciben con mayor frecuencia quejas de sus clientes en relación a las microempresas más jóvenes (23.3% y 16.9%, respectivamente).

Tabla 8.2. Administración contable, económica y financiera
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	83.0%	71.6%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	67.9%	56.2%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	87.8%	78.3%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares. personales y del negocio	84.6%	71.2%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	86.1%	70.9%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	23.3%	16.9%	***
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	84.6%	78.7%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	71.1%	61.9%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	85.4%	75.9%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	59.2%	15.6%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Sector de la microempresa: las empresas del sector comercio son las que llevan en mayor proporción un registro de lo que cobran y pagan (82.8%) e identifican cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos (88.0%) (Tabla 8.3). Las microempresas industriales son las que cuentan en mayor medida con facturas o recibos fiscales (69.1%). Adicionalmente, las microempresas de Comercio separan más los gastos familiares personales de los de su negocio (83.2%), cubren sus gastos con lo que venden (84.2%), conocen cuanto deben vender para no tener pérdidas (84.7%) y en mayor medida están inscritas en el Registro Mercantil (50.8%).

Ubicación de la microempresa: las empresas ubicadas en zona urbana son las que con mayor frecuencia realizan las diferentes prácticas administrativas (Tabla 8.4). La prácticas más habitual en las empresas ubicadas en zonas urbanas es identificar cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos (86.4%) y adaptarse más fácilmente a los cambios importantes de su entorno (84.3%). Contrariamente los datos muestran que las prácticas administrativas en microempresas ubicadas en zonas

rurales están muy poco extendidas. Y reciben con más frecuencia quejas por parte de sus clientes (42.3%).

Género del propietario: las empresas cuya propiedad está en manos de hombres son las que con mayor frecuencia realizan las diferentes prácticas administrativas analizadas (Tabla 8.5). La práctica más realizada, en las empresas donde son hombres los propietarios, es identificar cuánto les cuesta comprar sus mercancías o productos (85.7%), seguido de poder pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente (83.1%). Adicionalmente, los resultados muestran que las microempresas cuyos propietarios son hombres llevan en mayor medida un registro de lo que cobran y pagan (80.5% frente a 76.9%), y se registran más en el Registro Mercantil (47.5% frente a 39.8%). Sin embargo, reciben con más frecuencia quejas de sus clientes (22.4% frente al 18.4%).

Nivel de educación del propietario: las empresas donde los propietarios tienen educación universitaria son las que con mayor frecuencia realizan las diferentes prácticas consultadas (Tabla 8.6). Se aprecia que tanto en las empresas de no universitarios como las de universitarios la práctica más frecuente es identificar cuánto les cuesta comprar sus mercancías o productos (83.7% frente a 86.7%), seguido para el primer caso adaptarse fácilmente a los cambios

importantes (81.5%) y de llevar un registro de lo que cobra y paga en el caso de los universitarios (85.4%). También señalan que las microempresas de propietarios universitarios cuentan en mayor medida con facturas o recibos fiscales (70.7% frente al 59.3%), pero reciben quejas más frecuentemente (22.8% frente al 20.2%).

**Tabla 8.3. Administración contable, económica y financiera
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	76.4%	82.8%	74.7%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	69.1%	61.7%	60.4%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	83.8%	88.0%	79.8%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	78.6%	83.2%	77.4%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	78.4%	84.2%	81.3%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	20.3%	22.3%	22.1%	-
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	81.4%	84.8%	81.8%	**
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	66.8%	70.0%	68.7%	-
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	79.5%	84.7%	80.1%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	42.6%	50.8%	41.6%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 8.4. Administración contable, económica y financiera
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	80.6%	62.0%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	64.4%	66.9%	-
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	86.4%	58.9%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	81.9%	58.9%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	82.6%	63.8%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	20.3%	42.3%	***
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	84.3%	55.2%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	68.9%	59.5%	**
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	83.9%	57.1%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	46.5%	46.0%	-

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

**Tabla 8.5. Administración contable, económica y financiera
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	76.9%	80.5%	**
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	58.3%	66.7%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	84.1%	85.7%	-
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	78.7%	81.8%	**
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	78.3%	83.1%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	18.4%	22.4%	***
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	82.1%	82.1%	-
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	61.8%	70.6%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	80.4%	82.9%	*
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	39.8%	47.5%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

Tabla 8.6. Administración contable, económica y financiera
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	74.8%	85.4%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	59.3%	70.7%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	83.7%	86.7%	**
SI Identifica claramente los gastos familiares. personales y del negocio	77.7%	84.2%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	79.6%	84.1%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	20.2%	22.8%	*
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	81.5%	84.5%	**
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	64.6%	73.0%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	80.4%	85.2%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	39.9%	54.4%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 8.7. Administración contable, económica y financiera
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	n.d.	73.0%	74.0%	90.1%	93.2%	n.d.	66.1%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	n.d.	82.7%	55.0%	68.4%	84.2%	n.d.	25.3%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	n.d.	92.2%	78.0%	95.6%	92.3%	n.d.	72.9%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares. personales y del negocio	n.d.	87.3%	71.5%	93.6%	78.8%	n.d.	67.1%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	n.d.	76.2%	77.5%	94.0%	81.6%	n.d.	74.2%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	n.d.	6.3%	18.0%	24.1%	4.1%	n.d.	11.1%	***
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	n.d.	82.5%	71.0%	91.9%	85.0%	n.d.	88.1%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	n.d.	63.0%	54.0%	77.2%	75.0%	n.d.	60.3%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	n.d.	84.2%	82.5%	92.7%	89.7%	n.d.	73.2%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	n.d.	10.0%	36.5%	78.7%	N.D.	n.d.	16.2%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

9. Capacitación de la microempresa

En este apartado se analizan las respuestas dadas por las empresas de la muestra a la cuestión relativa a cuáles son las principales áreas de capacitación de sus trabajadores de cara a los próximos años. Si se observa el Gráfico 9.1, destacan como las principales áreas en las que las microempresas precisan formar a su personal las de producción (calidad/gestión de residuos, etc.) con 3.54 puntos, seguido de las áreas de logística (gestión de almacenes / distribución, etc.) y la de comercial y marketing con 3.18 puntos. El área de dirección y/o estrategia empresarial la puntúan con 3.06 puntos. Por

el contrario, las áreas en las que las microempresas, demandan menos formación, son las de idiomas (2.34 puntos), gestión de la innovación (2.64 puntos), nuevas tecnologías (2.68 puntos) y programas de informática (2.69 puntos). Además de constatar los resultados descriptivos, llama la atención que la formación en éstas últimas áreas, que pueden estar más vinculadas a la modernización de las empresas, sean las menos valoradas, lo que puede estar indicando que una visión más tradicional en este colectivo de empresas.

En la Tabla 9.1 se puede comprobar que, a medida que el tamaño de las microempresas crece, también lo hace de



Gráfico 9.1
 Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)

manera significativa la importancia que las empresas dan a las diferentes áreas de capacitación sobre las que se le ha preguntado, con excepción de los idiomas. Se aprecia que cuanto mayor es el tamaño de las empresas, más importancia dan a la formación, casi con la misma secuencia que lo hacen el conjunto de empresas, con lo que se confirma que el tamaño es una variable relevante de cara a establecer cuáles son las necesidades formativas de las empresas.

En cuanto a la antigüedad (Tabla 9.2), hay pocas diferencias significativas, pero las existentes, indican que son las empresas más jóvenes las que mayor necesidades explicitan de formación en temas relacionados con las nuevas tecnologías (e-business, diseño web, TIC) y con la gestión de la innovación, aspectos, sin duda, claves para el desarrollo y competitividad de las empresas, a los que son significativamente más sensibles las jóvenes empresas. Las maduras destacan por dar más valor a la formación en gestión logística.

La Tabla 9.3 recoge la importancia que dan las empresas a las diferentes demandas formativas considerando el sector de actividad. En la industria, la mayor importancia la dan las empresas a la formación en producción, logística, comercial y marketing, claramente por encima de lo que indican las empresas de comercio y servicios. En temas de dirección y/o gestión empresarial y en cursos técnico-operativos, la mayor importancia la dan las empresas de servicios, mientras que en programas de informática, nuevas tecnologías, contabilidad/finanzas, recursos humanos, idiomas y en gestión de la innovación tanto las empresas de la industria como las de servicios les dan puntuaciones parecidas. Se observa que las

microempresas que menos valoran la formación son las del sector de comercio, que en todos los casos, puntúan por debajo de la industria y los servicios las necesidades formativas por las que se pregunta.

Al considerar la ubicación de las microempresas, se comprueba (Tabla 9.4) que las localizadas en zonas rurales valoran más la formación en producción, logística, programas de informática e idiomas, mientras que las localizadas en zonas urbanas puntúan en mayor medida la formación en las áreas comercial y marketing, nuevas tecnologías y gestión de la innovación.

En el grado de importancia que dan a las acciones de formación en función del género del propietario (Tabla 9.5), se constata que las mujeres valoran más que los hombres la capacitación en recursos humanos y en idiomas, valorando los hombres significativamente por encima de las mujeres el resto de las áreas de capacitación, con excepción de producción, en la que no hay diferencias estadísticamente significativas.

El comportamiento más diferenciado en la importancia de la formación para la microempresa se produce en el nivel de estudios del propietario (Tabla 9.6). Así, los gerentes con estudios universitarios (Tabla 9.6) valoran, significativamente por encima de los que no tienen dicho nivel de estudios todas las áreas de capacitación por las que se les ha preguntado a las microempresas, lo que evidencia su mayor grado de sensibilización con la necesidad de capacitar de forma adecuada a los empleados, como modo de alcanzar y mantener ventaja competitiva y éxito empresarial.

**Tabla 9.1. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Tamaño de la microempresa**

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.52	3.75	***
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.15	3.45	***
Comercial y marketing	3.14	3.52	***
Dirección y/o estrategia empresarial	3.02	3.42	***
Programas de informática	2.67	2.92	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.65	2.93	***
Contabilidad / Finanzas	2.93	3.26	***
Recursos Humanos	2.93	3.45	***
Idiomas	2.33	2.41	-
Gestión de la innovación	2.60	2.96	***
Cursos técnicos-operativos	2.68	3.09	***

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 9.2. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Antigüedad de la microempresa**

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.56	3.51	-
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.26	3.04	***
Comercial y marketing	3.17	3.19	
Dirección y/o estrategia empresarial	3.03	3.11	*
Programas de informática	2.69	2.70	-
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.62	2.78	***
Contabilidad / Finanzas	2.96	2.96	-
Recursos Humanos	3.01	2.94	*
Idiomas	2.32	2.37	-
Gestión de la innovación	2.55	2.79	***
Cursos técnicos-operativos	2.72	2.73	-

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 9.3. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Sector de la microempresa**

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.83	3.39	3.50	***
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.37	3.12	3.08	***
Comercial y marketing	3.29	3.10	3.16	***
Dirección y/o estrategia empresarial	3.13	2.97	3.15	***
Programas de informática	2.78	2.60	2.79	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.72	2.57	2.82	***
Contabilidad / Finanzas	3.03	2.88	3.04	***
Recursos Humanos	3.07	2.93	3.01	***
Idiomas	2.43	2.23	2.46	***
Gestión de la innovación	2.75	2.49	2.78	***
Cursos técnicos-operativos	2.85	2.50	3.08	***

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 9.4. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Ubicación de la microempresa**

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.51	3.70	***
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.16	3.29	**
Comercial y marketing	3.19	3.10	**
Dirección y/o estrategia empresarial	3.05	3.09	.
Programas de informática	2.68	2.78	**
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.70	2.61	*
Contabilidad / Finanzas	2.96	2.97	.
Recursos Humanos	2.98	3.01	.
Idiomas	2.31	2.49	***
Gestión de la innovación	2.65	2.54	**
Cursos técnicos-operativos	2.72	2.71	.

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 9.5. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Género del propietario de la microempresa**

	Mujer	Hombre	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.51	3.55	.
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.11	3.20	**
Comercial y marketing	3.07	3.21	***
Dirección y/o estrategia empresarial	2.96	3.09	***
Programas de informática	2.63	2.71	*
Nuevas tecnologías (e-business., diseño Web, TIC)	2.59	2.72	***
Contabilidad / Finanzas	2.84	3.00	***
Recursos Humanos	3.00	2.92	**
Idiomas	2.39	2.27	***
Gestión de la innovación	2.51	2.67	***
Cursos técnicos-operativos	2.62	2.79	***

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

**Tabla 9.6. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
Nivel de educación del propietario de la microempresa**

	No universitario	Universitario	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.54	3.55	.
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.15	3.22	**
Comercial y marketing	2.99	3.43	***
Dirección y/o estrategia empresarial	2.88	3.30	***
Programas de informática	2.55	2.89	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.47	2.96	***
Contabilidad / Finanzas	2.75	3.24	***
Recursos Humanos	2.85	3.16	***
Idiomas	2.24	2.46	***
Gestión de la innovación	2.38	2.97	***
Cursos técnicos-operativos	2.53	2.97	***

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Finalmente, si analizamos el factor país en la valoración de las diferentes áreas de capacitación de la microempresa (Tabla 9.7) se aprecian los siguientes resultados. Ecuador es el país de los 7 analizados en que las microempresas más valoran todas las áreas de formación de su personal de cara al futuro; le sigue Panamá, que valora por encima del resto de países, la formación en dirección y/o estrategia empresarial, nuevas tecnologías, contabilidad/finanzas, idiomas, gestión de la innovación y cursos técnico-operativos. Del resto de países analizados cabe destacar que Bolivia sólo puntúa ligeramente por encima de 3 puntos, la formación en producción; Colombia destaca por sus altas puntuaciones a la formación en logística (gestión

de almacenes y distribución) y en los temas comerciales y de marketing, si bien, puntúa por encima de 3 la importancia de la formación en producción, dirección y estrategia empresarial, contabilidad y recursos humanos, se podría decir que es el tercero de los países en dar puntuaciones más elevadas a las diferentes áreas de formación de los analizados. México destaca por puntuar por encima del resto de países la formación en producción, situándose en valores medios en temas de logística y comercial / marketing, puntuando al resto de acciones analizadas por debajo de 3, de forma similar a lo que sucede con la República Dominicana que destaca por ser uno de los países que más valora la formación en Recursos Humanos, pasando a valorar alrededor de 3 (puntuación media) o por debajo de tres, al resto de áreas de formación analizadas.

Tabla 9.7. Áreas de capacitación de los trabajadores (grado de importancia)
País de la microempresa

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc.)	3.65	3.91	3.12	3.24	-	3.68	3.05	***
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.23	3.69	2.94	3.26	-	3.13	2.93	***
Comercial y marketing	3.33	3.86	2.47	3.41	-	3.06	3.09	***
Dirección y/o estrategia empresarial	3.31	3.67	2.45	3.13	-	2.99	3.07	***
Programas de informática	2.58	3.43	1.98	2.66	-	2.72	2.84	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.71	3.56	2.18	2.66	-	2.63	2.67	***
Contabilidad / Finanzas	3.28	3.73	2.54	3.24	-	2.95	3.03	***
Recursos Humanos	3.10	3.45	2.61	3.10	-	2.89	3.17	***
Idiomas	2.65	3.05	1.81	2.03	-	2.37	2.54	***
Gestión de la innovación	3.17	3.61	2.14	2.76	-	2.47	2.95	***
Cursos técnicos-operativos	3.11	3.82	2.16	2.84	-	2.61	2.84	***

En una escala de 1 = Mínima importancia a 5 = Máxima importancia

(1) Panamá; (2) Ecuador; (3) Bolivia; (4) Colombia; (5) Argentina; (6) México; (7) República Dominicana

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

10. Problemas y dificultades a las que se enfrenta la microempresa

Los resultados sobre la calificación que, los propietarios de las microempresas, otorgan a los distintos problemas a los que se enfrenta su negocio se resumen en el Gráfico 10.1. Como podemos apreciar, los problemas categorizados presentan una calificación media con diferencias muy ajustadas, al situarse todos ellos entre las puntuaciones de 2 y 3. El hecho de que no existan dificultades que destaquen

de forma sobresaliente denota que las circunstancias a las que se enfrentan las empresas son ciertamente muy heterogéneas con múltiples facetas que hacen que los problemas sean importantes para unos y, sin embargo, mucho menos importantes para otros.

Dentro de ese nivel de importancia medio en el que se sitúan todos los problemas, podemos establecer un primer nivel, con una puntuación de 2.8, constituido por

“Situación macroeconómica”, “Problemas de mercado” y “Financieros” que podríamos relacionar con la incertidumbre que la evolución de la economía genera sobre la demanda y la disponibilidad de capital. En un segundo nivel, con puntuación entre 2.4 y 2.5, encontramos dos problemas relacionados con la operativa empresarial: “Energía” y “Administrativos”.

Los problemas considerados menos importantes son los relacionados con los recursos humanos (“Problemas con los trabajadores” 2.02 puntos y “Personales” 2.14 puntos), lo que resulta coherente al estar solo hablando de microempresas, y los de índole jurídico-

tributarios (“Tributación/legales” y “Problemas de formalización”, ambos con 2.10 puntos) que no deja de ser ciertamente llamativo puesto que las trabas burocráticas y fiscales han sido generalmente aceptadas como importantes barreras que dificultan la regularización de la economía informal.

En las Tablas 10.1 a 10.7 podemos ver los resultados cuando clasificamos a las microempresas según su tamaño, antigüedad, sector de actividad, ubicación, género y nivel de educación del propietario y, finalmente, país.

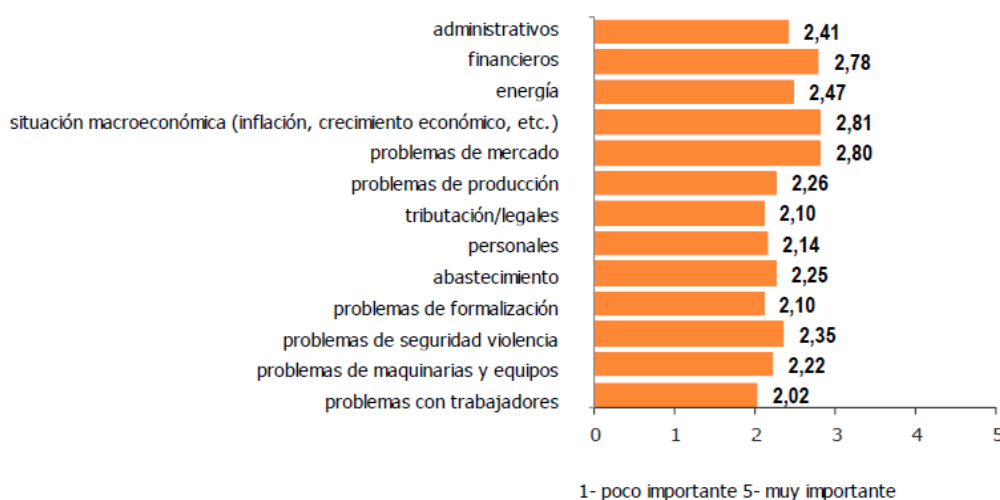


Gráfico 10.1

Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa

Tabla 10.1. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Tamaño de la microempresa

	Hasta 5 empleados	6 a 10 empleados	Sig.
Administrativos	2.41	2.37	-
Financieros	2.81	2.56	***
Energía	2.50	2.24	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.83	2.66	***
Problemas de mercado	2.82	2.63	***
Problemas de producción	2.27	2.18	*
Tributación/legales	2.11	2.06	-
Personales	2.17	1.95	***
Abastecimiento	2.27	2.11	***
Problemas de formalización	2.12	1.93	***
Problemas de seguridad violencia	2.36	2.25	**
Problemas de maquinarias y equipos	2.22	2.18	-
Problemas con trabajadores	2.00	2.18	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*) : $p < 0.1$; (**) : $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

Tamaño: las microempresas más pequeñas (de 1 a 5 trabajadores) consideran, en relación a las más grandes (de 6 a 10), que todos los problemas son más importantes salvo para “problemas con los trabajadores” (Tabla 10.1) Si salvamos este último caso, cuyo grado de importancia es natural que esté correlacionado positivamente con el número de empleados de la empresa, podemos afirmar que conforme el tamaño se reduce las dificultades para desarrollar la actividad aumentan.

Si ordenamos los problemas según su nivel de importancia en cada uno de los tamaños no encontraremos grandes diferencias. Los tres problemas más importantes son los mismos ya comentados anteriormente. Reseñar que no se puede establecer diferencias, o son poco significativas, para los casos de “Problemas de producción”, “Tributación/legales” y “Problemas de maquinaria y equipos” que serían, pues, las dificultades en las que el tamaño es menos relevante.

Antigüedad: para las microempresas maduras (Tabla 10.2) los tres primeros problemas por orden de importancia son “Problemas de mercado” (2.82), “Financieros” (2.76) y “Situación macroeconómica” (2.74). Para las más jóvenes, siguen siendo esos tres pero en otro orden, “Situación macroeconómica” (2.93), “Financieros” (2.82) y “Problemas de mercado” (2.78). En la mayor parte de los casos no hay diferencias, o son poco significativas, entre maduras y jóvenes. Resulta más importante para las maduras que para

las jóvenes los “Problemas de producción” y los “Problemas con los trabajadores” (en este caso subyace el tamaño). Por el contrario, resulta más importante para las jóvenes que para las maduras las dificultades “Administrativas”, “Situación macroeconómica” y “Problemas de maquinaria y equipos”.

Sector: los tres problemas más importantes para Industria, Comercio y Servicios (Tabla 10.3) son los ya reseñados “Problemas de mercado”, “Financieros” y “Situación macroeconómica”. En los dos últimos las diferencias son poco significativas, mientras que el primero (Problemas de Mercado) resulta ser más importante para Industria (2.90 puntos) que para Comercio (2.79) y Servicios (2.72). Al clasificar la opinión sobre los problemas por sector, no hay diferencias de valoración, o son poco significativas, en los casos de “Financieros”, “Situación macroeconómica”, “Personales” y “Problemas de formalización”. En la Industria se consideran más relevantes que en Comercio y Servicios las dificultades relacionadas con: “Energía”, “Problemas de mercado”, “Problemas de producción”, “Problemas de maquinaria y equipos” y “Problemas con trabajadores”. Para Comercio son mayores, en relación a Industria y Servicios, los problemas de “Abastecimiento” y “Problemas de seguridad y violencia” y en cambio son menores los “Administrativos”, “Tributación/legales”, “Problemas de maquinaria y equipos” y “Problemas con trabajadores”. Finalmente, para Servicios los problemas “Administrativos” son de mayor importancia que para Industria y Comercio. En sentido contrario, son calificados con menor importancia “Problemas de producción” y “Abastecimiento”.

Tabla 10.2. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Antigüedad de la microempresa

	Maduras	Jóvenes	Sig.
Administrativos	2.35	2.51	***
Financieros	2.76	2.82	*
Energía	2.46	2.49	-
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.74	2.93	***
Problemas de mercado	2.82	2.78	-
Problemas de producción	2.31	2.16	***
Tributación/legales	2.12	2.07	*
Personales	2.15	2.13	-
Abastecimiento	2.24	2.27	-
Problemas de formalización	2.11	2.07	-
Problemas de seguridad violencia	2.35	2.35	-
Problemas de maquinarias y equipos	2.17	2.30	***
Problemas con trabajadores	2.05	1.97	**

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*) : $p < 0.1$; (**) : $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$.

Tabla 10.3. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Sector de la microempresa

	Industria	Comercio	Servicios	Sig.
Administrativos	2.45	2.33	2.46	***
Financieros	2.85	2.78	2.73	*
Energía	2.52	2.48	2.50	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.87	2.80	2.77	-
Problemas de mercado	2.90	2.79	2.72	***
Problemas de producción	2.46	2.20	2.13	***
Tributación/legales	2.17	2.05	2.15	***
Personales	2.14	2.17	2.14	-
Abastecimiento	2.26	2.33	2.10	***
Problemas de formalización	2.14	2.09	2.09	-
Problemas de seguridad violencia	2.27	2.41	2.34	**
Problemas de maquinarias y equipos	2.39	2.09	2.25	***
Problemas con trabajadores	2.12	1.92	2.08	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Ubicación: al considerar la localización de la microempresa (Tabla 10.4) observamos que para aquellas situadas en zona rural el problema más importante es el “Financiero” (3.01) mientras que en zona urbana es “Situación macroeconómica”. No obstante los tres problemas más valorados son el triplete, ya repetido anteriormente, conformado por estas dos dificultades a la que se une “Problemas de mercado”. Salvo para el caso de “problemas de seguridad y violencia” que es igualmente valorado en zona rural y urbana, vemos que las microempresas situadas en zona rural sienten los problemas con mayor intensidad que las microempresas localizadas en entornos urbanos. Podemos afirmar, en consecuencia, que un emplazamiento en zona rural supone un factor de debilidad y de dificultad añadida para el desempeño de la actividad empresarial.

Género del propietario: Para la microempresas con propietaria femenina (Tabla 10.5) la dificultad en el desempeño de la actividad que resulta con mayor puntuación es la relacionada con los aspectos “Financieros” (2.80). Para el caso de propietarios masculinos, el problema más importante es la “Situación macroeconómica” (2.82). No obstante, como ya ha ocurrido anteriormente el triplete de problemas considerados más importantes sigue siendo el mismo (esto es, les uniríamos los “Problemas de mercado”. Encontramos bastantes aspectos en donde las opiniones de propietarios mujer y propietarios hombre no difieren significativamente. Así es en las dificultades o problemas siguientes: “Financieros”, “Situación macroeconómica”, “Problemas de mercado”, “Tributación/legales”, “Problemas

de formalización” y “Problemas con trabajadores”. Para las mujeres resultan más importantes los problemas relacionados con “Energía”, “Producción”, “Personales” y “Abastecimiento”. En cambio, para los hombres son más importantes las dificultades “Administrativas”, “Seguridad y violencia” y “Maquinaria y equipos”.

Nivel de educación del propietario: el problema de mayor importancia para el grupo de microempresas con propietario con nivel de educación universitaria (Tabla 10.6) es la “Situación macroeconómica” (2.85), mientras que para el caso de propietarios no universitarios el problema de mayor valoración es “Problemas de mercado” (2.83). No obstante, hay coincidencia al considerar el triplete de problemas más importante (les uniríamos los problemas “Financieros). Al considerar el hecho de que las diferencias de opinión según nivel de estudios sean estadísticamente distintas, observamos que en siete de los trece casos no es posible establecer diferencias significativas (al menos al 5%): “Financieros”, “Problemas de mercado”, “Tributación/legales”, “Personales”, “Abastecimiento”, “Problemas de seguridad y violencia” y “Problemas con trabajadores”. Los problemas “Administrativos”, “Situación macroeconómica” y “Maquinaria y Equipos” son considerados más importantes por los propietarios con nivel de estudios universitarios. En cambio, son más importantes para los no universitarios las dificultades de “Energía”, “Producción” y “Formalización”.

Tabla 10.4. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Ubicación de la microempresa

	Zona Urbana	Zona Rural	Sig.
Administrativos	2.39	2.50	**
Financieros	2.74	3.01	***
Energía	2.42	2.79	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.79	2.90	**
Problemas de mercado	2.77	2.99	***
Problemas de producción	2.19	2.61	***
Tributación/legales	2.06	2.35	***
Personales	2.09	2.41	***
Abastecimiento	2.21	2.45	***
Problemas de formalización	2.05	2.35	***
Problemas de seguridad violencia	2.34	2.39	-
Problemas de maquinarias y equipos	2.20	2.31	**
Problemas con trabajadores	1.98	2.23	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 10.5. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Género del propietario de la microempresa

	Mujer	Hombre	Sig.
Administrativos	2.31	2.43	***
Financieros	2.80	2.75	-
Energía	2.55	2.42	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.76	2.82	*
Problemas de mercado	2.82	2.79	-
Problemas de producción	2.31	2.22	**
Tributación/legales	2.09	2.09	-
Personales	2.22	2.07	***
Abastecimiento	2.24	2.22	***
Problemas de formalización	2.12	2.08	-
Problemas de seguridad violencia	2.28	2.39	***
Problemas de maquinarias y equipos	2.17	2.26	**
Problemas con trabajadores	2.00	2.03	-

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

País: En la tabla 10.7 se resumen los niveles de importancia de los distintos problemas considerados en cada uno de los países en los que se ha realizado la investigación. Como primer dato relevante destacaríamos el amplio consenso respecto a los problemas calificados como más importantes. Así, la "Situación macroeconómica", "Problemas de Mercado" y "Financieros" son generalmente los tres principales problemas. Se salen del patrón general:

Panamá, donde el segundo problema es "Energía" desplazando a "Financieros" a la cuarta posición; Bolivia, en donde el tercer problema más importante es "Administrativos" pero muy cerca de "Financieros" que sería el cuarto; y República Dominicana, en donde el primer problema es "Situación macroeconómica" pero el segundo y tercero son "Problemas de seguridad y violencia" y "Energía"(2.40) dejando a continuación a las dificultades "Financieras" y "Problemas de mercado". La "Situación macroeconómica" es el problema

más importante en Panamá, Ecuador, Argentina y República Dominicana. Los “Problemas de mercado” es el problema más relevante en Bolivia, mientras que las dificultades “Financieras” lo son en Colombia y México. Finalmente destaca la calificación de “Problemas personales” (2.56) en

Bolivia que lo sitúa en quinta posición por orden de importancia en este país, muy lejos de la valoración media de ese ítem que, de hecho, es el considerado como de menos importancia para el conjunto de todos los países.

Tabla 10.6. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
Nivel de educación del propietario de la microempresa

	No universitario	Universitario	Sig.
Administrativos	2.28	2.58	***
Financieros	2.78	2.79	
Energía	2.53	2.40	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	2.78	2.85	**
Problemas de mercado	2.83	2.77	*
Problemas de producción	2.30	2.20	***
Tributación/legales	2.08	2.13	.
Personales	2.16	2.12	.
Abastecimiento	2.24	2.27	.
Problemas de formalización	2.12	2.06	**
Problemas de seguridad violencia	2.35	2.35	.
Problemas de maquinarias y equipos	2.16	2.29	***
Problemas con trabajadores	2.01	2.03	.

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

Tabla 10.7. Problemas y dificultades a las que se enfrenta actualmente la microempresa
País de la microempresa

	Pan	Ec	Bol	Col	Arg	Mex	RD	Sig.
Administrativos	2.74	1.62	2.67	2.35	2.12	2.58	1.61	***
Financieros	2.88	2.00	2.65	2.59	2.51	3.01	2.24	***
Energía	3.24	1.34	2.25	2.08	2.09	2.76	2.29	***
Situación macroeconómica (inflación, crecimiento económico, etc.)	3.54	2.69	2.79	2.42	2.93	2.91	2.87	***
Problemas de mercado	3.00	2.61	2.97	2.54	2.72	2.98	2.12	***
Problemas de producción	2.68	1.39	2.12	2.02	1.93	2.52	1.40	***
Tributación/legales	2.34	1.33	2.23	1.95	2.07	2.29	1.32	***
Personales	2.43	1.36	2.21	2.00	1.85	2.33	1.59	***
Abastecimiento	2.63	1.42	2.20	2.14	2.32	2.41	1.58	***
Problemas de formalización	2.42	1.25	1.96	1.97	1.53	2.34	1.39	***
Problemas de seguridad violencia	2.85	1.59	2.25	2.31	1.79	2.47	2.40	***
Problemas de maquinarias y equipos	2.87	1.35	2.36	1.97	1.69	2.46	1.58	***
Problemas con trabajadores	2.31	1.17	2.56	1.91	1.43	2.24	1.22	***

En una escala de 1 = Poco importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.

11. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa

La economía informal está presente en numerosos sectores y países, y principalmente surge en el ámbito de la microempresa, como una forma de subsistencia, por los problemas económicos que ha sufrido América Latina. La economía informal ha puesto en desventaja a las microempresas formales. La teoría de la heterogeneidad plantea la coexistencia dentro del sistema productivo de los países subdesarrollados de sectores económicos que presentan una diferenciación en los niveles de productividad, lo que se traduce en una estructura social muy heterogénea, esta heterogeneidad se ubica en las microempresas formales e informales. Dentro de las microempresas informales existe una mayor tendencia a la baja productividad y a la marginación, que no le permiten su inserción en el aparato formal productivo. Es por ello que en este apartado pretendemos llevar a cabo un estudio de los

factores que determinan la formalidad de la microempresa.

Para medir la formalidad o informalidad de la microempresa hemos dividido la muestra en dos grupos. Consideramos microempresa "informal" cuando **no** cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios, y consideramos microempresa "formal" cuando **sí** cuenta con facturas o recibos para la venta de sus productos o servicios. A partir del análisis de las diferencias estadísticas de estos dos grupos veremos los determinantes de la formalidad de la microempresa. Así, las microempresas formales se **caracterizan** (Tabla 11.1) por:

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas comerciales o parques industriales.
- Disponen de local independiente.
- El propietario de la microempresa tiene educación técnica o universitaria.
- El propietario es mayoritariamente hombre.

Tabla 11.1. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Caracterización de las microempresas

	Informal	Formal	Sig.
Zona urbana	59.6%	40.4%	***
Zona rural	84.5%	15.5%	
Zona residencial	64.1%	35.9%	
Zona barrio humilde	72.3%	27.7%	***
Zona comercial	55.4%	44.6%	
Parques industriales	49.0%	51.0%	
Local independiente	56.6%	43.4%	
Espacio en la misma vivienda	75.5%	24.5%	***
Puesto fijo o kiosco en área comercial	70.6%	29.4%	
Sin educación formal	76.3%	23.7%	
Educación básica o media	68.9%	31.1%	***
Educación técnica	63.4%	36.6%	
Universitaria	48.5%	51.5%	
Mujer	72.1%	27.9%	***
Hombre	57.6%	42.4%	
Hasta 5 empleados	67.9%	32.1%	***
6 a 10 empleados	27.0%	73.0%	
Industria	63.1%	36.9%	
Comercio	64.0%	36.0%	***
Servicios	67.4%	32.6%	
Empresas maduras (más de 10 años)	60.7%	39.3%	***
Empresas jóvenes (menos de 10 años)	68.5%	31.5%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

- El tamaño de la microempresa principalmente es de 6 a 10 empleados.
- Son microempresas en gran medida de industria o comercio.
- Son microempresas maduras.

En lo relativo a los factores personales del propietario (Tabla 11.2), las microempresas formales son aquellas donde su propietario tiene un perfil más emprendedor, destacando sobre todo que tienen una mayor **audacia, pasión, capacidad de liderazgo, creatividad** y visión de futuro. A su vez son más **eficientes** y tienen mayores

habilidades administrativas. Contrariamente, las microempresas informales tienen mayor intuición y rasgos de aventura.

Las microempresas formales **recurren en mayor medida a los** ahorros propios o de familiares y a **bancos y financieras** que las microempresas informales (Tabla 11.3). Y las microempresas informales, recurren en mayor medida a prestamistas y ONGs y cooperativas que las microempresas formales. Adicionalmente, podemos apreciar que las microempresas informales tienen una mayor dependencia de la entrada de otros ingresos adicionales a los del propio negocio (Tabla 11.4).

Tabla 11.2. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Factores personales del propietario

	Informal	Formal	Sig.
Audacia	3.45	3.59	***
Pasión	3.64	3.75	***
Creatividad	3.69	3.79	***
Liderazgo	3.76	3.83	**
Competitividad	3.75	3.73	n.s.
Intuición	3.65	3.57	**
Visión de futuro	3.86	4.05	***
Persuasión	3.57	3.32	***
Eficacia	3.56	3.75	***
Habilidad Administrativa	3.65	3.75	***
Aventura	3.08	2.73	***

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

Tabla 11.3. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Financiación de la microempresa (en la actualidad)

	Informal	Formal	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.88	3.11	***
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.49	1.79	***
Prestamistas (en la actualidad)	1.98	1.54	***
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.09	2.26	***
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.90	1.49	***
Suplidor (en la actualidad)	1.91	2.12	***
Gobierno (en la actualidad)	1.80	1.44	***
Avance de trabajo (en la actualidad)	2.12	1.76	***
No necesitó (en la actualidad)	1.90	1.66	***

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

Tabla 11.4. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Otros ingresos en el hogar del propietario

	Informal	Formal	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	2.06	1.75	***
Aportes de su familia o amigos en el país	2.25	1.93	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.21	1.79	***
Sueldos de miembros del hogar	2.56	2.42	***
Ingresos de la agricultura	2.17	1.49	***
Alquileres de propiedades del hogar	2.01	1.80	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.99	1.48	***
Pensiones	1.85	1.55	***

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$
n.s.: no significativa

En cuanto a infraestructura, las microempresas formales cuentan en mayor proporción con **servicios de agua, servicios des sanitarios y electrificación** que las microempresas informales. Además, las microempresas formales disponen más de **teléfono fijo, correo electrónico** y disponen de **página web** que las microempresas informales. Y utilizan más la banca electrónica (Tabla 11.5).

Las microempresas formales **están mejor administradas**, desde un punto de vista contable, económico y financiero (Tabla 11.6). Llevan en mayor proporción, un **registro de lo que cobra**

y **paga**, identifican claramente los gastos familiares, personales y del negocio, se **adaptan** más fácilmente a los **cambios importantes**, conocen cuánto deben vender o servicios prestar para no perder, y están más inscritas en el **Registro Mercantil**.

En lo relativo al área de capacitación, las microempresas formales le **dan una mayor importancia a la capacitación de sus empleados** en los aspectos relacionados con **logística** (gestión almacenes / distribución, etc.), **comercial y marketing** y **dirección y/o estrategia empresarial** (Tabla 11.7).

Tabla 11.5. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Infraestructuras y TIC

	Informal	Formal	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua	87.7%	96.2%	***
SI Cuenta con servicio sanitario	89.5%	93.7%	***
SI Cuenta con sistema de descarga	82.4%	74.4%	***
SI Cuenta con electrificación	93.3%	98.3%	***
SI Cuenta con sistema telefónico fijo	58.0%	83.1%	***
SI Cuenta con celular	80.6%	79.4%	n.s.
SI Dispone de correo electrónico (e.mail)	35.0%	65.2%	***
SI Utiliza banca electrónica	14.1%	36.8%	***
SI Dispone de página WEB	10.9%	25.8%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

**Tabla 11.6. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Administración contable, económica y financiera**

	Informal	Formal	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	59.8%	90.6%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	72.4%	92.0%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	68.6%	87.4%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	72.3%	86.9%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	22.6%	20.7%	n.s.
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	76.9%	86.2%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	49.1%	79.1%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	71.9%	88.5%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

**Tabla 11.7. Factores determinantes de la formalidad de la microempresa
Capacitación**

	Informal	Formal	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc)	3.56	3.52	n.s
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	3.03	3.48	***
Comercial y marketing	2.96	3.61	***
Dirección y/o estrategia empresarial	2.86	3.46	***
Programas de informática	2.59	2.89	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.50	3.04	***
Contabilidad / Finanzas	2.82	3.21	***
Recursos Humanos (motivación, incentivos, trabajo en equipo, etc.)	2.80	3.35	***
Idiomas	2.27	2.47	***
Gestión de la innovación	2.41	3.09	***
Cursos técnicos-operativos	2.53	3.09	***

Escala likert: 1: mínima importancia a 5: máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$
n.s.: no significativa

12. Factores de éxito de la microempresa

El interés por analizar cuáles son los factores y variables que más contribuyen a que las microempresas sean competitivas y a su éxito es uno de los aspectos de mayor atractivo tanto para académicos como para directivos y profesionales del mundo empresarial. Interesa, por tanto, conocer cuáles son los principales determinantes del éxito y de la competitividad de estas empresas, contrastando si algunas características de las mismas o de su gestión explican una peor o mejor situación que sus competidores.

El éxito competitivo es una variable compleja de medir, especialmente en el caso de la microempresa. Para medir la peor o mejor situación de las microempresas de la muestra en relación a sus competidores, se han utilizado los indicadores construidos a partir de la percepción del propietario sobre cuál es la posición de su negocio respecto de su competencia (indicadores de rendimiento), frente a la alternativa de utilizar indicadores procedentes

de la información contable, lo que se puede justificar por el hecho de que la información contable puede verse alterada por la normativa contable o por las decisiones directivas, al mismo tiempo que se suele considerar más como una medida del éxito pasado que del presente o del futuro.

Así, para las 6 variables de rendimiento utilizadas, que se sustentan en una aproximación a la clasificación propuesta por Quinn y Rohrbaugh, se ha construido un indicador global del éxito calculado como la media de las puntuaciones que las empresas encuestadas han dado a las variables. A continuación, se ha dividido la muestra en dos subgrupos, por un lado las Pyme que tienen puntuaciones inferiores a la media del indicador global de éxito (**empresas con posición peor que sus competidores**) y, en segundo lugar, las que tienen puntuaciones mayores que la media, son las que tienen una **posición mejor que sus competidores**.

Así, las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que sus competidores se **caracterizan** (Tabla 12.1) por:

Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas residenciales o comerciales, particularmente en un puesto fijo en un área comercial.

- Estar gestionadas por propietarios con educación técnica o universitaria
- Trabajar principalmente en el sector de servicios
- Tener una dimensión mayor (microempresas con 6 a 10 empleados)
- Ser una empresa madura (con una antigüedad superior a 10 años)

En lo relativo a los factores personales del propietario (Tabla 12.2), las microempresas con mayor éxito son aquellas donde su propietario tiene un perfil más emprendedor, destacando sobre todo que tienen una mayor **visión de**

Tabla 12.1. Factores de éxito
Caracterización de las microempresas

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
Zona urbana	46.0%	54.0%	**
Zona rural	49.0%	51.0%	
Zona residencial	42.0%	58.0%	
Zona barrio humilde	56.0%	44.0%	***
Zona comercial	42.1%	57.9%	
Parques industriales	44.2%	55.8%	
Local independiente	45.3%	54.7%	
Espacio en la misma vivienda	50.6%	49.4%	***
Puesto fijo o kiosco en área comercial	41.2%	58.8%	
Sin educación formal	52.9%	47.1%	
Educación básica o media	49.6%	50.4%	***
Educación técnica	43.6%	56.4%	
Universitaria	40.2%	59.8%	
Mujer	46.9%	53.1%	
Hombre	46.5%	53.5%	n.s.
Hasta 5 empleados	47.5%	52.5%	*
6 a 10 empleados	37.2%	62.8%	
Industria	45.5%	54.5%	
Comercio	47.6%	52.4%	***
Servicios	42.7%	57.3%	
Empresas maduras (más de 10 años)	44.9%	55.1%	***
Empresas jóvenes (menos de 10 años)	49.2%	50.8%	

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

futuro, capacidad de liderazgo, creatividad y son más competitivos.

Las microempresas mejor que sus competidores **recurren en menor medida a prestamistas** o ONG's o cooperativas para obtener financiación (Tabla 12.3). Sin embargo, recurren en mayor medida a **suplidores**. Adicionalmente, en las microempresas mejor posicionadas **entran ingresos adicionales en la familia** provenientes de otros sueldos de miembros de la familia, o aportes de la familia, o de remesas o regalos de familia o amigos en el exterior (Tabla 12.4).

En cuanto a infraestructura, las microempresas con una mejor posición competitiva cuentan en mayor proporción con **servicios de agua** y **sistemas de descarga** de sus sanitarios, y disponen más de **celular** y **correo electrónico** que las microempresas peor posicionadas (Tabla 12.5).

Las microempresas con un éxito mayor **están mejor**

administradas, desde un punto de vista contable, económico y financiero (Tabla 12.6). Llevan en mayor proporción, un **registro de lo que cobra y paga**, **cuenta con facturas o recibos fiscales**, identifican claramente los gastos familiares, personales y del negocio, se **adaptan** más fácilmente a los **cambios importantes**, conocen cuánto deben vender o servicios prestar para no perder, y están inscritas en el **Registro Mercantil**.

En lo relativo al área de capacitación, las microempresas mejor posicionadas **dan una mayor importancia a la capacitación de sus empleados** en los aspectos relacionados con **producción** (calidad / gestión de residuos, etc), **logística** (gestión almacenes / distribución, etc.), **comercial** y **marketing** y **dirección y/o estrategia empresarial**.

Tabla 12.2. Factores de éxito
Factores personales del propietario

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
Audacia	3.23	3.74	***
Pasión	3.35	3.97	***
Creatividad	3.41	4.01	***
Liderazgo	3.45	4.07	***
Competitividad	3.43	4.01	***
Intuición	3.40	3.81	***
Visión de futuro	3.64	4.18	***
Persuasión	3.21	3.72	***
Eficacia	3.32	3.90	***
Habilidad Administrativa	3.37	3.97	***
Aventura	2.71	3.17	***

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$

Tabla 12.3. Factores de éxito
Financiación de la microempresa (en la actualidad)

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
Ahorros propios o de familiares (en la actualidad)	2.93	2.98	n.s.
Préstamos de familiares o amigos (en la actualidad)	2.26	2.25	n.s.
Prestamistas (en la actualidad)	1.88	1.81	**
Bancos y Financieras (en la actualidad)	2.17	2.13	n.s.
ONGs y cooperativas (en la actualidad)	1.81	1.72	***
Suplidor (en la actualidad)	1.92	2.03	***
Gobierno (en la actualidad)	1.69	1.67	n.s.
Avance de trabajo (en la actualidad)	2.02	1.99	n.s.
No necesitó (en la actualidad)	1.83	1.81	n.s.

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$

**Tabla 12.4. Factores de éxito
Otros ingresos en el hogar del propietario**

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	1.92	1.98	**
Aportes de su familia o amigos en el país	2.09	2.18	***
Ingresos de otra empresa ubicado en este u otro lugar	2.01	2.09	***
Sueldos de miembros del hogar	2.47	2.55	**
Ingresos de la agricultura	1.89	1.96	**
Alquileres de propiedades del hogar	1.88	1.98	***
Ayudas del gobierno (solidaridad, bono gas, luz y/o comida)	1.81	1.79	n.s.
Pensiones	1.73	1.76	n.s.-

Escala likert: 1: poco importante a 5: muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$
n.s.: no significativa

**Tabla 12.5. Factores de éxito
Infraestructuras y TIC**

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
SI Cuenta con servicios de agua	93.8%	95.5%	***
SI Cuenta con servicio sanitario	95.4%	95.7%	n.s
SI Cuenta con sistema de descarga	86.4%	89.2%	***
SI Cuenta con electrificación	98.1%	97.7%	n.s.
SI Cuenta con sistema telefónico fijo	85.4%	84.7%	n.s
SI Cuenta con celular	87.8%	90.7%	**
SI Dispone de correo electrónico (e.mail)	73.0%	75.8%	***
SI Utiliza banca electrónica	59.4%	60.7%	n.s
SI Dispone de página WEB	55.9%	55.6%	n.s

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

**Tabla 12.6. Factores de éxito
Administración contable, económica y financiera**

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
SI Lleva un registro de lo que cobra y paga	42.3%	49.6%	***
SI Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	33.0%	39.3%	***
SI Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos	46.3%	51.3%	***
SI Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	42.5%	49.3%	***
SI Le alcanza para pagar todos sus gastos con lo que vende actualmente o servicio que presta	40.2%	49.3%	***
SI Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	9.6%	13.8%	**
SI Se adapta fácilmente a los cambios importantes	42.0%	49.3%	***
SI Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	33.2%	42.0%	***
SI Sabe cuánto debe vender o servicios prestar para no perder	42.9%	49.7%	***
SI Está inscrita en el Registro Mercantil	20.4%	33.7%	***

Diferencias estadísticamente significativas: Chi-Cuadrado de Pearson. (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$.
n.s.: no significativa

Tabla 12.7. Factores de éxito
Capacitación

	Peor que competidores	Mejor que competidores	Sig.
Producción (calidad / gestión de residuos, etc)	3.29	3.76	***
Logística (gestión almacenes / distribución, etc.)	2.83	3.48	***
Comercial y marketing	2.84	3.47	***
Dirección y/o estrategia empresarial	2.75	3.32	***
Programas de informática	2.44	2.91	***
Nuevas tecnologías (e-business, diseño Web, TIC)	2.40	2.92	***
Contabilidad / Finanzas	2.68	3.21	***
Recursos Humanos (motivación, incentivos, trabajo en equipo, etc.)	2.65	3.27	***
Idiomas	2.12	2.52	***
Gestión de la innovación	2.36	2.87	***
Cursos técnicos-operativos	2.43	2.97	***

Escala likert: 1: mínima importancia a 5: máxima importancia
Diferencias estadísticamente significativas: ANOVA DE UN FACTOR: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$
n.s.: no significativa

13. Conclusiones

Las microempresas constituyen un elemento clave para el crecimiento económico de América Latina y representan cerca del 90% de su tejido empresarial (Saavedra y Hernández, 2008). Sin embargo, y a pesar de su importancia, han sido poco estudiadas. Con este informe se ha pretendido cubrir esta importante línea de investigación.

A modo de síntesis estos han sido los principales resultados:

El perfil de la microempresa: el 88.5% están ubicadas en zonas urbanas. El 31.1% se localizan en zonas residenciales, el 28.1% en barrios humildes, el 38.8% en zonas comerciales y el 2.1% restante en parques industriales. El 53.6% de las empresas tienen una antigüedad superior a 10 años y se califican como maduras y el 46.4% son empresas jóvenes. La edad media del propietario/a es de 48.6 años. El nivel de formación mayoritario es educación básica o media (50.7%), el 5.1% es sin educación formal o reglada, el 12.5% tienen estudios técnicos y el 31.8 posee estudios universitarios.

Expectativas de empleo y ventas y el clima empresarial: el 39.1% tienen expectativas de aumentar su empleo, el 53.7% que lo mantendrá y tan sólo el 7.2% lo reducirá. El diferencial aumento-disminución tiene un saldo positivo de 31.9 puntos. El 60.5% opina que aumentarán sus cifras de ventas, el 30.7% que se mantendrán y el 8.8% que disminuirán. En este caso el diferencial aumento-disminución es positivo por 51.7 puntos. La calificación media respecto al clima empresarial en una escala de 0 a 10 es de 6.2.

Expectativas sobre la evolución de sus negocios: el 46.6% de los propietarios afirmaron que su idea de futuro era expandir su negocio, el 27.9% señaló que continuaría con su negocio en el estado actual, el 16.7% que abriría adicionalmente otro negocio, el 5.0% dejaría su negocio para iniciar otro, y tan sólo el 3.8% dejará el negocio por un trabajo de asalariado.

Rendimiento: desde la perspectiva del grado de satisfacción que tiene el propietario con su negocio, el 52.9%, están satisfechas con su negocio y el 27.1% se encuentran muy satisfechas. Contrariamente, tan sólo el 2.6% están insatisfechas y el 2.4% muy insatisfechas. Y desde una perspectiva de tipo económico y competitivo, las microempresas se sienten bien valoradas (en una escala de 1 a 5) en el aumento de la satisfacción de los clientes (4.21), y en la mejora de la calidad del producto o servicio (4.06). Contrariamente, se encuentran menos valoradas en cuanto a la motivación de sus trabajadores (3.57) y en el incremento de la utilidad (3.73).

Motivaciones para emprender el negocio: en una escala de 1 a 5 los principales motivos fueron: les gusta el negocio que han creado (3.89), querer ser independiente (3.76) y por tener experiencia previa en el negocio (3.52). Los menos valorados: motivos de

despido (1.74), por tradición familiar (2.38), y por no encontrar empleo como asalariado (2.52).

Características del propietario determinantes para la creación de la microempresa: las principales características personales que impulsaron al propietario a crear su empresa fueron (con una escala de 1 a 5): su visión de futuro (3.93), su capacidad de liderazgo (3.78), su competitividad (3.74) y su creatividad (3.72). Contrariamente, las habilidades menos valoradas fueron: aventura (2.95), dotes de persuasión (3.48) y audacia (3.50). Adicionalmente, los datos mostraron que la necesidad económica (con una valoración de 3.81) representó un elemento determinante para la creación de su empresa.

Financiación de la microempresa al inicio de su actividad: las fuentes más importantes fueron: los ahorros propios o de familiares (3.96), y los préstamos de familiares y amigos (2.95). En menor grado se encuentran las fuentes de dinero que deben ser pagadas en términos de plazo y monto fijos, tales como bancos y financieras (2.31), prestamistas (2.19) y ONGs y cooperativas (1.79).

Otros ingresos del hogar del propietario: el más relevante adicionalmente al que se genera en la microempresa, los sueldos que devengan miembros del hogar (2.51) constituyen la principal fuente de recursos adicionales, en tanto que los aportes que realizan familiares o amigos (2.14) residentes en el mismo país donde funciona el negocio representan la segunda fuente en importancia, seguido de los ingresos de otros negocios (2.05) que funcionen en el mismo lugar o en otro lugar que la empresa principal.

Infraestructuras y TICs: el 93.2% tienen servicio de agua potable, el 92.2% cuentan con servicios sanitarios y el 96.5% cuenta con electrificación en su local. En cuanto a las TICs, el 79.8% disponen de un teléfono celular, el 74.2% tienen un sistema de teléfono fijo y el 54.5% tiene correo electrónico. Menos frecuente en la microempresa es utilizar banca electrónica, tan sólo el 28.7% la utiliza, o disponer de página WEB (20.5% de los casos analizados).

Prácticas administrativas (contable, económica y financiera): La práctica más habitual es la identificación de los costos de sus mercancías o productos (85.1%), seguida de saber cuánto deben vender o servicios prestar para no perder (82.6%), y por lle-

var registros contables de lo que cobran y pagan (79.7%) e identificar claramente los gastos familiares y personales de los del negocio (80.7%). Por el contrario las prácticas menos frecuentes son tener la empresa inscrita en el registro mercantil (46.5%) y contar con facturas para sus ventas (64.5%). Por otra parte, la microempresa se considera en general que se adapta fácilmente a los cambios importantes que ocurren en su entorno (82.9%) y el 21.4 reconoce haber recibido frecuentemente quejas de sus clientes.

Áreas de capacitación: las principales áreas en las que las microempresas precisan formar a su personal son: las de producción (calidad/gestión de residuos, etc.) con 3.54 puntos, seguido de las áreas de logística (gestión de almacenes / distribución, etc.) y la de comercial y marketing con 3.18 puntos. El área de dirección y/o estrategia empresarial la puntúan con 3.06 puntos. Por el contrario, las áreas en las que las microempresas, demandan menos formación, son las de idiomas (2.34 puntos), gestión de la innovación (2.64 puntos), nuevas tecnologías (2.68 puntos) y programas de informática (2.69 puntos).

Problemas a los que se enfrenta su negocio: los problemas más relevantes resultaron: la situación macroeconómica (2.8), problemas de mercado (2.4) y de tipo financiero (2.5). Los problemas considerados menos importantes son los relacionados con los recursos humanos (problemas con los trabajadores -2.02 puntos- y problemas personales -2.14 puntos-), y los de índole jurídico-tributarios (tributación/legales y problemas de formalización, ambos con 2.10 puntos).

DETERMINANTES DE LA FORMALIDAD DE LA MICROEMPRESA

Las microempresas formales se caracterizan por:

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas comerciales o parques industriales y disponen de un local independiente.
- El propietario de la microempresa tiene educación técnica o universitaria.
- Son microempresas maduras y de mayor tamaño
- Son microempresas en gran medida de industria o comercio.
- Tienen un perfil más emprendedor.
- Recurren en mayor medida a los ahorros propios o de familiares y a bancos y financieras.
- Cuentan en mayor proporción con servicios de agua, servicios sanitarios y electrificación. Además, las microempresas

formales disponen más de teléfono fijo, correo electrónico y disponen de página web que las microempresas informales. Y utilizan más la banca electrónica.

- Estar mejor administradas, desde un punto de vista contable, económico y financiero.
- Dar una mayor importancia a la capacitación de sus empleados.

FACTORES DE ÉXITO

Las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que sus competidores se caracterizan por:

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas residenciales o comerciales, particularmente en un puesto fijo en un área comercial.
- Estar gestionadas por propietarios con educación técnica o universitaria
- Trabajar principalmente en el sector de servicios
- Tener una dimensión mayor (microempresas con 6 a 10 empleados)
- Ser una empresa madura (con una antigüedad superior a 10 años)
- El propietario tiene mayor visión de futuro, capacidad de liderazgo, creatividad y son más competitivos.
- Recurren en menor medida a prestamistas o ONG's o cooperativas para obtener financiación. Y entran ingresos adicionales en la familia provenientes de otros sueldos de miembros de la familia, o aportes de la familia, o de remesas o regalos de familia o amigos en el exterior.
- Disponen en mayor proporción de celular y correo electrónico.
- Están mejor administradas, desde un punto de vista contable, económico y financiero. Llevan en mayor proporción, un registro de lo que cobra y paga, cuenta con facturas o recibos fiscales, identifican claramente los gastos familiares, personales y del negocio, se adaptan más fácilmente a los cambios importantes, conocen cuánto deben vender o servicios prestar para no perder, y están inscritas en el Registro Mercantil.
- Le dan una mayor importancia a la capacitación de sus empleados.

14. Principales acciones para el desarrollo de la microempresa

En este apartado y tras analizar los resultados del estudio empírico realizado a partir de la opinión de 7.629 propietarios

de microempresas de América Latina, delimitaremos las principales líneas de actuación o recomendaciones para favorecer su mejora competitiva. Para complementar de forma cualitativa el desarrollo de este apartado se llevó a cabo un **panel de expertos constituido por 70 expertos de América Latina en la temática de la microempresa**. El panel estuvo constituido por empresarios, expertos de Asociaciones empresariales, de la Administración, Local y Estatal, del sistema financiero y de investigadores de centros universitarios. A partir de esta información y la que proviene del equipo de trabajo, se han desarrollado las propuestas de actuación. Inicialmente se preguntó a los expertos acerca de una batería de problemas que pueden limitar el desarrollo de su empresa (cuadro 13.1) y de propuestas de actuación (cuadro 13.2).

Los problemas más relevantes que perciben los expertos para el desarrollo de la microempresa son la situación de inestabilidad financiera de las empresas y el difícil acceso a los recursos financieros, dado el insuficiente sistema bancario que les permita acometer con normalidad su gestión financiera. Seguimiento de los problemas de organización y dirección de la microempresa, de problemas relacionados con la situación actual del mercado y de la insuficiente cualificación de los recursos humanos. Contrariamente, los expertos señalan que los problemas de localización, los costes salariales, y los problemas técnicos vinculados al sistema productivo, son elementos que afectan en menor medida el desarrollo de la microempresa.

En cuanto a las propuestas de actuación, los expertos opinan que la reducción de los trámites para la creación de la empresa es el factor más demandado para el desarrollo de la microempresa. En segundo lugar señalan la importancia de propiciar un mayor desarrollo de un sistema financiero centrado en la financiación de la microempresa. Y como tercera actuación señalaron la necesidad de un mayor apoyo financiero a la inversión a través de ayudas o subvenciones. Por el contrario, actuaciones como la flexibilidad laboral, la reducción de las cuotas empresariales al seguro social, y la reducción de la complejidad del ordenamiento jurídico son consideradas actuaciones menos importantes de cara a mejorar la competitividad de la microempresa.

Tabla 14.1. Principales dificultades para el desarrollo de la mPyme

	Total
Situación financiera de la empresa	4,60
Dificultad de acceso a los recursos financieros	4,38
Problemas de organización y dirección	4,23
Problemas de mercado	4,20
Insuficiente cualificación de los recursos humanos	4,20
Limitada profesionalización de la dirección.	4,19
Problemas de innovación	4,19
Problemas de calidad	4,12
Turbulencia de la actividad empresarial que desarrolla	4,03
Insuficiencia de recursos tecnológicos	4,00
Problemas burocráticos con la administración pública	3,97
Gestión de cobros y pagos	3,97
Problemas técnicos vinculados al sistema productivo	3,83
Costos salariales elevados	3,75
Problemas de localización	3,30
En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima	

Tabla 14.2. Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la Pyme

Reducción de los trámites para la creación de empresas	4,33
Sistema bancario centrado en la financiación de las microempresas	4,25
Ayudas a la inversión	4,22
Información y asesoramiento a las empresas	4,20
Complejidad del ordenamiento contable y fiscal	4,19
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,17
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	4,17
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	4,02
Complejidad del ordenamiento jurídico	4,00
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3,83
Flexibilidad laboral	3,68
En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Muy importante	

Adicionalmente, a los expertos se les preguntó sobre qué tres actuaciones propondrían para mejorar el desarrollo de la microempresa y qué tres acciones consideraban más relevantes para reducir la economía informal. Al tratarse de información de tipo cualitativo la metodología se ha basado en el "análisis de contenido" y que distingue varias fases en su proceso: (1) determinar el objeto o tema de análisis; (2) determinar el sistema de categorías a priori quedando abierto durante el proceso siguiente de codificación; (3) codificar el contenido de las

opiniones de los expertos en las categorías ya existentes o proceder a crear nuevas y (4) asignación de atributos a cada una de las opiniones de los expertos. Se ha utilizado el programa NVIVO 10, específicamente recomendado para el análisis cualitativo de datos a través de texto.

Es importante destacar que en este apartado solo pretendemos abrir un debate para favorecer el entorno socioeconómico de la microempresa. A pesar de que estas organizaciones tienen un importante impacto económico en los países de América Latina, tanto por la generación de empleo como por su impacto en el PIB, siguen siendo unas

desconocidas. La complejidad que existe para estudiar a la microempresa es evidente (falta de información de tipo cuantitativo y cualitativo, carencia de estadísticas rigurosas y escasez de estudios empíricos académicos) y precisa de un mayor número de estudios. Este trabajo supone por tanto solo un primer paso al objeto de profundizar en estudios posteriores problemáticas más específicas de la microempresa, formal e informal.

14.1. ACCIONES PARA MEJORAR EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA

Las principales acciones que plantearon los expertos para el desarrollo de la microempresa las podemos clasificar en:

1. Acciones relacionadas con factores externos (factores de carácter normativo, fiscal, sectorial o industrial) a la microempresa (68,5% de los expertos):

- Simplificación del ordenamiento jurídico
- Reducción de impuestos y seguridad social
- Concurrencia en los mercados
- Apoyo gubernamental
- Vinculación con la universidad y centros de investigación
- Facilitar redes de asociación

2. Acciones para facilitar el acceso a la financiación (55,7% de los expertos).

3. Acciones relacionadas con factores internos (organización y gestión interna, diseño organizativo, gestión de recursos humanos, innovación tecnológica, formación, estrategias de la empresa, etc.) de la empresa (51,4% de los expertos):

- Formación
- Innovación y tecnología
- Gestión financiera y control de la gestión
- Cultura empresarial
- Estructura organizativa

1. Acciones relacionadas con factores externos

En general, la estabilidad económica y política de un país donde se proporciona seguridad jurídica repercute en el nivel de confianza del empresario y por tanto garantiza la inversión. Es por tanto necesario reducir la desconfianza de los microempresarios en las instituciones a través de una mayor transparencia. El gobierno debe implantar mecanismos para mantener un contacto continuo con los microempresarios y demostrar que los recursos de los ciudadanos que pagan sus impuestos se invierten de forma ética y socialmente

responsable y se realizan esfuerzos por disminuir la corrupción.

Simplificación del ordenamiento jurídico

Existe una opinión generalizada de que existe un exceso de trámites administrativos y que estos son complejos y con elevados costes. Las Administraciones Públicas, deben simplificar al máximo la “burocracia” costosa y en muchos casos innecesaria que la hace ineficaz, de manera que desde una mayor simplificación y agilidad, se facilite y posibilite la iniciativa y la creatividad de los empresarios, sobre todo si se trata de “crear nuevas empresas. “Crear mecanismos a través de agencias o unidades que faciliten información (ventanillas únicas, promotor de negocios) que integren a las distintas administraciones para facilitar el proceso de la creación de una empresa”.

Reducción de impuestos y seguridad social

Los expertos consideran necesario aplicar una medida de ajuste en las políticas de impuestos y seguridad social que son percibidos como excesivos. Se plantean acciones como escalar los impuestos de acuerdo al tamaño de la empresa y en particular en el inicio de la actividad de una empresa cuando se enfrenta a los costes de la formalización de la actividad empresarial lo que le resta liquidez para que la empresa pueda sobrevivir.

Concurrencia en los mercados

Existe un grado de concentración muy elevado en los mercados y se percibe una dependencia excesiva de los mercados locales. Los mercados se están globalizando y el microempresario tiene dificultad para establecer un mercado base que le permita un desahogo económico y financiero. En muchas ocasiones se encuentra un desconocimiento del mercado en el que se desenvuelve y los aspectos del entorno que la afectan. Para ello es necesario establecer mecanismos que faciliten la generación de información comercial, financiera y tecnológica de las microempresas para mejorar su gestión e incorporar mayor valor a sus productos y servicios. “La microempresa muchas veces no tienen información suficiente de su sector en cuanto a tecnologías nuevas. Se deben propiciar espacios de transferencia de tecnología”.

Apoyo gubernamental

Dado que los recursos y capacidades de las microempresas son diferentes se precisa una política pública específica de la microempresa. Los expertos señalan entre otras las siguientes acciones: "Ampliar la oferta de ayudas oficiales a la microempresa para favorecer la innovación", "reducir la factura energética", "ofrecer apoyos a la capacitación en los modelos de gestión específicos de la microempresa", "Financiar laboratorios de investigación para microempresas de un mismo sector de tal manera que el costo de la investigación sea asumida entre varias empresas", "Difundir los programas de ayudas existentes mediante campañas permanentes de difusión", "Reducir los trámites burocráticos en los programas de apoyo a las microempresas".

Vinculación con la universidad y centros de investigación

Para mejorar la competitividad un elevado número de expertos propone el acercamiento de la microempresa a la Universidad y que sea facilitado por las administraciones gubernamentales. "El problema de la competitividad no está centrada en la competencia sino en la relación exitosa de las variables internas de la organización del microentorno, se requiere un acercamiento del estado y la academia al sector productivo pyme en términos de asesorías y consultoría empresarial". "Fomentar la vinculación de las empresas con los generadores de conocimiento para que ellos los transfieran en mejoras de productos y procesos", "Fomentar la participación y vinculación de las instituciones educativas y centros de investigación en programas escuela-empresas que capaciten a los directivos de las empresas en mejores prácticas administrativas".

Facilitar redes de asociación

Otro aspecto relevante considerado por los expertos es la necesidad de fomentar las redes de asociación. Consideran necesario una red institucional de asesoría y soporte a la microempresa. "Impulsar la asociación a través de las cadenas productivas y clúster con apoyo estatal y de los gremios empresariales", "Fortalecimiento de redes organizacionales", "Implementar mecanismos de

apoyo empresarial, que les ayude a revisar sus estrategias y sus acciones, y reorienten los recursos a áreas de creación de valor", "Incentivar que las empresas se asocien y potenciar los acuerdos de cooperación como actuación más estructural, para temas como: comercializar productos, compras y abastecimientos, compartir maquinaria, información e introducir tecnología".

2. Acciones para facilitar el acceso a la financiación.

En opinión de los expertos la dificultad de acceso a la financiación es uno de los principales problemas a los que se enfrenta la microempresa y generan un freno a su competitividad y crecimiento. Las restricciones al crédito impactan negativamente en el desarrollo competitivo de la microempresa y limitan sus inversiones e innovación. El limitado acceso a la financiación es especialmente determinante para el cierre de microempresas en su primer año de vida. Adicionalmente, las tasas de interés son elevadas en los créditos bancarios La falta de un verdadera banca de desarrollo para microempresas hace muy complicado que éstas puedan acceder a créditos bancarios que les permitan un crecimiento sostenido, actualmente este crédito está siendo financiado a través de proveedores. Los expertos señalan la necesidad de "Impulsar políticas públicas que faciliten el acceso a los recursos de financiación de capital de trabajo", "Es necesario mejorar las organizaciones del microcrédito", "Buscar nuevas o diversificadas fuentes de financiamiento", "Propiciar mayores recursos financieros para los nuevos emprendimientos", "Incrementar el financiamiento del sector público y privado reduciendo los parámetros de garantía que se les exige a las microempresas", "Seleccionar planes de negocio con base a un perfil emprendedor local".

3. Acciones relacionadas con factores internos

Las microempresas como consecuencia de su tamaño tienen importantes limitaciones dado la escasez de sus recursos (financieros, humanos, tecnológicos, organizativos, etc...). Esto provoca en general que tengan limitado sus mercados y el acceso a la financiación bancaria. Adicionalmente, dado su estructura organizativa tiene dificultades para aplicar medidas de gestión que garantice su competitividad. En este sentido los expertos señalan las siguientes acciones:

Formación

Una de las acciones que requiere mayor atención para mejorar la competitividad de la microempresa es la

capacitación ya que en casi todos los casos es un requisito fundamental para la innovación, la calidad o la mejora de los procedimientos de dirección y gestión. Las acciones de capacitación aisladas no tienen gran utilidad. Es preciso que se coordinen y respondan a un plan. Para ello, es necesario detectar previamente las necesidades formativas de cada subsector empresarial y de cada empresa y que éstas respondan a problemas reales o a una orientación a la mejora continua. Los expertos señalan como necesario: “Potenciar la profesionalización del propietario y problemas vinculados a la organización a través de la capacitación”. Las competencias de la dirección repercuten en el desarrollo de acciones para solucionar los problemas organizacionales con información actualizada y asesoramiento a la microempresa. La capacitación en administración se presenta como la plataforma que requieren muchas microempresas para competir no sólo en el mercado doméstico, sino también para mirar hacia el exterior.

Innovación y tecnología

En la microempresa existe un limitado desarrollo de la innovación y de sus procesos productivos, además de disponer de una escasa infraestructura tecnológica. Esta baja capacidad de innovación impide el desarrollo productivo y competitivo y provoca que no se adapte con agilidad a los cambios del mercado ni a sus competidores. Las principales acciones señaladas por los expertos son: “Programas de acompañamiento técnico y tecnológico in door permanentes”, “Alianzas publico- privadas para promover el desarrollo de proyectos de innovación y desarrollo tecnológico mediados por procesos de capacitación”, “Desarrollar en los microempresarios el espíritu empresarial para fortalecer su capacidad de crear valor a través de la innovación”, “Promover programas de gestión de la innovación”, “Asistencia técnica en diseño y mejora de productos y servicios, procesos y gestión”, “Adaptar las nuevas tecnologías de la información y comunicación”.

Gestión financiera y control de la gestión

La gestión financiera de la microempresa no es la adecuada. En general en la microempresa no se determinan ni identifican los costos reales de la empresa para estimar su beneficio de una forma correcta y existe un profundo desconocimiento de la importancia de los procesos contables y tributarios. De ahí la necesidad de “ampliar la educación de administración y financiera del propietario de la microempresa” e implementar un sistema de control de gestión y proyecciones de ingresos y gastos.

Cultura empresarial

Los expertos señalan que en la empresa no existe una cultura empresarial enfocada en la competitividad: ausencia de planeación estratégica y mercados enfocados a lo local y con bajos índices de productividad. Como acciones señalan: “Establecer una cultura organizacional y un clima laboral en base a la confianza, contribuyendo a elevar la autoestima de quienes laboran en la empresa”, “Desarrollar el intraemprendimiento entre sus trabajadores”, “Fomentar las capacidades innovadoras en la organización a través de la capacitación”.

Estructura organizativa

Dado su tamaño la microempresa tiene una estructura organizativa muy limitada. En muchas ocasiones toda la gestión recae en el propietario de la microempresas y la estructura organizacional para las diferentes funciones estructurales está ausente. A lo sumo suelen externalizar servicios a través de la asesoría de un consultor principalmente fiscal y contable. En este aspecto los expertos proponen: “Establecer acuerdos de cooperación con otras microempresas para el desarrollo de diferentes actividades necesarias para la microempresa, tales como, utilización de TIC, desarrollo de planes comerciales, etc.”.

14.2. ACCIONES PARA REDUCIR LA ECONOMÍA INFORMAL

Las principales acciones que plantearon los profesionales que participaron en el panel de expertos se pueden dividir en 7 categorías:

- Incentivos fiscales y sociales
- Ayudas financieras y acceso a la financiación
- Reducción de trámites burocráticos
- Concienciar de la necesidad de formalizar la microempresa
- Estudiar estrategias para reducir la informalidad
- Fomentar la capacitación
- Promover programas de asesoramiento

Incentivos fiscales y sociales

Esta categoría ha sido la de mayor consenso (80% de los expertos). Los expertos plantean la necesidad de redefinir las políticas públicas orientadas a la microempresa de forma que incentiven su formalización.

Sería preciso generar regulaciones públicas flexibles para las microempresas en materia laboral, fiscal y financiero. Estas reformas deberían contribuir a fortalecer a las microempresas para incentivar su salida de la informalidad. En este sentido destacamos los siguientes planteamientos: “Programas fiscales específicos para microempresarios”, “Reducción de impuestos”, “Simplificar el proceso de pago de impuestos”, “Dar facilidades de pago de impuestos”, “Crear incentivos para hacerlo, mediante una carga impositiva más equitativa y con rendición de cuentas que garantice la transparencia y evite la corrupción”, “Desarrollar un programa de pago de seguridad social escalonado”, “Eximir de impuestos durante los 5 primeros años al pasar a la formalidad”, “Reducción de los costes de seguridad social: acuerdos entre gobierno, sector empresarial y sindical”, “Apoyo en el pago de impuestos”, “Diseñar un sistema, que permita capitalizar la microempresa dejando un periodo sin cobro de impuestos, y que de acuerdo a su crecimiento cobrarlos de manera gradual, permitiendo así estimular los indicadores de empresas legalmente constituidas”, “Mayores apoyos para la seguridad social para microempresas de reciente creación hasta por dos años, así como para las microempresas que salen de la informalidad”, “Impulsar una amnistía para que los negocios que están operando se formalicen con reducción de las cuotas y sanciones”, “Crear una política de formalización acorde con el tipo de empresa y su actividad”.

Ayudas financieras y acceso a la financiación

Las ayudas financieras gubernamentales y tener un mejor acceso a la financiación fue otra categoría importante para los expertos (61,4%). En este sentido podemos destacar aportaciones como: “Incentivar la formalización con planes de subsidios a los impuestos los primeros cinco años de existencia de las empresas”, “Dar un acceso fácil a los fondos de financiamiento para microempresas”, “Mejorar el apoyo financiero”, “Favorecer un sistema financiero alternativo al bancario que lleve a la formalidad de la microempresa”, “Acceso a programas de financiamiento preferente cuyo requisito es el registro ante Hacienda”, “Desarrollar un programa a escala nacional de inclusión financiera de la microempresa”,

“Planes de financiamiento para microempresas formalizadas”, “Implementación de una política pública de financiamiento a las microempresarios: perfil de financiación con favorables condiciones y amplia oferta de constitución de garantías”.

Reducción de trámites burocráticos

La reducción de los trámites burocráticos para la creación de un microempresa fue expuesta por el 54,2% de los expertos. Para ello sería necesario realizar una reforma administrativa, fiscal y financiera que reduzca los trámites burocráticos para la apertura y fomento de las microempresas formales. Algunas propuestas fueron: “Simplificación y reducción de los trámites para la creación de empresas y formalización de las empresas informales”, “Trámites menos engorrosos o burocráticos”, “Diseñar un sistema sencillo: para entrar y para salir”, “Brindar información clara y de sencilla”, “Simplificación del marco legal y regulatorio para las microempresas”, “Establecer una fórmula para que la formalización de la microempresa sea gratuita”, “Mejorar la oferta de normativa legal e impositiva: mejor estructura de ordenamiento fiscal y contable”, “Desarrollo de proyecto de ventanilla única”.

Concienciar de la necesidad de formalizar la microempresa

Otra categoría relevante fue la necesidad de concienciar a los propietarios de las microempresas para pasar de la informalidad a la formalidad (47,1% de los expertos). Para ello los expertos señalan: “Fomentar la confianza en las instituciones gubernamentales”, “Hacer ver a las microempresas que sus impuestos están solucionando problemas de la comunidad y que les estén prestando servicios adecuados”, “Promover valores morales en la población”, “Mejorar la relación y la información con las asociaciones y las propias microempresas. Destacar el protagonismo de la microempresa para la sociedad”, “Fortalecer los gremios y su vinculación con los afiliados para aprovechar sinergias y promover la formalidad de la microempresa”.

Estudiar estrategias para reducir la informalidad

En esta categoría determinados expertos (21,4%) se posicionan por dedicar esfuerzos y recursos para estudiar el fenómeno de la economía informal en profundidad. En este sentido, algunas consideraciones fueron: “Aceptar la informalidad como sector para poder dimensionarla cuantitativamente y poder definir un marco político y operativo acorde a la realidad”, “Estudiar cómo adaptar la legislación

y los sistemas tributarios para condiciones de formalización colectiva”, “Estudiar estrategias de formalización asociativa”, “Creación de mecanismos indirectos de formalización: provisión financiera sujeta a formalización” y “Generar una estrategia para mantener empresas en la formalidad y que no se revierta esta condición”.

Fomentar la capacitación

Otro aspecto valorado por los expertos (18,5%) fue la necesidad de dar capacitación a los microempresarios de forma que puedan conocer las ventajas de la formalización de su empresa. Entre otras propuestas señalamos: “Favorecer la capacitación del personal en microempresas”, “Capacitación empresarial y fiscal para promover la formalización de la microempresa”, “Desarrollar programas integrales de formación de empresarios, que sean accesibles a los propietarios de las microempresas, y en los cuales se desarrollen sus competencias empresariales”, “Capacitación gratuita sujeta a la formalización de la microempresa”,

“Implementar centros de desarrollo empresarial para sensibilizar/capacitar a los empresarios sobre la importancia de formalizar la empresa”, “Generar un proceso gradual formativo que incentive la migración por etapas de la informalidad a la formalidad”.

Promover programas de asesoramiento

Finalmente el 15,7% de los expertos señalaron la necesidad de promover programas de asesoramiento para facilitar los procesos de formalización de la microempresa informal. Así, manifestaron: “Dar un asesoramiento profesional al microempresario informal”, “Acompañamiento y apoyo para lograr tener las capacidades de la formalización”, “Dar información y asesoramiento a las empresas con la participación de organismos públicos y la Universidad para ayudar al microempresario informal a formalizar su empresa”, “Vincular a Cámaras, Universidad y Gobiernos locales para asesorar al pequeño propietario informal”.

Albuquerque, F. (2007): "Desarrollo local en América Latina: Oportunidades y desafíos para el trabajo decente", Documento de Trabajo N° 63, Departamento de Integración de Políticas, Grupo de Políticas Nacionales, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.

Boletín de Economía Laboral (2006): "La microempresa: una propuesta tipológica y ejercicio de aplicación en Lima sur", Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo de Perú, Boletín 34, Año 9.

Cardozo, E.R. (2007): "La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala", *Revista Copérnico*, Vol. 4 (6), 23-30.

Dandridge, T y Levenburg, N.M. (2000): "High-tech Potential? An Exploratory Study of Very Small Firms' Usage of the Internet", *International Small Business Journal*, vol. 18 (2): 81-91.

González Alvarado, T.E. (2005): "Problemas en la definición de microempresa", *Revista Venezolana de Gerencia*, Año 10, N° 31, 408-423.

Heshmati, A. (2001): "On the Growth of Micro and Small Firms: Evidence from Sweden", *Small Business Economics*, 17, 213-228.

Orjuela, F.N. (2006): "Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana", *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, N° 43, 153-174.

Ortiz Medina, M. (2013): "El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en República Dominicana", *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, Vol. 2 N° 3, 39-48.

Pollack, M. y Jusidman, C. (1997): "El sector informal urbano desde la perspectiva de género. El caso de México", Santiago de Chile, CEPAL.

Saavedra, M.L. y Hernández, Y. (2008): "Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo", *Actualidad Contable FACES*, Año 11, N° 17, Julio-Diciembre, 122-134.

Tokman, V.E. (2001): "De la informalidad a la modernidad", *Economía*, Pontificia Universidad Católica del Perú, Vol. XXIV, n° 48, 153-178.

Torres, M. (2006): "Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo", Organización de los Estados Americanos. Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral. Departamento de Desarrollo Social y Empleo.

Tunal, G. (2003): "El Problema de Clasificación de las Microempresas", *Actualidad Contable FACES*, Vol. 6 (7), Julio-Diciembre, 78-91.

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA MICROEMPRESA EN AMÉRICA LATINA

INFORME 2016
FAEDPYME

El estudio de la microempresa o micronegocio se ha constituido en las últimas décadas en un referente para los académicos y para las instituciones, nacionales e internacionales, de cara a favorecer su desarrollo y mejorar su competitividad. Desde **FAEDPYME** se ha pretendido realizar una primera aproximación al estudio de la microempresa desde múltiples perspectivas. Con el fin de contribuir en estudios posteriores al desarrollo de metodologías que favorezcan el impulso de este tipo de empresas. El objetivo de este trabajo es, por tanto, realizar una radiografía en profundidad de la situación de la microempresa en América Latina para determinar sus fortalezas y debilidades, y aportar estrategias y planes de actuación que redunden en una mejora de su competitividad y desarrollo.

Los objetivos del informe son:

- * Analizar las características generales de las microempresas.
- * Estudiar los motivos para la creación de la microempresa.
- * Conocer las expectativas y el grado de satisfacción con su empresa.
- * Analizar la financiación de la microempresa y conocer los ingresos que percibe la unidad familiar.
- * Determinar las infraestructuras y el grado de desarrollo de las TIC.
- * Analizar la gestión de la administración.
- * Conocer los problemas o dificultades por los que atraviesa la microempresa.
- * Determinar los factores de éxito de las microempresas.
- * Elaborar propuestas de actuación para la mejora de la competitividad y desarrollo de la microempresa.



Colabora:

