

Un análisis comparativo entre México y República Dominicana

Gonzalo Maldonado Guzmán Marina Ortiz de Abreu Sandra Yesenia Pinzón Castro José Trinidad Marín Aguilar



Un análisis comparativo entre México y República Dominicana



Un análisis comparativo entre México y República Dominicana

Gonzalo Maldonado Guzmán Marina Ortiz de Abreu Sandra Yesenia Pinzón Castro José Trinidad Marín Aguilar



Un análisis comparativo entre México y República Dominicana

Primera edición 2018 (versión electrónica)

D.R. © Universidad Autónoma de Aguascalientes Av. Universidad 940, Ciudad Universitaria Aguascalientes, Ags., 20131 www.uaa.mx/direcciones/dgdv/editorial/

© Gonzalo Maldonado Guzmán Marina Ortiz de Abreu Sandra Yesenia Pinzón Castro José Trinidad Marín Aguilar

ISBN 978-607-8652-22-8

Hecho en México Made in Mexico

Esta publicación contó con el apoyo y recursos del Fondo Micro. Agradecemos a su Directora de Investigación, la Dra. Marina Ortiz de Abreu.

Índice

Prólogo	9
Introducción	11
Metodología de investigación aplicada en las microempresas	17
Caracterización de la muestra	29
Principales motivos para la creación de las microempresas	47
Características esenciales en la creación de microempresas	63

Expectativas y satisfacción de las microempresas	79
Financiamiento de las microempresas	95
Ingresos adicionales de las microempresas	121
Infraestructura y TICs en las microempresas	139
Administración contable, económica y financiera en las microempresas	155
La capacitación del personal en las microempresas	171
El aprovisionamiento en las microempresas	189
Las ventas en las microempresas	203
Problemas y dificultades a los que se enfrentan las microempresas	213
Factores de éxito en las microempresas	233
Conclusiones generales	263
Recomendaciones generales	271
Referencias	279

Prólogo

Aun cuando se ha reconocido la importancia de las microempresas no solamente para el crecimiento y desarrollo de la economía, primordialmente en los países en vías de desarrollo, sino también para el desarrollo de la sociedad en general, es evidente que son pocos los estudios científicos que se han realizado sobre las microempresas, y son aún más escasos aquellos estudios orientados en las microempresas de los países de América Latina. Sin embargo, a pesar de que las microempresas en México y República Dominicana, al igual que en el resto de los países de América Latina, representan un poco más de 50% del total de los negocios establecidos, es el sector empresarial más olvidado no solamente por los investigadores y académicos universitarios, sino también por las propias autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno.

Asimismo, es importante establecer que tanto en México como en República Dominicana y el resto de los países que integran la América Latina, un considerable número de microempresas realizan sus actividades empresariales en la clandestinidad de la llamada *Economía Informal*, es decir, no generan ningún pago de impuestos y no tienen ninguna carga tributaria y fiscal ante las autoridades hacendarias competentes, lo cual las margina prácticamente de la posibilidad de obtener créditos de entidades financieras a tasas preferenciales, al igual que la participación de las ayudas o subvenciones otorgadas por las autoridades fiscales. Además, los trabajadores de las microempresas que se encuentran en la economía informal, que comúnmente son familiares del propietario de la misma, en general no gozan de ningún derecho laboral, no tienen acceso a los servicios de salud pública y carecen de los beneficios de una pensión por jubilación.

Sin embargo, también es importante reconocer que la mayoría de las microempresas establecidas en México, República Dominicana y el resto de países de América Latina, fueron fundadas por mujeres y representan un ingreso sustancial para el sostenimiento de la familia y, en un porcentaje importante, los ingresos provenientes de las microempresas son el único sustento económico familiar. Como consecuencia de ello, las mujeres no solamente son el género más emprendedor sino también las que gestionan más adecuadamente las microempresas, pero la mayoría de ellas carecen de los conocimientos y habilidades básicas de administración, lo cual se ve reflejado en los bajos niveles de rendimiento y, sobre todo, en la desaparición del mercado de un alto porcentaje de este tipo de pequeños negocios.

En este sentido, es importante que investigadores, académicos y profesionales de las ciencias de la empresa orienten sus investigaciones y trabajos hacia el análisis y discusión de la importancia que tienen las microempresas, no sólo para el crecimiento y desarrollo de los países que integran América Latina, sino también para la recomposición del tejido social, dando prioridad a los aspectos de emprendimiento, capacitación y generación de programas y políticas públicas que coadyuven a la generación de economías de escala y la formalización de las microempresas latinoamericanas.

Los autores

Introducción

Diversos investigadores, académicos y profesionales de la actual literatura de las ciencias empresariales han reconocido la importancia que tienen las microempresas tanto para el crecimiento como para el desarrollo de la economía, y se ha encontrado que la contribución que realizan este tipo de negocios es cada vez mayor para la creación de empleos y para el bienestar social, primordialmente en los países en vías de desarrollo o de economía emergente (Hallberg, 2001; Rocha, 2012; Ayyagari et al., 2014), como es el caso de México y República Dominicana. Sin embargo, a pesar de que las microempresas representan un elevado porcentaje del total de las asentadas en los países en vías de desarrollo, es muy importante apuntar que un número considerable de ellas opera de manera no regularizada (economía informal), y que el sector formal de las microempresas es cada vez más estrecho (Guyo y Galgallo, 2017), tal y como ocurre en estos países.

Las microempresas, además, generalmente presentan un crecimiento limitado y desaparecen del mercado en el que participan de manera regular, sobre todo en este tipo de países, aun cuando generan una importante aportación al crecimiento y al desarrollo de la economía. Algunas de las posibles causas de este problema pudieran ser tanto la atomización como el tamaño de la distribución de las microempresas, lo cual limita su nivel de competitividad, comparado con las pequeñas y medianas empresas (Tybout, 2000; Mazumdar y Mazaheri, 2003). Por ello, los diversos estudios publicados en la actual literatura que analizan y promueven el crecimiento de las microempresas presentan, cada vez más, un mayor interés político en los países en vías de desarrollo (McPherson, 1996), ya que brindan una serie de políticas, programas y estrategias que pueden ser implementadas fácilmente, tanto a los microempresarios como a las autoridades gubernamentales de los tres niveles.

En este sentido, es importante establecer un clima empresarial que propicie la inversión a través de políticas regulatorias, institucionales y de desarrollo de infraestructura física, no solamente para el crecimiento de las microempresas (World Bank, 2004; Page, 2012), sino también para el desarrollo, la sobrevivencia y el crecimiento de la inversión (Beck y Demirgüç-Kunt, 2006). Por lo tanto, los esfuerzos en la implementación de políticas por parte de las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, permitirán la reducción significativa de los requerimientos para otorgar créditos según las necesidades de las microempresas, e incrementarán la infraestructura necesaria para el establecimiento de este tipo de negocios (Guyo y Galgallo, 2017), lo cual permitirá tanto el crecimiento significativo del número de microempresas y del porcentaje de empleos generados en la economía, como el aumento del nivel de ingresos y de ventas de este tipo de negocios, generando un desarrollo de las microempresas.

En el estado del arte también se identificó una serie de variables que afectan la capacidad productiva y el nivel de crecimiento de las microempresas, sobre todo de las asentadas en América Latina, en general, y de México y República Dominicana, en particular. Un ejemplo claro de ello es el financiamiento, el cual tiene efectos positivos y significativos en el crecimiento de las microempresas, pues restringe el acceso a los capitales de inversión (Rajan y Zingales, 1998; Demirgüç-Kunt y Maksimovic, 1998; Beck y Demirgüç-Kunt, 2006; Aynadis y Mohammednur, 2014; Wang, 2016). Si bien el financiamiento que otorgan los intermediarios es esencial

para el crecimiento de las microempresas en el mercado, es común que las de los países en vías de desarrollo presenten múltiples restricciones para ello, por lo que éstas incrementan tanto el costo del financiamiento como el retorno de las inversiones de los negocios y, eventualmente, afectarán el crecimiento de las microempresas (Bond *et al.*, 2015).

También se ha reportado evidencia empírica que demuestra que el acceso a los recursos financieros informales frena las inversiones y el crecimiento de las microempresas (Bah y Cooper, 2015). Las implicaciones de estos hallazgos son importantes desde el punto de vista tanto de los gerentes como de los propietarios de las microempresas pues, en la mayoría de los países en vías de desarrollo, el financiamiento informal juega un papel básico en la obtención de los créditos que requieren éstas para lograr un mayor nivel de inversión y de crecimiento (Guyo y Galgallo, 2017). Sin embargo, la evidencia empírica obtenida hasta el momento sobre los efectos del acceso del financiamiento formal e informal en el crecimiento de las microempresas es incipiente, por lo cual sería provechoso fomentar un mayor número de estudios teóricos y empíricos que aporten la suficiente evidencia para responder las diversas preguntas que se han planteado en la actualidad.

El nivel del capital humano es otra de las variables que afectan positivamente tanto al crecimiento como a la sobrevivencia de las microempresas. En este sentido, el nivel de educación formal, ya sea del gerente o propietario de éstas, afecta significativa y positivamente su nivel de crecimiento (Bates, 1990; McPherson, 1996; Gitonga, 2008; Aggrey et al., 2012; Moyi, 2013; Aynadis y Mohammednur, 2014). Además, otros estudios más han demostrado que las microempresas que son gestionadas por hombres logran mayores niveles de crecimiento que aquellas gestionadas por mujeres (Mead y Liedholm, 1998; Gitonga, 2008; Aggrey et al., 2012; Tefera et al., 2013), lo cual indica que las gestionadas por hombres tienen mayores posibilidades de obtener más fuentes de financiamiento (Johnson, 2004). Las autoridades gubernamentales tendrán que crear mayores incentivos para las empresas gestionadas por mujeres, con el objetivo de minimizar los riesgos que conlleva el crecimiento de este tipo de negocios (Downing, 1991).

Sin embargo, estudios recientes aportan evidencia teórica y empírica que demuestra que los contratos de préstamos que realizan tanto los gerentes hombres como mujeres, permiten tener un mayor acceso al financiamiento que requieren estos negocios. Por ejemplo, se ha encontrado que el tamaño

de las microempresas no está correlacionado con el género de los gerentes o propietarios de estos negocios, pero sí está fuertemente correlacionado con el nivel de ganancias generadas por las microempresas (Bond *et al.*, 2015). Además, la misma literatura establece la importancia de la relación entre las empresas o la colaboración entre éstas, como un mecanismo para mejorar significativamente el rendimiento empresarial y para incrementar las actividades de innovación a través del intercambio de los recursos y de las ideas entre las empresas que colaboran (Chesbrough, 2003; Schott y Jensen, 2016). Con lo anterior, se generan diversos beneficios entre éstas, como puede ser el desarrollo de las habilidades y de las capacidades para explotar al máximo los recursos disponibles (Parida *et al.*, 2016).

Consistente con la teoría del aprendizaje de Jovanovic (1982), que es la que más se vincula al crecimiento de las empresas, la evidencia empírica aportada muestra una relación positiva y significativa entre el crecimiento de las microempresas y su tamaño (Evans, 1987; Mead y Liedholm, 1998), y entre su crecimiento y su antigüedad (Evans, 1987; Mead y Liedholm, 1998; Aguilar y Kimuyu, 2002; Aggrey et al., 2012). Este vínculo se establece sobre todo cuando se relacionan con las oportunidades de obtención de más y mejores niveles de ganancias (Mueller, 1972) o beneficios (Aguilar y Kimuyu, 2002). Además, una investigación más reciente señala la existencia de una relación positiva y significativa entre la investigación y el desarrollo (I+D), y la inversión y el crecimiento en diferentes tamaños de las empresas; se muestra un efecto positivo entre el crecimiento de las microempresas y los cambios positivos que éstas realizan para adaptarse a los requisitos que establecen los mercados y el medioambiente de los negocios (Guyo y Galgallo, 2017).

En términos del acceso a la infraestructura, se encuentra que la mayoría de las microempresas tienen acceso a la energía eléctrica, pero ésta por sí sola no reduce el nivel de inversión que necesitan este tipo de negocios en la capacidad productiva (Reinikka y Svensson, 2002). Por ello, y en relación con la infraestructura, las aglomeraciones externas o la diversidad de microempresas que surgen día a día en los diversos países a nivel mundial, entre los que se encuentran los países que competen a esta investigación, afectan positivamente tanto al crecimiento de las microempresas y el nivel de los beneficios, como al grado de especialización y al bajo nivel de producción de las mismas (Pyke *et al.*, 1990). Por lo tanto, las microempresas que se encuentran en las zonas urbanas han demostrado tener un mayor nivel de crecimiento que las asentadas en

las zonas rurales. Es posible que esto se deba a la existencia de un mayor nivel de infraestructura y aglomeración de las microempresas (McPherson, 1996).

En general, el rápido desarrollo de los servicios para las empresas, tales como la tecnología, el acceso a las fuentes de trabajo y a los mercados, ha permitido que las microempresas tengan cada vez más un mayor nivel de crecimiento (Moyi, 2013). Asimismo, la calidad de los servicios de las instituciones públicas y privadas también ejercen un efecto positivo y significativo en el crecimiento de las microempresas (Beck y Demirgüç-Kunt, 2006; Ayyagari et al., 2007; Chakraborty, 2016). Por ello, éstas tienen mayores intenciones de invertir una parte importante de sus ganancias cuando tienen la seguridad de que el sistema y las instituciones existentes protegerán sus derechos de propiedad intelectual (Johnson et al., 2002; Cull y Xu, 2005; Beck y Demirgüç-Kunt, 2006), pero si los microempresarios perciben la existencia de políticas inestables, este clima afectará de manera negativa el crecimiento de sus microempresas (Ayyagari et al., 2008).

Finalmente, las diferencias existentes entre los diversos sectores en los cuales están establecidas las microempresas tienen efectos positivos y significativos en su nivel de crecimiento (Guyo y Galgallo, 2017). Así, los sectores de la construcción de servicios, de química y de plástico han demostrado mundialmente un alto nivel de crecimiento (McPherson, 1996; Mead y Liedholm, 1998). La diferencia existente entre el nivel de crecimiento en estos sectores puede estar relacionada con el nivel de infraestructura y con la transformación de la economía de los países. Por lo tanto, los factores más importantes que han modificado la economía del nuevo milenio y que han permitido obtener un mayor nivel de crecimiento pueden ser, ya sea debido a la especialización sectorial con políticas económicas que priorizan la instalación de microempresas, que contribuyen con un mayor nivel de competitividad del sector, o bien como resultado del crecimiento potencial del desarrollo de nuevos productos o servicios que potencialicen el nivel de crecimiento del sector (André, 2015).





Metodología de investigación aplicada en las microempresas

Existen teorías que tratan de explicar el nivel de crecimiento que deberían lograr o que han logrado las microempresas en cualquier sector de la actividad económica y en cualquier país del mundo (Aguilar y Kimuyu, 2002). Una de ellas fue la ley de los efectos proporcionales de Gibrart (1931), la cual establecía que el crecimiento puede ser considerado como un fenómeno aleatorio e independiente del tamaño de las empresas. Desde esta postura teórica, se desarrollan una serie de modelos estocásticos que tratan de explicar el crecimiento de las empresas (McPherson, 1996), a través de una distribución de actividades empresariales continuas que pueden proporcionar niveles de crecimiento cada vez mayores (McPherson, 1996). Así, se considera el crecimiento como un fenómeno aleatorio, pero esta teoría no contempla el rol de las políticas institucionales.

Otra de las teorías existentes es la de los costos transaccionales, la cual explica que los beneficios y el crecimiento que presentan las empresas son el resultado de la interacción de una serie de factores que sucede mediante la producción y el intercambio (Coase, 1937). Este punto de vista sobre la importancia económica del nivel de crecimiento de las empresas radica en la gestión de la estructura del negocio, por lo cual las empresas que pretendan lograr un mayor nivel de crecimiento deberán, en una primera instancia, reducir sus costos totales de producción y proveer mejores precios de sus factores de producción (Coase, 1937). Como complemento a esta teoría, surge la del crecimiento de la empresa, postulada por Penrose (1959), la cual establece que el crecimiento de las empresas depende de la identificación de los recursos internos que posean para su establecimiento, y de la gestión de sus capacidades que permitan utilizar estos recursos. Los factores externos, entonces, no son tan importantes como los factores internos, ya que éstos son fundamentales para aprovechar las oportunidades externas que brindan los mercados y, así, promover un mayor crecimiento de las empresas (Penrose, 1959).

Otra teoría es la del ciclo de vida de las empresas propuesta por Mueller (1972), quien postula que el crecimiento de las empresas depende, en un alto porcentaje, de su antigüedad y de las oportunidades de inversión que éstas realicen. Por lo tanto, si las empresas están dispuestas a lograr un rápido nivel de crecimiento y, eventualmente, un menor nivel de estancamiento empresarial, entonces se facilitará su maduración rápidamente para lograr mayores oportunidades de incremento de sus niveles de ganancias (Mueller, 1972).

En contraste, surge la teoría de la selección del ruido desarrollada por Jovanovic (1982), quien afirma que todas las empresas aprenden de su pasado; al reconocerlo, mejoran significativamente su eficiencia y, por ende, presentan un mayor nivel de crecimiento y sobrevivencia en los mercados en los cuales participan. Asimismo, afirma que las ineficiencias en el nivel de gestión que muestran las microempresas son consecuencia de la limitada experiencia en el perfeccionamiento de la producción (McPherson, 1996; Aguilar y Kimuyu, 2002). Por lo tanto, la ineficiencia en la gestión puede mejorar, sin problema alguno, los niveles de aprendizaje; éstos permiten mejorar su nivel de crecimiento, sin importar su antigüedad ni su tamaño, por lo cual se aprovechan las oportunidades existentes en el mercado (McPherson, 1996).

Finalmente, se tiene la teoría neoclásica de la economía desarrollada por O'Farrell y Hitchens (1988), quienes establecen la existencia a corto plazo de la curva de los costos y del aumento de los incentivos de éstos, lo cual propicia

el crecimiento de las empresas. Esta perspectiva establece la importancia de los factores de la producción en las organizaciones, tales como el capital del trabajo y la limitación de la productividad que tienen los factores de éste, como los empleados y los trabajadores (Guyo y Galgallo, 2017). Asimismo, se afirma que el crecimiento de las empresas se debe a los cambios en la tecnología y a los cambios de los precios de los productos o servicios (McPherson, 1996). En este sentido, prácticamente el crecimiento de las microempresas dependerá, en un elevado porcentaje, de la expansión de su capital del trabajo (Aguilar y Kimuyu, 2002), así como del crecimiento de la demanda de sus productos o servicios (McPherson, 1996; Aguilar y Kimuyu, 2002).

En resumen, las teorías presentadas establecen la importancia que tienen los recursos internos de las empresas y de las microempresas, como el principal sostén que permite el nivel de crecimiento de las mismas (Penrose, 1959; Jovanovic, 1982), así como el rol que tienen los factores externos que limitan sustancialmente las capacidades internas de las microempresas (Penrose, 1959; Mueller, 1972; O'Farrell y Hitchens, 1988; McPherson, 1996). Por lo tanto, la metodología que se seguirá en este estudio parte de la consideración de los recursos internos que tienen las microempresas y de los factores externos que limitan o facilitan su nivel de crecimiento.

Medición de las variables

Se ha discutido extensamente sobre la importancia de aumentar los trabajos de investigación en el análisis del crecimiento de las microempresas, así como sobre los principales factores o variables que lo afectan, y sobre su desarrollo, y se hace un hincapié especial en las microempresas ubicadas en países como México y República Dominicana, ya que son esenciales no sólo para el crecimiento y el desarrollo de la economía de los países, sino que también funcionan como un arma para combatir la pobreza y para beneficiar el desarrollo social. Por ello, el establecimiento de las principales variables que permitirán una medición lo más exacta posible de la problemática que enfrentan actualmente las microempresas de América Latina en general, y de México y República Dominicana en particular; es un aspecto básico en este trabajo de investigación ya que el análisis parte de ello.

Asimismo, para recabar la información sobre la problemática que tienen las microempresas de estos países, se diseñó una encuesta que fue aplicada de manera personal a los propietarios o gerentes de las microempresas seleccionadas. Para ello se consideró, aparte de la revisión de la literatura sobre las microempresas en las revistas y *journals* de alto nivel especializados en los micronegocios, la experiencia de *FondoMicro* en el desarrollo de escalas que miden los principales problemas que presentan en la actualidad las microempresas, lo cual permitió el diseño de un cuestionario que midió los principales problemas que enfrentan las microempresas de América Latina en general y, particularmente, la realización de un diagnóstico que facilitara la comprensión de la situación actual de las microempresas en México y en República Dominicana. En términos generales, la encuesta que se diseñó para recabar la información de los principales problemas que aquejan a las microempresas se dividió en siete bloques, siendo éstos los que se presentan a continuación:

- 1. Datos generales: perfil de la organización y perfil del propietario.
- 2. Motivos para la creación de la microempresa.
- 3. Expectativas y satisfacción con la microempresa.
- 4. Financiación de la microempresa e ingresos de la familia.
- 5. Infraestructura y TICs en la microempresa.
- 6. Administración de la microempresa.
- 7. Problemas y dificultades a los que se enfrenta la microempresa.

Para la medición de las variables de los bloques 2, 4, 6 y 7, se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos con los siguientes valores: 1=Poco importante, a 5=Muy importante; para el bloque 3 también se utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos con valores de: 1=Muy desfavorable, a 5=Muy favorable; para el bloque 5 y para una parte del bloque 6, se utilizaron preguntas dicotómicas (1=Sí y 0=No). La mayoría de las preguntas que se utilizaron en la encuesta ya se habían aplicado en encuestas anteriores en la República Dominicana por *FondoMicro*, lo cual facilitó su fiabilidad y validación en el contexto de América Latina y, para efectos de este trabajo de investigación, se utilizaron las mismas preguntas que tuvieron que ser adaptadas para el contexto mexicano.

Determinación del tamaño de la muestra

La encuesta contiene tanto preguntas cualitativas como cuantitativas, por lo que fue necesario establecer el tamaño de la muestra con una consideración de error de ±5% como límite y un nivel de confiabilidad de 95%. Asimismo, para la determinación del tamaño de la muestra de las microempresas de estos países, se consideró prudente utilizar el número de trabajadores y no el volumen de ventas, dado que existen disparidades entre los países en cuando al monto de éstas; además, había un mayor nivel de probabilidad de que las microempresas proporcionaran la información sobre la cantidad de empleados y no de su volumen de ventas del año anterior a la aplicación de la encuesta para reducir el margen de error en la recogida de la información.

Se consideró adecuado utilizar el más reciente pronunciamiento de la clasificación de las pequeñas y medianas empresas de ambos países para determinar el tamaño de la población objeto de estudio tanto de México como de República Dominicana y, a partir de ello, establecer el tamaño de la muestra para el estudio. En el caso de México se consideró la clasificación empresarial publicada el 30 de junio de 2009 en el *Diario Oficial de la Federación*, por medio del cual se establece que el tamaño de la empresa se determinará a partir del recuento del número de trabajadores multiplicado por 10%, más el monto de las ventas anuales, por 90%. La cifra obtenida debe ser igual o inferior al tope máximo combinado de cada una de las categorías, las cuales van desde 4.6 para las microempresas, hasta 250 para las medianas empresas. La tabla 1 muestra con mayor detalle los cálculos realizados.

Tabla 1. Estratificación de las empresas según tamaño en México.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (millones de pesos)	Tope máximo combinado*
Micro	Todos	Hasta 10	Hasta \$4.0	4.6
	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
Pequeña	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95

continuación de tabla

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (millones de pesos)	Tope máximo combinado*
	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
Mediana	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250
* Tope máximo combinado = (trabajadores) x 10% + (ventas anuales) x 90%				

Fuente: Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009.

Para el caso de República Dominicana se consideró la clasificación considerada por la Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa (СОДОРУМЕ). La Tabla 2 muestra con mayor detalle los datos anteriormente presentados.

Tabla 2. Estratificación de las empresas según tamaño en República Dominicana.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (millones de pesos)
Micro	Todos	Desde 1 hasta 9	I.N.D.*
Pequeña	Todos	Desde 10 hasta 49	I.N.D.*
Mediana	Todos	Desde 50 hasta 99	I.N.D.*

^{*} No se encontró información sobre el volumen de ventas anuales de las empresas

Fuente: Directorio de Empresas y Establecimientos 2016.

Además, la muestra de este trabajo de investigación se fundamenta en los principios establecidos para el muestreo estratificado de poblaciones finitas, el cual requiere de una definición lo más precisa posible de los criterios utilizados para la estratificación de los datos recabados a través del instrumento de recogida de éstos, mediante una encuesta estructurada y aplicada de manera personal a las empresas seleccionadas, de la estructura de la población objeto de estudio (microempresas establecidas en México y

República Dominicana), y de los recursos financieros (presupuesto) y humanos que se disponían para la aplicación del trabajo de campo; en el caso de México, se buscó la participación de diversas universidades localizadas en el norte, centro y sur del país para obtener una muestra representativa de las microempresas mexicanas y, para el caso de República Dominicana, *FondoMicro* se encargó de recabar la información de éstas con una muestra que es representativa del sector y del país.

Bajo estos parámetros, los criterios que se utilizaron para la estratificación tanto de la muestra como de los datos, están correlacionados con el tipo de variables utilizadas en el instrumento de recogida de la información puesto que, estadísticamente hablando, es recomendable que se reduzcan los estratos lo más posible para que se incremente de manera significativa la correlación entre las variables analizadas, ya que un mayor número de estratos generaría una reducción significativa de la precisión de la correlación entre dichas variables. Por lo tanto, la estratificación de la muestra de este trabajo de investigación se realizó considerando solamente el tamaño de las microempresas, por lo cual se tiene que:

 N_h es el tamaño de cada estrato

N es el tamaño de la población: $N = \sum_{h} N_{h}$

 W_h es el peso de cada estrato: $W_h = \frac{N_h}{N}$

n es el tamaño de la muestra

 n_h es el número de unidades muestrales en el estrato h: $n_h = W_h n$

Si P es la proporción poblacional que se desea estimar y \hat{P}_h es la proporción muestral en el estrato h, el estimador insesgado, \hat{P} , sería

$$\hat{P} = \sum_{h} W_{h} \hat{P}_{h}$$

y su varianza

$$V(\hat{P}) = \sum_{h} W_{h}^{2} (1 - \frac{n_{h}}{N_{h}}) \frac{N_{h}}{N_{h} - 1} \frac{P_{h} (1 - P_{h})}{n_{h}}$$

De igual manera, la situación más desfavorable sería un incremento significativo de la varianza, y se lograría siempre y cuando P_h fuera igual a 0.5, supuesto bajo el cual se obtiene del tamaño de la muestra, si se asume que se tiene una distribución asintóticamente normal del estimador. Por ello, para establecer el tamaño total de la muestra, se consideró oportuno entrevistar solamente a aquellas microempresas que tenían entre uno y cinco trabajadores al momento de la aplicación de la encuesta, por lo cual la muestra se seleccionó por medio de un muestreo aleatorio simple, y quedaron incluidas un total de 4,340 empresas con un error máximo de \pm 4% y un nivel de confiabilidad de 96% para el caso de México, y quedaron incluidas también 395 empresas con un error de \pm 5% y un nivel de confiabilidad de 95% para el caso de República Dominicana. Se aplicaron las encuestas en ambos países, al igual que en América Latina, durante los meses de febrero a junio de 2014.

Además, las encuestas se aplicaron únicamente a los gerentes o propietarios de las microempresas por medio de una entrevista personal en cada uno de los países participantes en el proyecto, lo cual resultó en una muestra total de cada uno de los siete países participantes de América Latina, tal como se muestra en la tabla 3.

Tabla 3. Definición de la muestra del estudio de las microempresas por país.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Panamá	216	2.8	2.8
Ecuador	411	5.4	8.2
Bolivia	200	2.6	10.8
Colombia	1600	21.0	31.8
Argentina	468	6.1	37.9
México	4340	56.9	94.8
República Dominicana	395	5.2	100.0
TOTAL	7,630	100.0	

Fuente: elaboración propia.

De igual forma, se consideraron 19 subsectores de las microempresas, pertenecientes a los tres grandes sectores de la actividad económica (comercio, servicio y manufactura), ya que son en los que se encuentran clasificados la mayor parte de los micronegocios en estos países. La aplicación de las encuestas a cada uno de los 19 subsectores de la actividad económica se puede apreciar mejor en la tabla 4:

Tabla 4. Sectores considerados en la muestra del estudio de las microempresas en América Latina en 2014.

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Tiendas de abarrotes y misceláneas	1809	23.7	23.7
Tortillerías y panaderías	474	6.2	29.9
Artes gráficas	452	5.9	35.8
Salón de belleza	571	7.5	43.3
Talleres mecánicos	306	4.0	47.3
Farmacias	266	3.5	50.8

continuación de tabla

Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Carnicerías	254	3.3	54.2
Talleres de maquinado	162	2.1	56.3
Manufactura de plástico	48	0.6	56.9
Servicios de consultoría a empresas	257	3.4	60.3
Fabricantes y reparadores de zapatos	144	1.9	62.2
Textil y confecciones	361	4.7	66.9
Industria agroalimentaria	138	1.8	68.7
Muebles y madera	164	2.1	70.9
Comercio de informática	328	4.3	75.2
Servicio de transporte	105	1.4	76.5
Bares y restaurantes	581	7.6	84.1
Talleres de artesanías	120	1.6	85.7
Moteles	170	2.2	87.9
Otros	920	12.1	100.0
TOTAL	7,630	100.0	

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, de acuerdo con la información obtenida en este trabajo de investigación y con los factores de segmentación de los datos considerados, los análisis estadísticos se ajustaron a las siguientes tres características:

- Se utilizaron gráficos de frecuencias para que la información fuera más comprensible para las variables que requerían de un análisis de diferencias porcentuales.
- 2. En algunos casos se utilizaron tablas de 2 x 2 para que los resultados fueran más robustos, por lo que se aplicó la corrección por continuidad de Yates sobre la misma fórmula de la c^2 de Pearson.

3. Para las variables que permitían la aplicación de la diferencia de medias, se utilizaron tanto gráficos como tablas con el análisis de la varianza de un factor (ANOVA) como prueba de contraste; con ello, se excluyeron los casos en los cuales las muestras analizadas fueran pareadas o relacionadas; para estos casos, se usó la *T* de Student o el test de Wilcoxon cuando la prueba de *T* no se consideró apropiada.



Caracterización de la muestra

En la literatura se ha analizado y discutido sobre la pobreza existente a nivel mundial. Destaca el estudio realizado por Chen (2005), quien considera que la pobreza es el mayor de los problemas mundiales, el cual se ha agudizado a partir del nuevo milenio, ya que más de mil millones de personas sobreviven con menos de un dólar al día. Generar oportunidades de empleos y proveer de un ambiente favorable para el establecimiento de microempresas es una de las múltiples opciones para mejorar la situación económica de las personas de escasos recursos, ya que es común que este tipo de negocios tengan un fuerte impacto en la economía de los países, como México y República Dominicana, al aportar un elevado porcentaje de la creación de trabajos, especialmente en los sectores de la industria manufacturera y los servicios; para el caso de los países que pertenecen a la OECD, las micro, pequeñas y medianas empresas aportan entre 60% y 70% de los empleos, y un poco más de 55% del Producto Interno Bruto (PIB) (Gonzáles Rocha, 2012).

Sin embargo, aun cuando las microempresas representan el mayor porcentaje de empresas en México y República Dominicana, al igual que en los países de América Latina, y a pesar de que contribuyen con un elevado porcentaje a la creación de empleos y del PIB, el clima de negocios en el que comúnmente operan es incierto (Gonzáles Rocha, 2012). De hecho, de acuerdo con el *ranking* elaborado por el *Doing Business*, se establece que los países con mayor nivel de pobreza ocupan los lugares superiores a 100 dentro de las 183 economías participantes. Particularmente, los países con menores niveles de ingresos tienen los indicadores más bajos en términos de comercio interno, ya que ocupan posiciones desde la 140 en adelante. De manera similar, en el reporte de competitividad global realizado por el Foro Económico Mundial (2009) se considera que los países que tienen bajos ingresos se ubican alrededor de la posición 110 de un total de 139 países en sofisticación de los negocios, y alrededor de la posición 99 en actividades de innovación.

Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo (2005) ha realizado diversos estudios que se han enfocado en los efectos que produce el medioambiente de los negocios en el crecimiento y en el desarrollo de los pequeños negocios, entre ellos las microempresas, y se ha concluido que este ambiente es esencial para que se puedan instalar éstas en los países de más bajos niveles de ingresos. Asimismo, el Comité de Donantes para el Desarrollo de Empresas (2009) realizó un estudio para analizar el impacto que han tenido las reformas realizadas en diversos países en vías de desarrollo, tanto en el medioambiente de los negocios como en el crecimiento de la economía para aliviar un poco el nivel de pobreza existente, y se encontró que sólo en algunos de los países con mayores niveles de pobreza se ha visto un aumento significativo en el número de microempresas establecidas, por lo cual las diversas reformas realizadas recientemente no han reducido de manera significativa el nivel de pobreza existente (*International Labour Organization*, 2002, 2004; Chen, 2005).

Además, se ha aportado evidencia empírica que demuestra la existencia de una relación positiva y significativa entre las micro, pequeñas y medianas empresas con el crecimiento de la economía de los países, sobre todo de aquellos que se encuentran en vías de desarrollo (Gonzáles Rocha, 2012). Sin embargo, el Banco Mundial (2003) ha sugerido que existe una clara regresión

en los ingresos obtenidos por las pequeñas empresas de los países de más bajos ingresos, a causa del incremento cada vez mayor de los impuestos que éstas tienen que pagar al fisco. Sin embargo, esta misma fuente también establece que, en aquellos países que existe un medioambiente efectivo de los negocios, se ha favorecido el crecimiento de los micronegocios y, en consecuencia, el crecimiento de la economía de los países.

Un claro ejemplo de lo anterior se encuentra en el estudio realizado por Altenburg y von Drachenfelds (2006), quienes concluyeron que algunos de los países de Asia que implementaron una serie de reformas y que generaron un efectivo medioambiente de los negocios, no solamente lograron niveles de crecimiento muy significativos, sino que también incrementaron su participación en el PIB y mejoraron su posición en el *ranking* de los países con mayor nivel de crecimiento. Por lo tanto, estos autores consideraron que un medioambiente de los negocios efectivo, además de generar más y mejores resultados a las microempresas, también incrementa significativamente sus actividades de innovación y otras actividades de los negocios más sofisticadas. Esto podría generar tanto un mayor nivel de crecimiento de la economía como la mejora del nivel de vida de la sociedad de los países.

Bajo este contexto, se reconoce la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas en el crecimiento y en el desarrollo de la economía de los países, principalmente en los que interesan para esta investigación (Gonzáles Rocha, 2012). Además, la *International Finance Corporation* (2000) consideró pertinente que, tanto los estudios como las escalas para evaluar la promoción y el crecimiento de las microempresas, deberían incluir políticas sociales y económicas que son, prácticamente, los factores que influyen en el crecimiento y en el desarrollo de las microempresas. Por lo tanto, se deberían orientar los estudios e investigaciones con objetivos que ayuden a ampliar la noción sobre el crecimiento y desarrollo que requieren las microempresas.

En este sentido, Loayza y Serven (2010) analizaron detalladamente la regulación de los mercados y sus efectos en la economía de los países. Concluyen que estas retabulaciones generan un impacto positivo y significativo en el desempeño de la economía, por lo que la regulación que tienen los mercados se puede realizar a través de una serie de reglas que limitan las acciones de los agentes de la economía, lo cual puede favorecer el cumplimiento de las metas sociales de los países, entre ellas un crecimiento en el número de microempresas. Sin embargo, Blanchard (2006) consideró que la excesiva regulación de los

mercados es una de las principales causas del bajo desempeño macroeconómico que han sufrido los países de la Unión Europea, en comparación con Estados Unidos. Esta actividad es considerada en la actualidad como uno de los principales obstáculos, no solamente para el crecimiento y desarrollo de los países, sino también para el crecimiento de las propias microempresas (World Bank, 2008).

La Organización Internacional del Trabajo (2005) promovió tres aspectos esenciales para la regulación del medio ambiente de los negocios para las microempresas: 1) la regulación política y legal necesaria; 2) la estructura de las organizaciones; y 3) los ajustes en el mercado, en la sociedad y en la economía. Esta perspectiva ha generado una fuerte discusión en la literatura, pues considera las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales como un instrumento para la creación y desarrollo de políticas, leyes y reformas gubernamentales que han tenido un fuerte impacto en el medioambiente de los negocios (por ejemplo, incubadoras de negocios, centros de innovación, agencias de investigación de mercados, cámaras de comercio, asociaciones de empresarios, uniones de comerciantes y otras asociaciones privadas), las cuales permitieron una mejora sustancial en los indicadores de innovación y sofisticación de los negocios de aquellos países que las implementaron, de acuerdo con el reporte de competitividad global (Foro Económico Mundial, 2009).

Además, la regulación de los mercados impacta el medioambiente de los negocios, y también está fuertemente asociada con los altos costos y con la regulación laboral de los empleados y trabajadores de las microempresas, como apuntan Ayyagari *et al.* (2007). Asimismo, estos mismos autores sugirieron que las microempresas manufactureras están fuertemente asociadas con el medioambiente competitivo de los negocios, por lo cual las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno del grupo de países que competen a esta investigación, deben estatuir los mercados de acuerdo con las necesidades y condiciones de las microempresas, para generalizar un medioambiente de los negocios que favorezca la instalación y desarrollo de éstas.

En los gráficos 1-13 se presentan los datos de la caracterización de la muestra encuestada para analizar las diferencias existentes entre las microempresas asentadas tanto del territorio de México como de las asentadas en el mercado de República Dominicana.

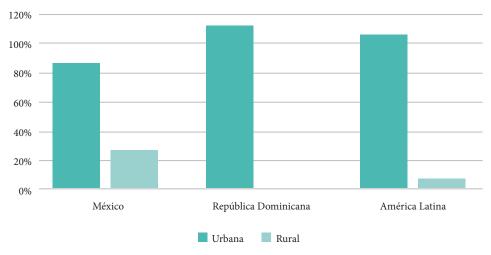


Gráfico 1. Ubicación geográfica de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 1 muestra que 76% de las microempresas en México se encuentra en las zonas urbanas, mientras que 24% restante se ubica en las zonas rurales. Con respecto a República Dominicana, se puede observar que se encuestaron a empresas ubicadas en la zona urbana de la capital y, en el caso de América Latina, 94% de las microempresas se encuentra establecido en las zonas urbanas, mientras que 6% restante se ubica en las zonas rurales. Es posible inferir que, en promedio, México tiene un menor porcentaje de microempresas establecidas en las zonas urbanas, comparado con las existentes en República Dominicana y en América Latina y, como contraparte, también tiene un mayor porcentaje de microempresas ubicadas en las zonas rurales.

Una explicación podría ser que, tanto en República Dominicana como en América Latina, existen pocas oportunidades de generación de microempresas en las zonas rurales; en otras palabras, se puede deber a que no existe la infraestructura necesaria ni un medioambiente de negocios que propicie e incentive la instalación de microempresas en las zonas rurales, concentrándose en las zonas urbanas las oportunidades para la generación de microempresas. Caso contrario el de México, pues existen las condiciones necesarias para que tanto en las zonas urbanas como en las zonas rurales se puedan

asentar las microempresas, y se brindan oportunidades a los emprendedores que tienen la intención de poner su propia empresa.

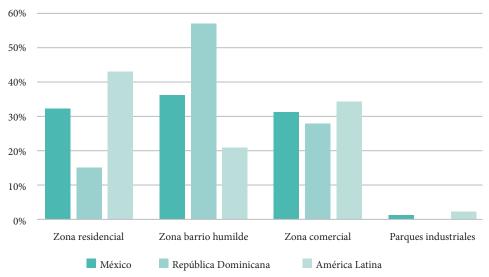


Gráfico 2. Localización de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 2 indica que 36% de las microempresas en México se encuentra ubicado en barrios humildes, mientras que en República Dominicana esto lo representa 57% y en América Latina, 21%. En el caso de las microempresas ubicadas en las zonas comerciales, en México representan 31%, en República Dominicana, 28% y en América Latina, 34%. Con respecto a las microempresas establecidas en las zonas residenciales, en México se encuentra 32% en esta situación, en República Dominicana, 15% y en América Latina, 43%. De acuerdo con lo anterior, en México y en República Dominicana hay un mayor número de microempresas establecidas en los barrios humildes que en las zonas comerciales y residenciales, mientras que en América Latina el número favorece a las microempresas en las zonas residenciales y comerciales, y en los barrios humildes se presenta un porcentaje menor.

Un dato que funciona para explicar lo anterior es que tanto en México como en República Dominicana se tiene un ingreso mayor por parte de las familias que viven en los barrios humildes, por lo cual surgen este tipo de negocios para dar servicios o proveer de los productos que requieren las familias que habitan estas colonias, mientras que en el resto de los países de América Latina, las familias no tienen los recursos suficientes para la compra de diversos productos o de servicios ofrecidos por las microempresas.

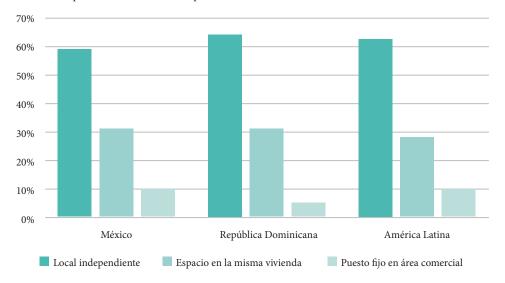


Gráfico 3. Tipo de local de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 3 muestra que 59% de las microempresas en México cuenta con un local independiente, mientras que en República Dominicana cuenta con éste 64% y en América Latina, 62%. En cuanto a las microempresas que tienen un espacio en la misma vivienda, tanto en México como en República Dominicana, 31% cuenta con este espacio, y en América Latina, 28%. Las microempresas que tienen un puesto fijo en un área comercial en México representan 10%, en República Dominicana, 5% y en América Latina, 10%. Por lo tanto, alrededor de 60% de las microempresas asentadas en estos países cuenta con un local independiente, mientras que alrededor de 30% dispone de un espacio en la misma vivienda.

Las personas que deciden crear su propia microempresa en América Latina buscan un local comercial independiente, ya que un elevado porcentaje de ellas se ubican tanto en las zonas comerciales como en las zonas residenciales. Además, otro porcentaje importante de microempresas consideró pertinente la prestación de sus servicios comerciales en un mismo espacio de la vivienda de sus propietarios, pues un elevado porcentaje de la población habita en las colonias populares o barrios humildes, por lo cual las personas no cuentan con los recursos económicos necesarios para poner su microempresa en un local independiente.

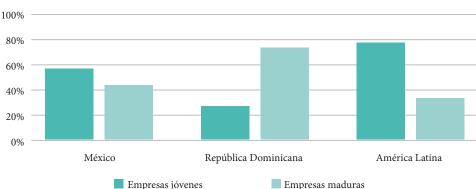


Gráfico 4. Antigüedad de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 4 indica que 56% de las microempresas en México es considerado como empresa joven, es decir, aquéllas que tienen de 1 a 10 años en el mercado, mientras que en República Dominicana este tipo de microempresas representan 27% y en América Latina, 77%. Por el contrario, las microempresas que tienen más de 10 años en el mercado, las llamadas empresas maduras, en México representan 44%; en República Dominicana, 77% y en América Latina, 33%. En México, al igual que en América Latina, más de la mitad de las empresas asentadas en el territorio tienen entre 1 y 10 años de participación en el mercado, mientras que en República Dominicana un poco más de 70% tiene más de 10 años en el mercado.

Este contraste en la antigüedad de las microempresas podría explicarse porque en México, al igual que en el resto de los países de América Latina, no se disponen de los programas adecuados para apoyar a las microempresas para su crecimiento y desarrollo. En consecuencia, así como un alto porcentaje de ellas aumenta cada año, igual porcentaje de ellas muere en los primeros años de operación. Caso contrario lo que sucede en República Dominicana donde, al parecer, se tienen mejores programas de apoyo a las microempresas, los cuales les permiten sobrevivir en el mercado en el cual participan.

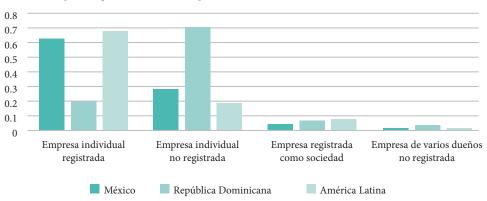


Gráfico 5. Tipo de registro de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 5 muestra que tanto en México como en América Latina se presentan porcentajes elevados de microempresas individuales registradas ante las autoridades hacendarias, 63% y 67% respectivamente, mientras que en República Dominicana solamente se tiene 20% registrado. En contraste, este país tiene el registro más alto de microempresas individuales no registradas al representar éstas 70%, mientras que en México es 29% y en América Latina, 19%. En México y en América Latina, alrededor de 70% de las microempresas asentadas en su territorio cuenta con un registro ante las autoridades hacendarias, mientras que en República Dominicana es lo contrario, pues 70% no está registrado.

Existen más incentivos fiscales y de apoyo para las microempresas registradas ante las autoridades hacendarias en México y en América Latina que en República Dominicana, por lo cual las mexicanas y latinoamericanas prefieren contar con un registro ante las autoridades que vivir en la economía informal.

Al parecer, en República Dominicana, las autoridades gubernamentales no han podido implementar adecuadamente algunos programas que les permitan a las microempresas, que se encuentran establecidas en su mercado, pagar los impuestos correspondientes para mayores beneficios.

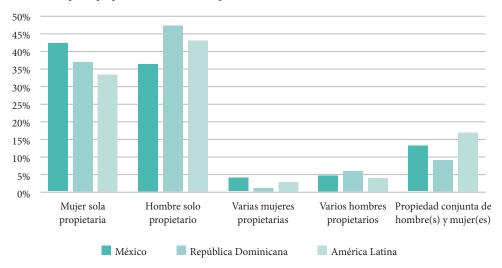


Gráfico 6. Tipo de propietario de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 6 indica que 42% de las microempresas en México es propiedad de una mujer, mientras que en República Dominicana esto representa 37% y en América Latina, 33%. Con respecto a las microempresas propiedad de un hombre, en México representa el 36% con esta característica; en República Dominicana, 47% y en América Latina, 43%. En cuanto a las microempresas registradas como propiedad conjunta entre hombres y mujeres, en México representan 13%; en República Dominicana, 9% y en América Latina, 19%. Alrededor de 40% de las microempresas ubicadas en estos países es propiedad de una sola mujer, mientras que alrededor de 50% está registrado como propiedad de un solo hombre. Las mujeres son las que tienen el mayor nivel de emprendimiento en la creación de microempresas. Cada vez es mayor el nivel de porcentaje de las mujeres que están emprendiendo un nuevo negocio; sin embargo, son los hombres los que gozan un

poco más del mayor nivel de registro de microempresas, pues en los países latinoamericanos no se ha apoyado a las gestionadas por mujeres de igual manera que a las gestionadas los hombres, lo cual indica la existencia de diferencias de género.

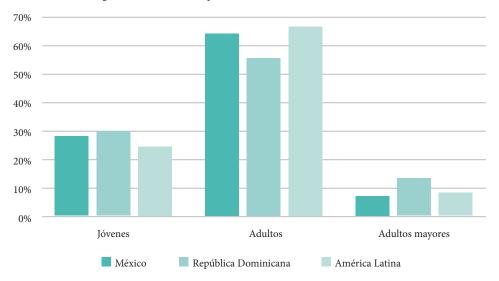


Gráfico 7. Edad del gerente de las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 7 muestra que los gerentes de las microempresas son personas adultas (entre 36 y 60 años). Esto representa para México 64%, para República Dominicana, 57% y para América Latina, 66%. Con respecto a los gerentes jóvenes (menores de 36 años), en México representan 29%; en República Dominicana, 30% y en América Latina, 25%. En cuanto a los gerentes adultos mayores de las microempresas (mayores a 60 años), en México representa 7%; en República Dominicana, 13% y en América Latina, 9%. Alrededor de 60% de las microempresas establecidas en estos países es gestionado por personas adultas. Esto puede suceder debido a que, después de que las personas adquieren cierta experiencia previa, entonces deciden emprender un negocio. O bien, si la familia percibe que el ingreso es insuficiente, se puede tomar la decisión de emprender su propia microempresa para el sostén del hogar. Esto suele coinci-

dir cuando se alcanza una edad adulta (entre 36 y 60 años), la cual es la etapa más productiva de las personas.

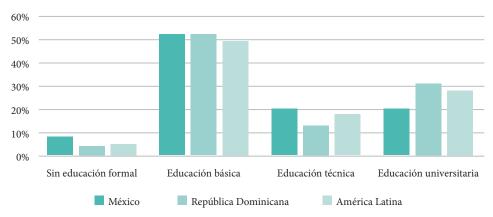


Gráfico 8. Nivel de formación académica de las personas que dirigen las microempresas.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 8 indica que el nivel de educación formal que tienen los gerentes de las microempresas es básico (primaria y secundaria), el cual representa 52% tanto para México como para República Dominicana y 49% para América Latina. Con respecto a la educación universitaria, en México los microempresarios con esta formación representan 20%; en República Dominicana, 31% y en América Latina, 28%. En cuanto a los microempresarios que cuentan con educación técnica, en México es el caso del 20% de los microempresarios; en República Dominicana, el de 13% y en América Latina, el de 18%. El 50% de las microempresas, entonces, es gestionado por personas que tienen estudios de primaria y secundaria, y solamente un pequeño porcentaje de los gerentes cuenta con estudios universitarios. Con esto se observa que la mayor parte de la población no tiene posibilidades de ingresar a las instituciones de educación superior.

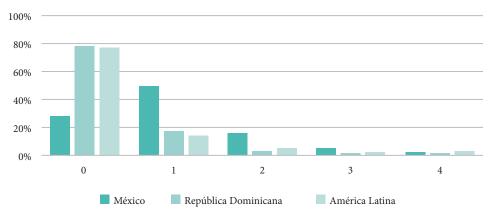


Gráfico 9. Trabajadores no pagados en las microempresas.

El gráfico 9 muestra que 28% de las microempresas en México no cuenta con ningún trabajador no pagado, mientras que en República Dominica 78% de las microempresas muestra esta característica y en América Latina, 77%. Asimismo, 50% de las microempresas asentadas en México cuenta con un trabajador no pagado, mientras que en República Dominicana sólo 17% posee esta característica y en América Latina, 14%. Además, 15% de microempresas en México cuenta con 2 trabajadores no pagados, mientras que en República Dominicana cuenta con lo mismo 3% y en América Latina, 5%. Alrededor de 80% de las microempresas asentadas en República Dominicana y en América Latina no cuenta con ningún trabajador no pagado, mientras que en México este factor representa sólo 30% de las microempresas. En República Dominicana y en América Latina, los propietarios de las microempresas prefieren realizar las actividades empresariales solos, por lo que el propietario es el encargado de la realización de todas las actividades de su microempresa, mientras que en México la mayor parte de las microempresas tienen el apoyo de una persona que no es pagada, es decir, los propietarios tienen una persona, que regularmente es un miembro de la familia, que los apoya en la prestación de los servicios de sus microempresas.

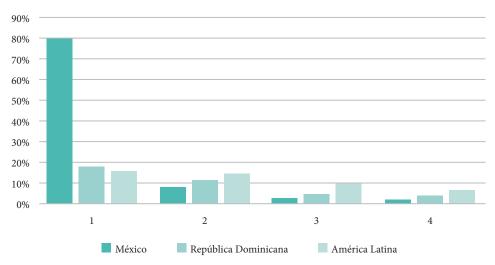


Gráfico 10. Trabajadores pagados en las microempresas.

El gráfico 10 indica que 80% de las microempresas en México cuenta con un trabajador pagado, mientras que en República Dominicana tiene la misma característica 18% y en América Latina, 16%. El 8% de las microempresas en México cuenta con dos trabajadores pagados, 12% en República Dominicana también, y en América Latina, 15%. Sólo 3% de las microempresas en México cuenta con tres trabajadores pagados; en República Dominicana, 5% cuenta con esta cantidad de trabajadores, y en América Latina, 10%. El 80% de las microempresas instaladas en México tiene en promedio un trabajador pagado, mientras que en República Dominicana y el resto de los países de América Latina solamente 10% de microempresas tiene tres trabajadores pagados. En México, las microempresas tienen un mayor porcentaje de ventas y de participación de mercado, lo cual las obliga a que se contrate a un trabajador para poder entregar los productos o servicios demandados por sus clientes. En República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, las microempresas tienen un mercado mucho más restringido, por lo cual no se tiene la presión ni la necesidad de contratar a un trabajador más que apoye en las actividades empresariales.

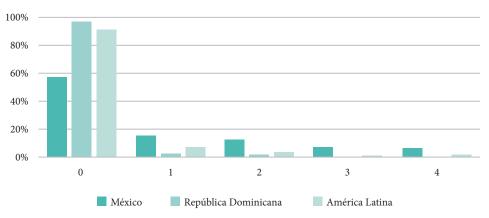


Gráfico 11. Trabajadores aprendices en las microempresas.

El gráfico 11 muestra que 59% de las microempresas en México no cuenta con trabajadores aprendices; en República Dominicana, 98% de las microempresas tampoco cuenta con esta característica, al igual que 91% de América Latina. Sin embargo, en México, 15% de las microempresas cuenta con un trabajador aprendiz, mientras que en República Dominicana esto sólo lo presenta 1% y en América Latina, 5%. Porcentajes similares ocurren cuando se cuenta con dos trabajadores aprendices, sólo que América Latina cuenta con esta cantidad un 2%. En México, 60% de las microempresas no cuenta con trabajadores aprendices, y en República Dominicana y en América Latina, cerca de la totalidad de las microempresas carecen de. Los propietarios de las microempresas en México involucran más a los miembros de la familia en el apoyo de las actividades empresariales o para la venta de sus productos o servicios, los cuales, por lo general, no tienen un salario fijo y no tienen ninguna relación laboral con la microempresa. Por el contrario, los microempresarios ubicados en los mercados de República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, no involucran a los miembros de la familia en las actividades empresariales del negocio, lo cual podría reducir, de cierta manera, el crecimiento y desarrollo de las microempresas.

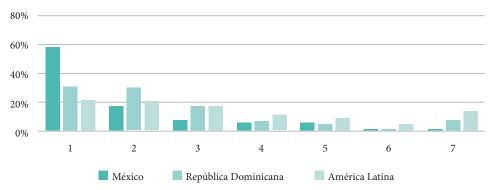


Gráfico 12. Total de trabajadores en las microempresas.

El gráfico 12 indica que 58% de las microempresas establecidas en México cuenta con un trabajador registrado; en República Dominicana, 31% cuenta con la misma cantidad y en América Latina, 22%. Además, 18% de las microempresas en México tiene 2 trabajadores en total, mientras que en República Dominicana se presenta esa cantidad en 30% y en América Latina, en 21%. De igual manera, en México solamente 8% tiene tres trabajadores en total; en República Dominicana y en América Latina, 11% cuenta con la misma cantidad de trabajadores. Alrededor de 60% de las microempresas en México tienen sólo un trabajador registrado, mientras que en República Dominicana es el 30% y en América Latina poco más de 20% de las microempresas. En México, las microempresas que tienen más trabajadores registrados, tienen una mayor carga tributaria por parte de las autoridades hacendarias y tienen la obligación de hacer un pago mayor de los derechos y beneficios que tienen los trabajadores en términos de la ley, por lo cual únicamente contratan o registran a un solo trabajador. Sin embargo, en República Dominicana al igual que en el resto de los países de América Latina, la carga tributaria es menor para aquellas microempresas que tienen contratados a más de un trabajador o los beneficios que tienen sus trabajadores son menores que los de los mexicanos.

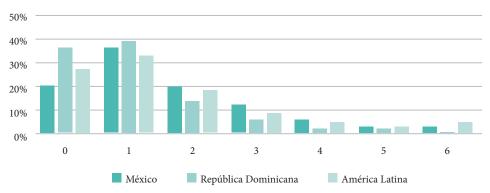


Gráfico 13. Total de trabajadores mujeres en las microempresas.

El gráfico 13 muestra que 20% del total de las microempresas ubicadas en el mercado de México no cuenta con alguna mujer trabajadora; 36% en República Dominicana coincide con esta característica, y también 27% en América Latina. Sin embargo, 36% de las microempresas en México cuenta con una mujer entre sus trabajadores; 39% en República Dominicana coincide con esta característica, y 33% también en el resto de los países de América Latina. Además, 20% de las microempresas de México cuenta con 2 mujeres entre sus trabajadores; en República Dominicana, cuenta con la misma cantidad 14% y en América Latina, 18%. Sólo 20% de las microempresas asentadas en México no tiene entre sus trabajadores a mujeres, mientras que el República Dominicana son alrededor de 40% y en América Latina, son alrededor de 30% que coinciden con esta característica. Con estos datos se observa que, en la mayor parte de los países de América Latina, si no es que en su totalidad, podría existir machismo entre los hombres microempresarios, pues, según estos números, se tiende a contratar más a hombres que a mujeres.



Principales motivos para la creación de las empresas

Se ha reconocido en la literatura que las microempresas tienen un peso esencial tanto en la economía como en la sociedad de los países desarrollados y en vías de desarrollo. Para el año 2000, por ejemplo, la ocde contabilizaba como pequeñas y medianas empresas a 95% de las empresas alrededor del mundo, y éstas eran responsables de 60% a 70% de los empleos en sus países miembros. Según el Banco Mundial (Kushnir *et al.*, 2010), existen actualmente cerca de 125 millones de micro, pequeñas y medianas empresas formales (MIPYMES), de las cuales 83% es clasificado como microempresa¹. Las microempresas son más comunes en los países de alto ingreso, aunque en las economías de ingreso bajo-medio este tipo de negocios se desarrollan con mayor rapidez, además de que aportan más de 50% del empleo formal (INEGI, 2016).

¹ En América Latina, según datos del BID (2003) de fuentes oficiales de cada país, las microempresas representan 90% de los establecimientos en promedio.

Además, de acuerdo con el Banco Mundial, si se considera el número de microempresas informales, este porcentaje se incrementaría de manera notable, por ejemplo, en países como la India, que en 2007 tenía registradas 1.6 millones de MIPYMES formales, y el número de informales ascendía a 26 millones (Kushnir *et al.*, 2010). De acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el gráfico 14 proporciona información estadística de 12 países de la región sobre la proporción de empresas en los países seleccionados (Guaipatín, 2003):

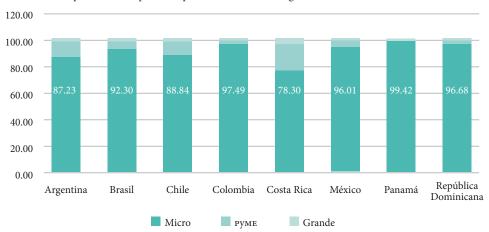


Gráfico 14. Proporción de empresas de países seleccionados, según tamaño.

Fuente: elaboración propia con datos del BID (2003).

Asimismo, en el documento *Panorama del Emprendimiento 2016* (OCDE, 2016) se muestran las aportaciones a la economía que han hecho las PyMES, tales como el crecimiento y los incentivos para mejorar la productividad a largo plazo, debido a la competencia generada por el gran número de establecimientos que existen, y se destaca su importancia como motores del crecimiento económico. Se tiene presente que en países como México, según la *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa 2015* (ENAPROCE), la microempresa representa 97% de las empresas consideradas y emplean a 75% del personal ocupado, concentradas sobre todo en los sectores de comercio, servicios y manufacturas, por lo que es impensable la economía mexicana sin este tipo de establecimientos. En 2013,

FondoMicro indicaba que por cada mil habitantes en República Dominicana había 75 empresas (Ortiz *et al.*, 2014), mientras que la densidad promedio en los países miembros de la OCDE es de 40 a 50 empresas por cada mil habitantes (Kushnir *et al.*, 2010), lo cual habla de la vertiginosa creación de microempresas en dicho país que, a lo largo de 10 años, tuvo un sorprendente crecimiento de 150% (Ortiz, 2013).

Dado el gran número de microempresas en el mundo y su rápida proliferación en los países en vías de desarrollo y de economías emergentes, cabría preguntarse sobre la motivación de las personas para tener una microempresa. Diversos estudios aluden a factores psicológicos, económicos y sociales que ayudan a incentivar la creación de este tipo de negocios, entre los que destacan ciertas actitudes hacia el trabajo, el riesgo y la necesidad de independencia (Douglas, 2002). Asimismo, existen otros estudios que cuestionan tanto las limitantes como las motivaciones de las personas para crear su microempresa, y discuten sobre su relación con su entorno social, o si tiene relación alguna con un cálculo económico bien cimentado o con condiciones políticas que faciliten comenzar una empresa.

Valencia (2008) consideró que la existencia de antecedentes familiares de empresarios tiene una influencia positiva en la puesta en marcha de nuevos negocios. Por su parte, Acosta (2015) también hace referencia a los antecedentes familiares asociados a la herencia, aunque este tipo de empresarios no serían considerados necesariamente emprendedores (Valencia, 2008). En este orden de ideas, no es posible dejar de lado los estudios que hablan sobre el soporte familiar en la creación de microempresas familiares, pues aportan capital, activos fijos y mano de obra, además de determinados valores que dan sentido a la creación de una microempresa, tales como pertenencia, tradición y prestigio (Román *et al.*, 2014; Maza y Chávez, 2017).

Por su parte, Obando *et al.* (2008) en un estudio realizado en microempresas en Centroamérica, encuentran que la motivación principal para iniciar un negocio en dicha región es la independencia. Sin embargo, García (2009) señala que, en los países de Europa, los factores determinantes son la autorrealización y la esperanza de mejorar sus ingresos, y se discute si la razón para crear una microempresa responde a la necesidad de insertarse, de alguna forma, al mercado laboral. En lo que respecta a América Latina, específicamente a México, la creación de microempresas habla de cierta forma de la pobreza y la ineficiencia en políticas de creación de empleos de calidad. Además, diversas

investigaciones muestran que el grueso del empleo en México está sustentado en la ocupación que generan las microempresas, tanto formales como informales (Bizberg, 2010); lo anterior ha sido motivado, entre otras razones, por las malas condiciones que ofrece el empleo formal, entre las más importantes que cabe señalar, por ejemplo, el bajo salario (Esquivel, 2015) y el bajo crecimiento que éste ha registrado en los últimos 10 años, y la desprotección y la propensión a reducir la calidad de servicios de salud para los trabajadores. Es decir, la creación de este tipo de negocios se convierte en una estrategia para la sobrevivencia (Román *et al.*, 2014).

Otros estudios publicados sobre motivaciones para la creación de microempresas hablan de aspectos de los emprendedores, tales como el éxito, la pasión, la iniciativa, pero sobre todo la actitud hacia el riesgo (Gibb, 1993; Maqueda *et al.*, 2003; Rodríguez, 2011; Acosta, 2015). Se ha subrayado que las características propias del empresario son factores decisivos en la sobrevivencia de las microempresas, entre ellas la preparación, la experiencia y el conocimiento del negocio que se va a emprender (García, 2009).

Asimismo, vale la pena señalar que hay factores que cambian drásticamente los resultados de los estudios sobre motivaciones, un ejemplo de ello es la edad, pues se ha encontrado que, entre más joven sea un emprendedor, tiende a asumir más riesgos y es más sensible a reconocer oportunidades de negocio (Valencia, 2008). Al mismo tiempo, entre más edad se tenga en el momento de emprender, se cuenta con más capacidad financiera y experiencia en los negocios, factores decisivos en la garantía de la supervivencia de una microempresa. Otro factor que se señala constantemente es el género, pues se encuentra una marcada diferencia entre las motivaciones y el destino de los recursos dependiendo si el empresario es hombre o mujer. Según Román et al. (2014), la mayoría de las empresas fundadas por mujeres destina sus ganancias a la familia. En estas empresas se tiende a compartir espacios en el negocio y en el hogar, por lo que se vuelve difícil separar uno de otro. Se ha encontrado que la flexibilidad en el uso del tiempo y el incentivo de proveer de una entrada de ingresos extra al hogar, son razones fundamentales para las mujeres en la decisión de emprender.

También se ha encontrado que autoemplearse es uno de los motivos más importantes, pero diversos investigadores han considerado que los efectos del mercado y la economía tienden a eliminar un alto porcentaje de estas nuevas microempresas. Por lo tanto, éste no es el principal motivo para iniciar una

nueva microempresa, sino que también se deben considerar las características propias de las personas, pues es necesaria la búsqueda de las condiciones óptimas de crecimiento y de desarrollo de las microempresas en el mercado en donde participan (Deli, 2011).

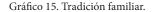
En este sentido, la mayor parte de los estudios realizados sobre emprendimiento se han orientado, prácticamente, a analizar y a discutir la importancia que tienen las características sociales, como por ejemplo la edad, la educación y el género, tanto en la predicción de las actividades emprendedoras como en la creación de nuevas empresas (Deli, 2011). Por lo tanto, estas características afectan tanto la decisión del autoempleo como los ingresos y los posibles resultados derivados precisamente del autoempleo a través de la creación de nuevas microempresas ya que, de acuerdo con Hamilton (2000), tanto los ingresos como el autoempleo son derivados de las características de los emprendedores.

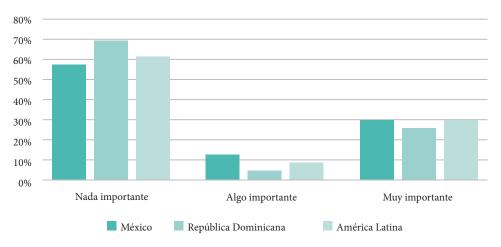
Se ha encontrado que el autoempleo se realiza de manera totalmente diferente, pues está en función de la habilidad de los emprendedores ya que, de acuerdo con Bragunsky y Ohyama (2008) y Astebro, Thompson y Chen (2008), en los diversos modelos de elección de empleo presentados en la actual literatura, la habilidad de las personas juega un papel fundamental para el desarrollo del autoempleo, lo cual induce a los emprendedores no solamente a la creación de nuevas microempresas, sino también a realizar una mejor distribución de las actividades empresariales al interior de las empresas, y con ello se genera la posibilidad de obtener mejores resultados económicos (Rosen, 1981) y la reducción significativa de los costos del autoempleo (Min, 1984).

Adicionalmente, las diversas habilidades que poseen los emprendedores para la creación de microempresas producto del autoempleo, pueden ser explicadas sin problema alguno por todas las características que poseen y, particularmente, por las oportunidades y necesidades de emprendimiento (Deli, 2011). En este sentido, Block y Wagner (2006) consideraron que las oportunidades de emprendimiento forman parte inherente de los propios individuos, quienes consideran la necesidad de poner su propia microempresa para aprovechar las oportunidades de mercado que han detectado y, generalmente, son más propensos a establecer microempresas cuando las condiciones del mercado son favorables. En contraste, aquellos individuos que no posean las habilidades de emprendimiento, pueden autoemplearse a través de la creación de

nuevas microempresas, pero nunca detectarán las oportunidades de mercado y serán, por ende, más propensos a fracasar.

En los gráficos 15-24 se presentan los diversos motivos para la creación de microempresas, de los países que interesan a esta investigación:





Fuente: elaboración propia.

El gráfico 15 indica que 57% de las microempresas establecidas en México consideró que la tradición familiar no fue nada importante para su creación; en República Dominicana, lo consideró así 69% y en América Latina, 61%. Además, 13% de las microempresas de México manifestó que la tradición familiar fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo manifestó también así 5% y en América Latina, 9%. El 30% de las microempresas en México consideró que la tradición familiar fue un aspecto muy importante para su creación; en República Dominicana fue 26% el que lo consideró también así y en América Latina fue el 30%. Alrededor de 30% de las microempresas asentadas en estos países consideró que la tradición familiar fue un factor importante para su creación. En estos países, la mayoría de las microempresas son emprendidas por personas de escasos recursos, por lo cual la tradición de continuar con el negocio no es uno de los factores que determina la creación de nuevas microempresas. Al contrario, el hecho de no contar con los recursos

económicos y financieros necesarios es lo que provoca que las personas de escasos recursos tomen la decisión de establecer una microempresa que les permita tener un mayor nivel de ingresos.

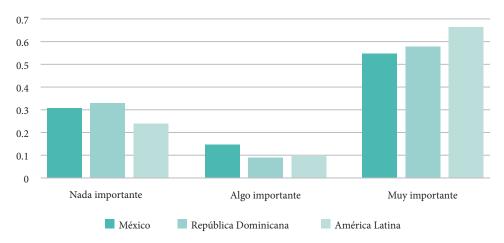


Gráfico 16. Mayor ingreso que como asalariado.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 16 muestra que 55% de las microempresas ubicadas en el mercado de México consideró que aspirar a un mayor ingreso fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo consideró así 58% y en América Latina, 66%. El 30% de las microempresas de México manifestó que obtener un mayor ingreso no fue un factor importante para su creación; tampoco lo considera así 33% en República Dominicana, ni 24% en América Latina. El 15% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo manifestó también así 9% y en el resto de los países de América Latina, el 10%. Alrededor de 60% de las microempresas expresó que obtener un mayor ingreso sí fue un factor muy importante para su creación.

Estos resultados se pueden explicar debido a que la mayoría de las microempresas, si no es que en su totalidad, es creada por las personas de escasos recursos que buscan con ello obtener un ingreso familiar mayor del que disponen en la actualidad; o bien, a que cuando las microempresas son

creadas por mujeres jefas de familia o amas de hogar, los ingresos que se obtienen de la actividad empresarial son demasiado importantes para el gasto familiar, pues complementan los ingresos totales.

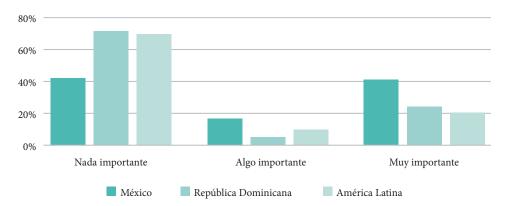


Gráfico 17. No tenía empleo como asalariado.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 17 indica que 42% de las microempresas en México consideró que el no tener un empleo como asalariado no fue un factor importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo considera así 71%, ni 69% en América Latina. El 41% de las microempresas en México manifestó que este factor sí fue muy importante; en República Dominicana se reflejó lo mismo en 24% y en América Latina, en 21%. El 17% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo manifestó también así 5% y en América Latina, 10%. El 40% de las microempresas en México cree que no contar con un empleo como asalariado sí fue un factor importante para su creación; tanto en República Dominicana como en América Latina lo consideró así 20%.

Un elevado porcentaje de microempresas es creado por mujeres jefas de familia, por lo que éstas no contaban con un empleo formal a través del cual obtuvieran una remuneración y, por lo tanto, se estiman como fundamentales los recursos derivados de estas microempresas pues se aumenta el ingreso familiar.

100%

80%

60%

40%

20%

Nada importante

Algo importante

Muy importante

Mexico

República Dominicana

América Latina

Gráfico 18. Ser independiente.

El gráfico 18 muestra que 59% de las microempresas en México manifestó que ser independientes sí fue un factor importante para su creación; tanto en República Dominicana como en América Latina opinó lo mismo, 79%. El 29% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante; tampoco lo considera así el 13% en República Dominicana, ni 14% en América Latina. El 12% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo consideró así el 8% y en América Latina, 7%. El 60% de las microempresas en México y 80% de las ubicadas en República Dominicana y en América Latina, consideró que el ser independiente sí fue un factor muy importante para su creación.

Los hombres y las mujeres que emprenden una nueva microempresa aprovechan la experiencia obtenida en las empresas en las cuales trabajaron previamente y tomaron la decisión de crear su propio negocio una vez que lograron una buena experiencia en la producción de los productos o servicios que ofrece su microempresa, por lo cual el ser independiente y emprender su propia microempresa generalmente está dentro de su plan de vida.

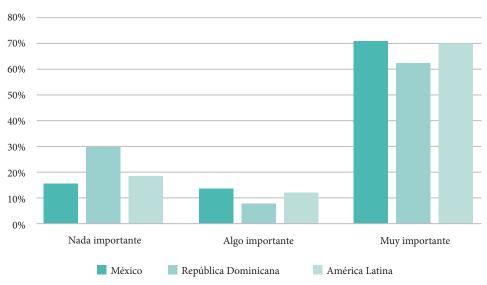


Gráfico 19. Esto es lo que me gusta.

El gráfico 19 indica que 70% de las microempresas ubicadas en el mercado de México manifestó que esta actividad es la que es de su agrado y que esto fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana piensa lo mismo 62% y en América Latina, 69%. El 16% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante para su creación; tampoco lo consideró así 30% en República Dominicana ni 19% en América Latina. Por último, 14% de las microempresas en México dijeron que este factor fue algo importante para su creación; opina lo mismo 8% en República Dominicana y 12% en América Latina. Alrededor de 70% del total de la muestra consideró que el gusto por la actividad de la microempresa sí fue un factor muy importante para su creación. Lo anterior indica no sólo familiaridad y conocimiento de la responsabilidad que la microempresa conlleva, sino que también indica que los microempresarios sólo llevan a la práctica las habilidades que ya poseen.

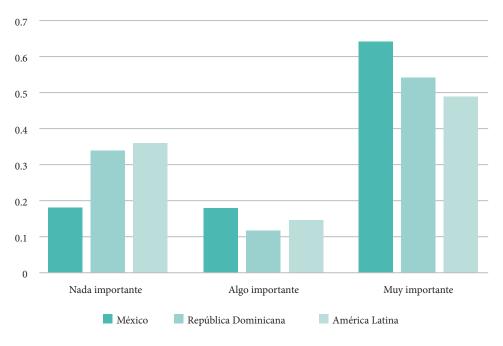
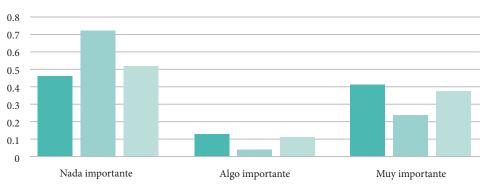


Gráfico 20. Flexibilidad de horario y tiempo.

El gráfico 20 muestra que 64% de las microempresas de México consideró que la flexibilidad del horario y del tiempo sí fue un factor importante para su creación; en República Dominicana también lo consideró así 54% y 49% en América Latina. En México, 18% de las microempresas manifestó que este factor no fue nada importante; tampoco lo fue así para 34% en República Dominicana ni para 36% en América Latina. El 18% de las microempresas en México indicó que este factor fue algo importante, mientras que en República Dominicana lo fue así para 12% y también para 15% en América Latina. Alrededor de 50% del total de la muestra consideró que la flexibilidad del horario y del tiempo sí fue un factor muy importante para la creación de una nueva microempresa.

Es posible que los hombres hayan tomado la decisión de emprender su propio negocio debido a esta ventaja, ya que pueden apoyarse de algunos miembros de su familia para realizar actividades comerciales o empresariales. La flexibilidad del horario y del tiempo es esencial para las personas propietarias de este tipo de negocios, ya que pueden combinar sin problema alguno tanto las actividades empresariales propias de las microempresas, como sus actividades del hogar.



República Dominicana

América Latina

Gráfico 21. Aplicar lo estudiado.

Fuente: elaboración propia.

México

El gráfico 21 indica que 46% de las microempresas de México manifestó que aplicar lo estudiado no fue un factor importante para su creación; 72% expresó lo mismo en República Dominicana, y en América Latina lo hizo 52%. El 41% de las microempresas en México consideró que este factor sí fue muy importante para su creación; en República Dominicana lo consideró así 24% y en América Latina, 37%. El 13% de las microempresas en México expresó que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana contestó así 4%, y en América Latina, 11%. El 40% de las microempresas en México y en América Latina, y un poco más de 20% en República Dominicana, consideró que este factor sí fue muy importante en su creación. La mayoría de las personas que son propietarias de las microempresas cuentan sólo con estudios básicos (primaria y secundaria), por lo que aplicar lo estudiado no es un factor crucial para el emprendimiento de un nuevo negocio, sino que, más bien, existen otros factores que no tienen que ver con la educación formal.

1
0.8
0.6
0.4
0.2
0
Nada importante
Algo importante
Muy importante
México
República Dominicana
América Latina

Gráfico 22: Me despidieron.

El gráfico 22 muestra que 70% de las microempresas en México expresó que el que despidieran a su propietario de un trabajo previo no fue un factor muy importante para su creación, mientras que en República Dominicana lo manifestó así 90% y en América Latina, 87%. El 19% de las microempresas en México expresó que este factor sí fue muy importante para su creación, mientras que en República Dominicana lo consideró así el 6% y en América Latina, 8%. El 11% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante, mientras que en República Dominicana coincide con esta respuesta 4% y en América Latina, 5%. El 20% de las microempresas en México, y 10% de las microempresas en República Dominicana y en el resto de países de América Latina, consideraron que haber despedido al propietario de la misma de un trabajo previo fue un factor importante para su creación. Entonces, esto quiere decir que las personas que decidieron emprender una nueva microempresa tomaron la decisión por voluntad propia y no por esta causa.

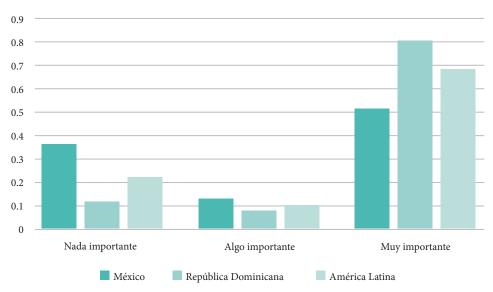


Gráfico 23. Encontré una oportunidad de negocio.

El gráfico 23 indica que 51% de las microempresas ubicadas en el mercado de México consideró que encontrar una oportunidad de negocio fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo consideró así 80% y en América Latina, 68%. El 36% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo considera así 12% ni 22% en América Latina. El 13% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 8% y en América Latina, 10%. Alrededor de 80% de las microempresas en República Dominicana y en América Latina, y 50% de las microempresas en México, consideraron que encontrar una oportunidad de negocio sí fue un factor muy importante para su creación.

Se puede afirmar que una de las razones por las cuales las personas decidieron crear una microempresa fue por haber considerado que el mercado les estaba brindando esa oportunidad, debido a que ya tenían identificada la posible clientela para la prestación de sus servicios o para la producción de sus artículos.

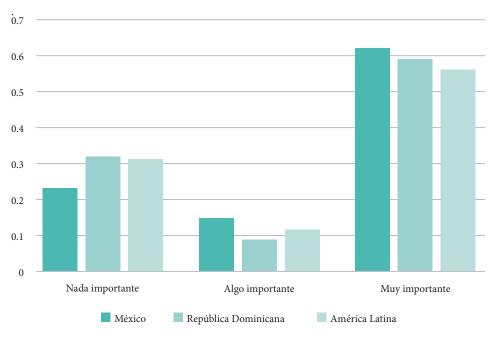


Gráfico 24. Tenía experiencia previa en esto.

El gráfico 24 muestra que 62% de las microempresas en México consideró que la experiencia previa fue un factor muy importante para su creación, mientras que en República Dominicana lo fue así para 59% y en América Latina, para 56%. El 23% en México consideró que este factor no fue nada importante, mientras que en República Dominicana tampoco lo fue para 32% y en América Latina, tampoco para 31%. El 15% de las microempresas en México expresó que este factor fue algo importante, mientras que en República Dominicana lo fue así para 9% y en América Latina, para 12%. Alrededor de 60% de las microempresas de la muestra consideró que la experiencia previa en las actividades principales de las microempresas fue un factor muy importante para su creación. Por lo tanto, las personas cuentan con experiencia y conocimientos previos esenciales pues, de no tenerlos, sería contraproducente para la creación de su propio negocio.



Características esenciales para la creación de microempresas

En la literatura se pueden encontrar investigaciones que se refieren a las características particulares y a los factores externos que impulsan la creación de microempresas, tales como políticas públicas que ayudan a su capacitación o financiamiento, o centros de conocimiento como universidades con proyectos de incubadoras de negocios, u organizaciones no gubernamentales (ONGs) que se encargan de crear y dar soporte a las microempresas. De Clerqc et al. (2013) mostraron que, en algunas ocasiones, los factores económicos tales como la pobreza o la falta de empleo, combinados con características individuales que incluyen personalidad y factores demográficos como la edad o la formación educativa, además de elementos cognitivos, es decir, tener la creencia de que ser emprendedor es factible y deseable, son las características determinantes para la creación de una empresa. Además, Bacq et al. (2016) consideraron la importancia del ambiente externo en la creación de empresas, pues la habilidad de convertirse en un emprendedor se asocia con el comportamiento contingente en su entorno: un ambiente rico en emprendedores forma una conciencia de factibilidad del emprendimiento.

Adicionalmente, Bacq *et al.* (2016) establecieron que las aspiraciones de convertirse en emprendedor están dadas por influencias educacionales, profesionales, sociales, familiares, y otras personales, que combinan la motivación, la habilidad y el esfuerzo; esta combinación crea una conciencia de la "generosidad" del empresario. Dicho de otra manera, que el sujeto conciba ser un empresario como una ocupación digna, provechosa y de utilidad para la sociedad, lo provee de deseos para convertirse en uno de ellos. Desde esta perspectiva, la dimensión psicológica ha sido abordada por la propuesta de las representaciones sociales, basada en la psicología de Moscovici, posteriormente desarrollada por Jodelet (1988), quienes afirman que éstas se refieren a un conocimiento específico o sentido común, el cual se traduce en acciones de las personas.

Según el estudio de García y Maza (2013) sobre el prestigio ocupacional en un distrito industrial mexicano, las ocupaciones que tenían que ver con el encadenamiento productivo gozaban de una mejor percepción que aquellas que no tenían que ver con este perfil. El tema de las razones y de las características de las personas que deciden emprender un negocio ha sido abordado desde distintas disciplinas y enfoques, y los resultados dan evidencia de las complejidades motivacionales y ambientales que responden a dicha cuestión. Además, también se han encontrado que existen otras influencias que se ejercen sobre el sujeto, tales como las ideas y preconceptos que se tengan de los significados de éxito, y esto se relaciona con la forma particular en la que las personas ven, interpretan y reaccionan a la realidad. De Clerqc *et al.* (2013) descubrieron que hay algo en la personalidad de los sujetos que los impulsa a emprender, es decir, que las personas presentan un conjunto de atributos subjetivos que ayudan a la actitud emprendedora, tales como la audacia, la creatividad o la pasión.

Asimismo, Shapero (1982) establece que las intenciones emprendedoras dependen de tres elementos: la percepción de lo deseable, la propensión a actuar y la percepción de la factibilidad. El trabajo de este autor ahonda en la

¹ Esto viene de la traducción del inglés munificence, que significa generosidad espléndida atribuida a un rey, magnate o soberano.

relación de la decisión de comenzar un negocio con los factores sociales y culturales que impactan en el sujeto. Para Shapero, los factores que hacen a un emprendedor son:

[...] el resultado de la interacción de factores sociales y culturales [...] cada evento emprendedor es resultado de un proceso dinámico de un momento en específico que impacta en los individuos cuyas percepciones y valores están determinados por su herencia social y cultural, así como experiencias previas (Elfving *et al.*, 2009: 37).

Desde esta perspectiva, la cultura resulta fundamental y es claro que, sin conocerla, no es posible comprender estos procesos, pues es en esta dimensión en la que la historia adquiere sentido.

Profundizar en la importancia de la conexión entre lo deseable y lo posible es algo que hace Krueger (citado por Carreto, 2013), por ejemplo, en su modelo clásico de las intenciones emprendedoras, en las que pone de manifiesto que hay múltiples razones en la vida de un sujeto para iniciar un negocio, que van desde un cambio en la vida, la crisis de la edad media, la falta de empleo, entre otras. Por sí solas, estas razones no son suficientes, pues se necesitan conectar con otros eventos particulares en la construcción del sujeto, la experiencia, la intuición, la pasión y la creatividad.

"El negocio está en el aire", decía Marshall sobre la "atmósfera industrial" que llevó a la proliferación de distritos industriales que, en su definición más básica, hacían referencia a la red de pequeñas empresas orientadas a un sector específico, basadas en relaciones de confianza y coordinadas localmente (Carreto, 2013). Dicha conformación productiva sería un claro ejemplo de estos factores exógenos que propician el emprendimiento que se mencionan en las teorías de Shapero y Krueger. Una propuesta epistemológica más compleja permitiría entender la acción de los emprendedores como sujetos con ciertas disposiciones, enmarcados en condiciones estructurales que ellos no eligen (De la Garza, 2001).

Licht (2006) retoma a Schumpeter, y se refiere al emprendedor como un agente de cambio. Pone especial atención tanto a la sensibilidad del emprendedor como a la percepción de su ambiente social, pues encuentra que un sistema social que pone un gran valor en la creación de nuevas empresas promoverá, por ende, que los sujetos aspiren a ser emprendedores,

y a que valoren sus características propias, como la independencia, el riesgo y la innovación. Esto habla de la riqueza que hay en las motivaciones y de las enormes combinaciones entre éstas y el ambiente para iniciar un negocio. Sin embargo, Licht y Siegel (2006), por ejemplo, hacen a un lado los diversos aspectos psicológicos y hacen, más bien, un análisis institucional con influencia de la metodología de Williamson (2000), en las que desarrollan cuatro niveles de análisis:

Figura 1. Modelo de análisis institucional de Williamson².



Fuente: elaboración propia con información de Licht y Siegel (2006).

El uso del modelo habla de la sinergia que debe existir en diferentes niveles para que se presenten las condiciones propicias para impulsar a un sujeto a fundar una empresa. Si bien el estudio de las motivaciones individuales es una parte fundamental para comprender los estímulos personales para emprender, no se puede dejar de lado que el bagaje cultural del individuo debe ser com-

² El supuesto central de este modelo es que, a largo plazo, los elementos localizados en los niveles adyacentes deberían ser compatibles. Así, las leyes adoptadas orgánicamente en el nivel 2 reflejan la orientación cultural y supuestos compartidos y creencias del nivel 1. El grupo de transacción económica estructuraría su interacción dependiendo de las debilidades y fortalezas de los niveles 1 y 2 (Licht y Siegel, 2006).

patible con todo un sistema social. Dicho esto, se podría explicar por qué en economías latinoamericanas, donde se da una mayor importancia a las instituciones informales que a las formales, exista una proliferación de pequeños emprendimientos sin regulaciones que obedecen únicamente al primer nivel y que hacen su propia estructura en los niveles inferiores, creando una base alterna de recursos y organización.

La comprensión del modelo aporta bases para entender que no existe un solo factor determinante para la creación de empresas, sino que hay, más bien, un universo de ellos (como las actitudes, el contexto cultural y externo, y los recursos), lo cual se sintetiza en una unidad económica. La articulación de éstas son el sostén mundial de los empleos y cumplen otras funciones sociales que se analizarán en otros apartados. En los gráficos 25-36 se observan las diversas características subjetivas de los emprendedores:

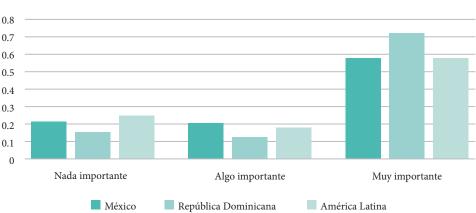
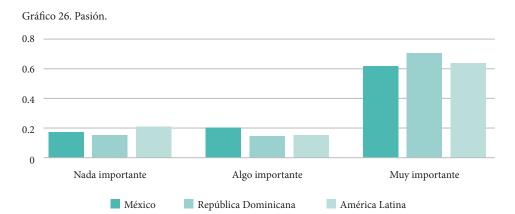


Gráfico 25. Audacia.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 25 muestra que 57% de las microempresas ubicadas en México consideró que la audacia para la creación fue muy importante; en República Dominicana opinó lo mismo 71% y en América Latina, 57%. El 22% de las microempresas en México expresó que ésta fue nada importante; en República Dominicana, coincide 16% con esta percepción y en América Latina, 25%. El 21% de las microempresas en México manifestó que ésta fue algo importante; en República Dominicana opinó esto 13%, y en América Latina, 18%. Alrede-

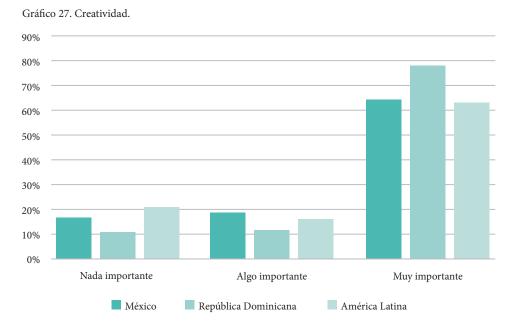
dor de 60% de las microempresas establecidas en México y en América Latina consideró muy importante la audacia para la creación de éstas, mientras que en República Dominicana lo consideró así 70% de microempresas. Es posible que la audacia haya jugado un papel fundamental para el logro de su objetivo ya que, si este tipo de emprendedores no hubieran tenido esta característica personal para crear su propio negocio, difícilmente tendrían los resultados que han logrado hasta el momento.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 26 indica que 61% de las microempresas establecidas en México manifestó que la pasión fue un factor importante que determinó su creación; en República Dominicana lo manifestó así también 69% y en América Latina, 63%. El 18% de las microempresas de México percibió que este factor no fue importante para su creación; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 16%, y en América Latina, 21%. El 21% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo fue para 15% y en América Latina, para 16%. El 60% de las microempresas en México y en América Latina consideró que la pasión fue un factor muy importante para su creación, y en República Dominicana también opinó así 70%. Especulando sobre estos resultados se puede pensar que, en una primera instancia, los emprendedores se apasionaron con la idea de ser empresarios o de tener su propio negocio. Esta pasión les permitió sobreponerse a cualquier tipo de adversidad, si se tiene en consideración el medioam-

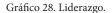
biente de negocios que prevalece en los países de Latinoamérica. Esto les permitió no solamente poner en práctica sus conocimientos y habilidades, sino que también representó una opción para la subsistencia de sus familias.

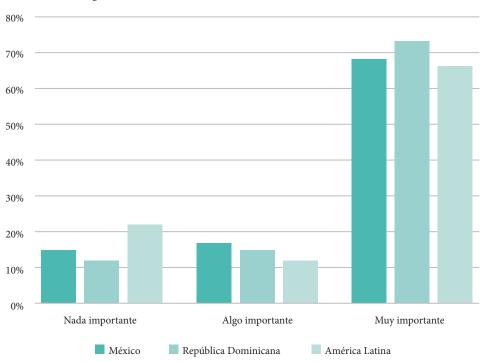


Fuente: elaboración propia.

El gráfico 27 muestra que 64% de las microempresas de México consideró que la creatividad fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo fue para 77% y en América Latina, para 63%. El 17% de las microempresas en México expresó que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 12%, y en América Latina, 22%. El 19% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo fue para 15% y en América Latina, 12%. Alrededor de 70% de las microempresas percibió que la creatividad fue un factor esencial para su creación. La reflexión en torno a estos resultados podría ser que, para poder crear una microempresa, no es suficiente la voluntad sino que se necesita también concebir una idea de negocios, madurarla e implementarla; de lo contra-

rio, sería complicado emprender un nuevo negocio sin la claridad tanto de los productos como de los servicios que se implementarían.

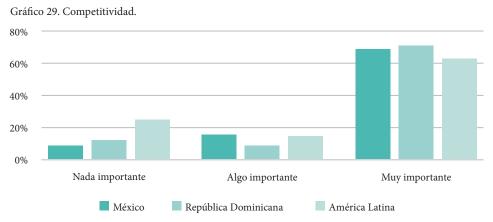




Fuente: elaboración propia.

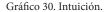
El gráfico 28 indica que 68% de las microempresas ubicadas en México consideró que el liderazgo fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo fue para 73% y en América Latina, para 66%. El 15% de las microempresas de México expresó que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana, tampoco lo fue para 12% y en América Latina, para 22%. El 17% de las microempresas en México dijo que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo consideró así 15% y en América Latina, 12%. Cerca de 70% de las microempresas consideró que el liderazgo fue un factor muy importante para su creación. Posiblemente, las personas que decidieron crear su pro-

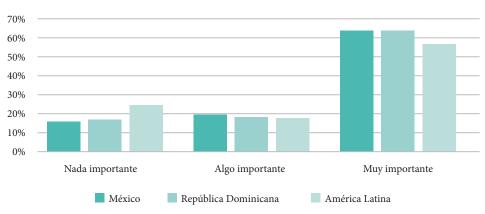
pia microempresa ejercieron un fuerte liderazgo en los distintos intentos que realizaron para lograr su objetivo.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 29 muestra que 68% de las empresas establecidas en México expresó que la competitividad fue un factor muy importante en su creación; lo fue también para 70% en República Dominicana y en América Latina, para 62%. El 8% de las microempresas de México manifestó que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue para 12% y en América Latina, para 24%. El 15% de las microempresas de México expresó que este factor fue algo importante para su creación; así lo pensó también 8% en República Dominicana y en América Latina, 14%. Cerca de 70% de las microempresas consideró que la competitividad fue un factor muy importante para su creación, y es una característica que hay que remarcar, puesto que las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno generalmente no ofrecen programas que apoyen la creación de nuevos negocios, y las personas deben desarrollar su competitividad si quieren que su microempresa se desarrolle.





El gráfico 30 indica que 64% de las microempresas ubicadas en México y en República Dominicana consideró que la intuición fue un factor muy importante para su creación, mientras que lo fue así para 57% en América Latina. El 16% de las microempresas en México opinó que este factor no fue nada importante; en República Dominicana opinó lo mismo 17% y en América Latina, 25%. El 20% de las microempresas en México expresó que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo fue igual para 19% y en América Latina, para 18%. Alrededor de 60% de las microempresas consideró que esta característica fue un factor muy importante para su creación. En primera instancia, es posible que las personas hayan tenido la intuición del negocio como tal, es decir, que hayan visto que en su barrio o colonia hacía falta algún producto o servicio y no los tenían al alcance, razón por la cual se presentó la posibilidad de ofrecer dicho producto o servicio a través de la creación de su propia microempresa.

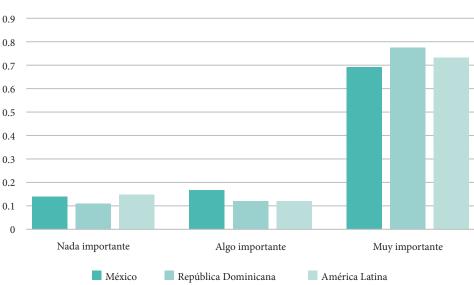
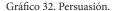
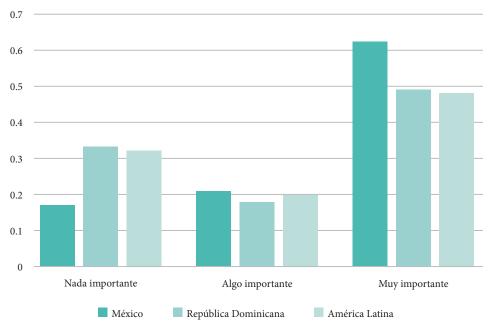


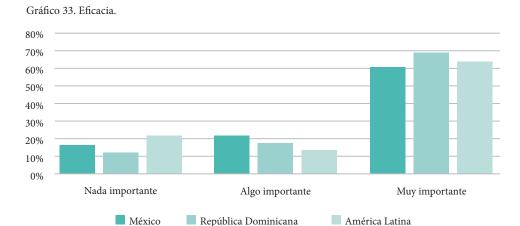
Gráfico 31. Visión a futuro.

El gráfico 31 muestra que 69% de las microempresas asentadas en México consideró que la visión a futuro fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana, lo fue así también para 77% y en América Latina, para 73%. El 14% de las microempresas en México expresó que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue para 11% y en América Latina, tampoco para 15%. El 17% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante para su creación, mientras que en República Dominicana y en América Latina lo consideró así 12%. El 70% de las microempresas en México y 80% en República Dominicana y el resto de los países de América Latina consideraron que la visión a futuro fue un factor muy importante. Esta característica es esencial puesto que es importante que los emprendedores visualicen todo el proceso por el cual pasará la microempresa para que lleguen a cumplir sus objetivos y funciones.



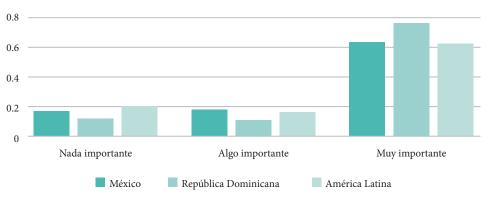


El gráfico 32 indica que 62% de las microempresas ubicadas en México expresó que la persuasión fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo fue así para 49% y en América Latina, para 48%. El 17% de las microempresas en México opinó que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue para 49% y en América Latina, tampoco para 48%. Por último, 21% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante; en República Dominicana, lo fue así también para 18% y en América Latina, para 20%. El 60% de las microempresas en México y 50% de las que están en República Dominicana y el resto de los países de América Latina consideraron que la persuasión fue un factor muy importante para su creación. Las microempresas no surgen rápidamente, sino que primero se concibe la idea y se madura; esto es un proceso que dura cierto tiempo, pero la característica de la persuasión, si no se pierde de vista, puede ser un elemento que ayude a derribar barreras que se interpongan para que se establezcan.

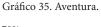


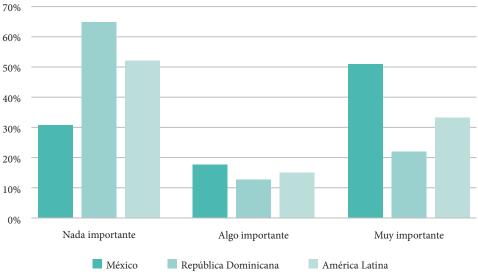
El gráfico 33 muestra que 61% de las microempresas establecidas en México expresó que la eficacia fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana opinó lo mismo el 69% y en América Latina, 64%. El 17% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue para 13% y en América Latina, tampoco para 22%. El 22% de las microempresas en México cree que este factor fue algo importante, mientras que en República Dominicana lo fue también así para 18% y en América Latina lo fue para 14%. Por lo tanto, es posible inferir que, de acuerdo con los resultados obtenidos, 60% de las microempresas ubicadas en México y en América Latina, y 70% de las ubicadas en República Dominicana, consideraron que la eficacia fue un factor muy importante para su creación. Esta característica es importante, puesto que permite a los emprendedores producir más y mejores bienes y servicios con la menor cantidad de recursos humanos y financieros.

Gráfico 34. Habilidad administrativa.



El gráfico 34 indica que 63% de las microempresas ubicadas en México expresó que las habilidades administrativas fueron factores muy importantes para su creación; en República Dominicana opinó lo mismo 75% y en América Latina, 62%. El 18% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante; en República Dominicana tampoco lo fue para 13% y en América Latina, tampoco para 21%. El 19% de las microempresas en México manifestó que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo expresó así 12% y en América Latina, 17%. El 60% de las microempresas en México y en América Latina, y 80% de las ubicadas en República Dominicana, consideraron que las habilidades administrativas son factores importantes para la creación de éstas. Es importante que los emprendedores sepan la forma básica para administrar dicha microempresa, por lo cual este tipo de habilidades juegan un papel esencial en la creación de nuevos negocios.





El gráfico 35 muestra que 51% de las microempresas establecidas en México expresó que la aventura fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana opinó lo mismo 22% y en América Latina, 33%. El 31% de las microempresas en México consideró que este factor no fue muy importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue así para 65% y en América Latina, tampoco para 52%. El 18% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo fue así también para 13% y en América Latina, para 15%. El 50% de las microempresas en México, 20% de las ubicadas en República Dominicana y 30% que se encuentran en América Latina, consideraron que la aventura fue un factor muy importante para la creación de éstas. Los emprendedores no tenían el tiempo ni los recursos económicos ni financieros para aventurarse o arriesgarse a crear su propia microempresa.

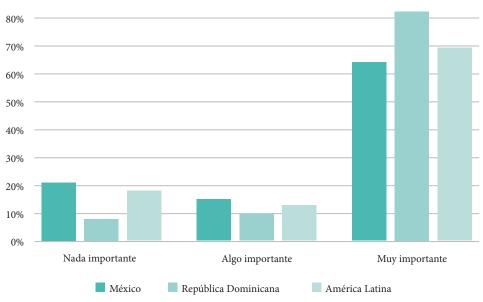


Gráfico 36. Necesidad económica.

El gráfico 36 indica que 64% de las microempresas ubicadas en México expresó que la necesidad económica fue un factor muy importante para su creación; en República Dominicana lo fue así también para 82% y en América Latina, para 69%. El 21% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante para su creación; en República Dominicana tampoco lo fue así para 8% y en América Latina, tampoco para 18%. El 15% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante para su creación; en República Dominicana lo fue también así para el 10% y en América Latina, para 13%. El 60% de las microempresas en México, 70% de América Latina, y 80% de República Dominicana consideraron que la necesidad económica fue un factor muy importante para la creación de las mismas. Lo que consideraron las personas para comenzar este tipo de negocios fueron, entonces, sus necesidades económicas, pues contemplaban obtener un mejor nivel de vida; aun cuando en México las necesidades económicas son inferiores a las que se tienen en América Latina y en República Dominicana, este factor sí que juega un papel fundamental en la generación de nuevas microempresas.

Expectativas y satisfacción de las microempresas

Como se vio anteriormente, además de los atributos personales que distinguen a un emprendedor, existen condiciones vinculadas a las expectativas con base en las que éste crea un negocio, las cuales explican la forma en la que se organizan las economías. Para Sánchez García (2013), las motivaciones o expectativas actúan como trampolín para determinar el comportamiento de un emprendedor; entre ellas, se encuentra la posibilidad de aumentar el ingreso o la independencia. Sin embargo, una vez creada la microempresa, las expectativas se modifican posterior a la lectura que se haga sobre su entorno. De esta manera, sus posibilidades de evolución se van enmarcando de acuerdo con los factores macroeconómicos, socioculturales e incluso geográficos. Un claro ejemplo de esto es que las expectativas de ventas de las microempresas están muy orientadas a la visión de la economía de su país, tanto en el contexto nacional como en el global. Para Valencia (2008), los principales factores que

influyen son el entorno tecnológico, el industrial y el económico y, dentro de éstos, el índice de precios al consumidor, las cuentas públicas, la tasa de inflación, la tasa de desempleo, etc.

En otras palabras, los microempresarios tenderán a tomar sus decisiones basados no solamente en los rasgos de su personalidad, sino también en el ambiente en el que se desenvuelven o en el que pretenden desenvolverse sus empresas. Tal como lo establece De la Garza (2001), los sujetos actúan en función de su subjetividad en condiciones que ellos no controlan, pero es la subjetividad la que permite dar sentido o interpretar la información que se recibe del exterior. Salas y Mendoza (2005) establecen que el entorno envuelve también a lo legal y que justifica las prácticas en torno al empleo, por ejemplo, el salario mínimo, las normas de prohibición del trabajo infantil, etc. En un trabajo posterior, Salas (2006) da luces sobre las características de un ambiente económico adecuado para el desarrollo de actividades empresariales informales en América Latina, que contemplan desde la facilidad de entrada hasta el uso de destrezas adquiridas fuera del sistema educativo formal. La visión de este autor abre un espectro muy amplio sobre la proliferación de diversas microempresas informales en América Latina, en las que no se puede omitir el desempeño de la economía global.

En este sentido, Penning (1982) establece que, para el estudio de la eficiencia del entorno del clima empresarial, es necesaria la evaluación tanto del entorno general como del específico. El entorno general, según este investigador, se refiere a lo geográfico, aunque también se podría ampliar a los factores económicos propios de esa región en particular, a lo legal, a lo social, entre otros. Por lo tanto, es pertinente rescatar las nuevas visiones que han constituido el territorio como un campo de observación de los fenómenos empresariales y sociales de los negocios en América Latina (Maza *et al.*, 2016). Sin embargo, además del territorio, existen otros sectores específicos de la economía y de la sociedad que también son importantes considerar, con sus características propias y en los que los juegos de los actores se organizan de forma diferente. Algunos, por ejemplo, tienen presencia sindical más fuerte, otros con reglamentaciones mucho más rígidas, etc., los cuales se podrían referenciar a los diversos rasgos particulares de las microempresas que se desenvuelven en un entorno económico y social semejante (Valencia, 2008).

A lo anteriormente expuesto se debería añadir el papel que juegan las administraciones públicas de los tres niveles de gobierno, las cuales, por lo

general, implantan una diversidad de proyectos para incentivar la creación de micro y pequeñas empresas, pero regularmente carecen de proyectos para su sobrevivencia, de acceso a las fuentes de financiamientos, o de diseño e implementación de políticas fiscales que les permitan mantenerse en el mercado en el cual participan, por lo cual es demasiado difícil para las micro y pequeñas empresas no solamente crecer sino también sobrevivir. Así, en sintonía con Salas y Mendoza (2005), un ambiente donde es desproporcionada la dificultad entre lo formal y lo informal, habla del tipo de empresas que pueden funcionar bajo esas condiciones. Esto sucede en países con poco acceso a la educación, problemas sistémicos de pobreza y desigualdad y con un elevado nivel de dependencia, como muchos de los países de América Latina. Sin embargo, esto no significa que la ausencia o presencia de reglas económicas y sociales sea un factor suficiente y necesario para explicar la informalidad, tal como lo intentó De Soto (1987).

Bajo este contexto, Román *et al.* (2014) llegaron a la conclusión de que la viabilidad de las microempresas bajo estas condiciones de marginalidad puede hacer posible, en algún sector en particular, su sobrevivencia, pero no la acumulación de capital, lo cual dificulta su crecimiento y desarrollo. Por lo tanto, es posible establecer que el empleo y las ventas están directamente relacionadas con las condiciones y el nivel de ingreso propio del país donde se localizan las microempresas, ya que el mercado al que se dirigen este tipo de negocios es de las clases de bajos ingresos en su mayoría, dado que un elevado porcentaje de las microempresas asentadas en América Latina se encuentra ubicado en los barrios o colonias marginales o de escasos recursos. Desde esta perspectiva, el mercado al que regularmente atiende la mayoría de las microempresas genera una perspectiva de la precariedad y de la informalidad en la que vive un elevado procentaje de microempresas existentes en los mercados.

Saraví (1998) concluyó que el clima empresarial existente en las comunidades o localidades donde se encuentran asentadas las microempresas, generalmente se encuentran organizadas como clústeres, como es el caso de México, lo cual no es otra cosa que una combinación entre los factores culturales locales, la organización social y la organización productiva. Por lo tanto, el clima en el que se desenvuelve una microempresa es un factor determinante para su crecimiento, y la configuración de los agentes externos e internos la pueden hacer más o menos competitiva. Además, la microempresa, como

un ente dinámico, debe estar preparada para adaptarse al medioambiente de los negocios en el que se desenvuelve, no solamente para garantizar su sobrevivencia (Febles y Oreja, 2009), sino también para incrementar significativamente su nivel de crecimiento y desarrollo, ya que la lectura que hagan sobre estos factores es la base para plantear sus objetivos, metas y estrategias empresariales.

Adicionalmente, Carreto (2013) estableció que los factores externos más amplios, como por ejemplo los efectos de la globalización en las organizaciones, también ejercen una fuerte influencia en la sobrevivencia, el crecimiento y el desarrollo de las microempresas, además de que también consideró ciertas desventajas que tienen las micro y pequeñas empresas frente a las grandes compañías nacionales y multinacionales, siendo una de ellas la capacidad que tienen las grandes empresas de cambiar el entorno laboral y productivo de las regiones en las que se encuentran establecidas. Esto pone en evidencia la necesidad que tienen las micro y pequeñas empresas de organizarse localmente y crear redes de conocimiento y colaboración entre ellas, de tal manera que no les hagan perder el dinamismo frente a los cambios generados por el asentamiento de empresas transnacionales, por lo cual es necesario establecer nuevas estrategias de producción y de ventas.

Finalmente, existen otros estudios que sugieren que a las externalidades de las microempresas se le tienen que incorporar factores como el tiempo, la estructura institucional e industrial, la incertidumbre, el dinero y los ciclos financieros (Carreto, 2013), así como un sistema eficiente de redes empresariales (de competencias, de producción, de colaboración), las cuales podrían beneficiar significativamente a las micro y pequeñas empresas en su conjunto. Es decir, la noción de la microempresa de ser parte de algo más grande le podría dar más herramientas para enfrentar las externalidades, que si cada una de ellas trabaja individualmente. Aunque, eventualmente, las microempresas tenderán a actuar individualmente haciendo uso de sus fortalezas en cuanto a calidad o imagen del producto, por lo cual el empresario debe encontrar:

la medida en la cual la empresa efectivamente sea exitosa [pues ésta] depende de qué tan efectiva sea en el momento de combinar el conocimiento y las competencias en configuraciones que le otorguen valor a su mercado o su comunidad-competencias distintivas individuales (Carreto, 2013: 102). En los gráficos 37-47 se observan las diversas expectativas y el grado de satisfacción que tienen las microempresas en los países que interesan a esta investigación:

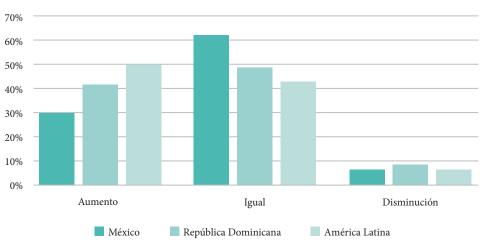


Gráfico 37. Expectativas de empleo.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 37 muestra que 31% de las microempresas ubicadas en México percibió que sus expectativas de empleo eran de un aumento; en República Dominicana lo consideró así 42% y en América Latina, 50%. El 62% de las microempresas en México expresó que sus expectativas de empleo eran igual que las obtenidas el año anterior; en República Dominicana lo fue así para 49% y en América Latina, para 43%. El 7% de las microempresas en México consideró que estas expectativas eran de una disminución; en República Dominicana, lo consideró así 9% y en América Latina, 7%. El 30% en México, 40% en República Dominicana y 50% en América Latina consideraron que sus expectativas de empleo eran de un aumento. Dado la serie de problemas económicos que enfrentan los países y el escaso apoyo que reciben las microempresas por parte de las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, complica la obtención de una expansión significativa de los negocios.

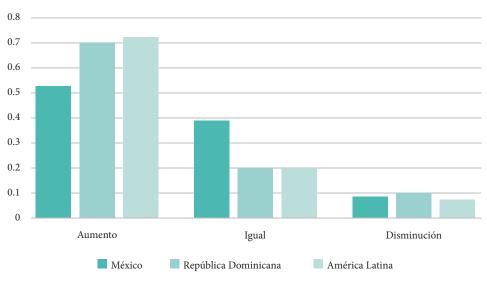
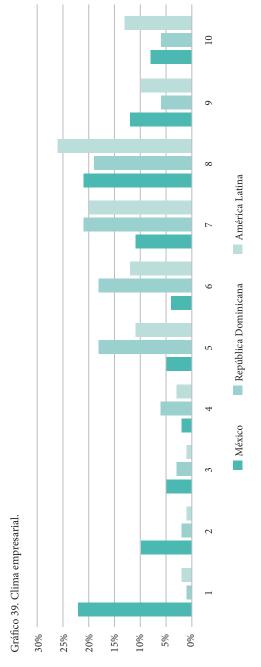


Gráfico 38. Expectativas de ventas.

El gráfico 38 indica que 52% de las microempresas establecidas en México consideró que sus expectativas de ventas eran de un incremento; en República Dominicana lo consideró así 70% y en América Latina, 72%. El 39% de las microempresas en México consideró que dichas expectativas eran igual que el año anterior, y tanto en República Dominicana como en América Latina fue 20% el que coincidió con esta respuesta. El 9% de las microempresas en México consideró que sus expectativas eran de una disminución; en República Dominicana lo consideró así también 10% y en América Latina, 8%. El 50% en México, y 70% República Dominicana y en América Latina, manifestaron que sus expectativas de ventas eran de crecimiento. Existe un mercado interno que va en aumento y que requiere cada vez más de los productos o servicios generados por las microempresas, aun cuando este crecimiento sea mayor en República Dominicana y en el resto de países de América Latina que en México, las microempresas tienen un mercado cautivo que no ha sido atendido por las grandes tiendas departamentales internacionales, o bien por las empresas transnacionales, lo cual demuestra la existencia de un mercado cautivo para este tipo de negocios.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 39 muestra que 11% de las microempresas ubicadas en México evaluó el clima empresarial con un 4; en República Dominicana lo evaluó así 18% y en América Latina, 12%. El 11% de las microempresas en México lo evaluó con 7; en República Dominicana, 21% también lo evaluó así, y en América Latina, 20%. El 21% de las microempresas en México evaluó el clima empresarial con 8; en República Dominicana lo consideró así también el 19% y en América Latina, 26%.

La evaluación del clima empresarial es relativamente aceptable. Éste no es el adecuado para el emprendimiento, crecimiento y desarrollo de las microempresas, ya que las autoridades de los tres niveles de gobierno, por lo general, no cuentan con programas ni con políticas encaminadas a apoyar el emprendimiento de este tipo de negocios, y mucho menos tienen una estrategia política y empresarial para el desarrollo de éstos.

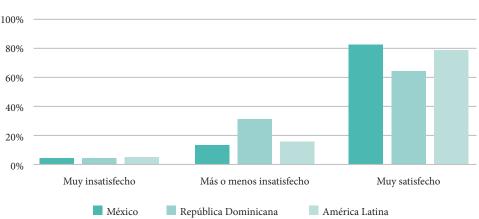


Gráfico 40. Nivel de satisfacción.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 40 indica que 82% de las microempresas establecidas en México consideró que está muy satisfecho con el nivel de sus actividades; en República Dominicana lo consideró también así 64% y en América Latina, 79%. El 13% de las microempresas en México consideró estar más o menos satisfecho; en República Dominicana lo consideró así 31% y en América Latina, 16%. El 5% de las microempresas, en general, consideró estar muy insatisfecho con

sus actividades empresariales. El 80% de las microempresas en México y en América Latina, y 60% de las microempresas en República Dominicana consideraron estar muy satisfechos con las actividades realizadas hasta el momento. Las personas perciben estabilidad en el mercado para la venta de sus productos o servicios, lo cual les ha permitido obtener los ingresos necesarios para continuar con sus actividades empresariales, aun cuando en República Dominicana se aprecia un menor nivel de satisfacción comparado con el resto de países de América Latina.

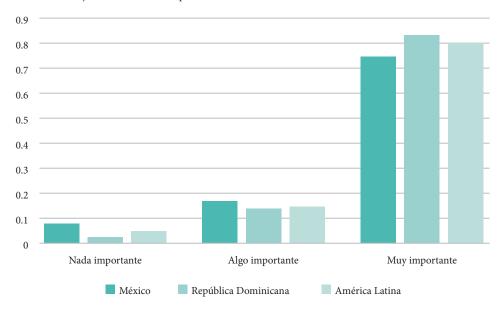


Gráfico 41. Mejora en la calidad del producto o servicio.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 41 muestra que 75% de las microempresas ubicadas en México consideró como muy importante la mejora de la calidad de sus productos o servicios; en República Dominicana lo fue así también para 83% y en América Latina, para 80%. El 17% de las microempresas en México consideró que este hecho fue algo importante; en República Dominicana lo estimó así también 14% y en América Latina, 15%. El 8% de las microempresas en México manifestó que este factor no fue nada importante; en República

Dominicana tampoco lo fue para 3% y el América Latina, tampoco para 5%. Alrededor de 80% de las microempresas consideró que la mejora en la calidad de sus productos o servicios es muy importante. Para sobrevivir en un mercado cada vez más competitivo y globalizado, es necesario que los productos o servicios que se ofrecen tengan un mayor nivel de calidad ya que, de lo contrario, las empresas estarán condenadas a desaparecer.

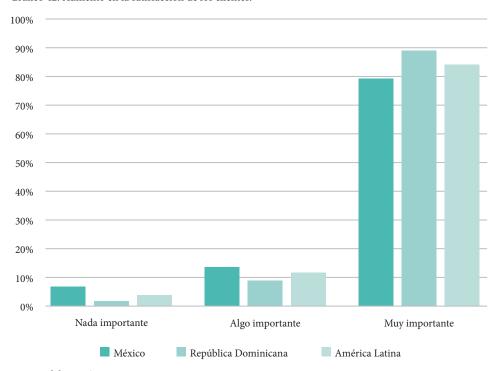


Gráfico 42. Aumento en la satisfacción de los clientes.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 42 indica que 79% de las microempresas establecidas en México consideró muy importante el aumento de la satisfacción de los clientes; en República Dominicana lo fue también así para 89% y en América Latina, para 84%. El 14% de las microempresas en México expresó que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo expresó así el 9% y en América Latina, 12%. El 7% de las microempresas en México determinó que este factor no

fue nada importante, tampoco lo fue para 2% en República Dominicana y tampoco para 4% en América Latina. El 80% de las microempresas en México y en América Latina, y 90% de las que están en República Dominicana, consideraron muy importante el aumento en la satisfacción de sus clientes. Los microempresarios tienen muy clara la importancia que tienen sus actuales clientes, por lo cual buscan, en la medida de sus posibilidades, satisfacer sus gustos y necesidades de la mejor manera posible ya que, de lo contrario, sus clientes dejarían de comprar sus productos o servicios y, posiblemente, preferirían comprar los productos o servicios de la competencia, o incluso de aquellos productos o servicios generados por las grandes empresas transnacionales.

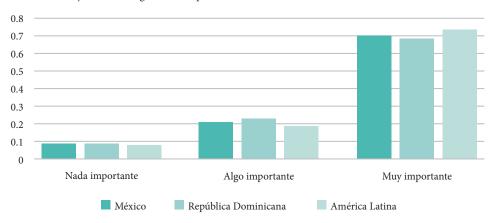
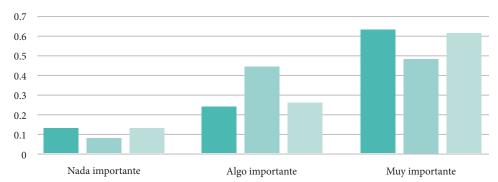


Gráfico 43. Mejora en la imagen de la empresa.

Fuente: elaboración propia.

El Gráfico 43 muestra que 69% de las microempresas establecidas en México manifestó que es muy importante la mejora de su imagen; en República Dominicana lo pensó así 68% y en América Latina, 73%. El 21% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante; en República Dominicana, lo fue para 23% y en América Latina, para 19%. El 9% de las microempresas en México y en República Dominicana dijo que este factor no fue nada importante, mientras que en América Latina tampoco lo fue para 8%. El 70% de las microempresas consideró que es de suma importancia la mejora de su imagen. Los microempresarios tienen muy claro que la imagen que tengan sus clientes y consumidores actuales y futuros

será determinante para la adquisición de sus productos o servicios, por lo que, a través de la realización de una serie de actividades empresariales, se debe mejorar significativamente la imagen de la microempresa que tiene el mercado en general.



República Dominicana

América Latina

Gráfico 44. Incremento de las utilidades.

Fuente: elaboración propia.

México

El gráfico 44 indica que 63% de las microempresas ubicadas en México consideró que el aumento de las utilidades fue un factor muy importante; en República Dominicana fue así sólo para 48% y en América Latina, para 61%. El 24% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo fue así para 44% y en América Latina, sólo para 26%. El 13% de las microempresas en México y en América Latina consideró que este factor no fue nada importante; en República Dominicana tampoco lo fue así para 8%. El 60% de las microempresas en México y en América Latina, y 50% de las microempresas en República Dominicana, consideraron que el incremento de las utilidades es muy importante. Dentro de los principales objetivos y metas en el corto y mediano plazos de los microempresarios, no se considera únicamente incrementar de manera significativa las utilidades, sino que también tienen otro tipo de metas más prioritarias como podrían ser, por ejemplo, encontrar clientes y consumidores que prefieran la compra de sus productos o servicios, o lograr un posicionamiento en el mercado en el cual participan.

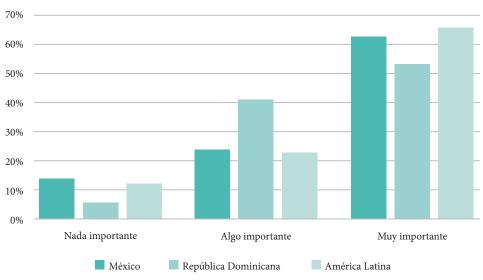


Gráfico 45. Incremento de las ventas.

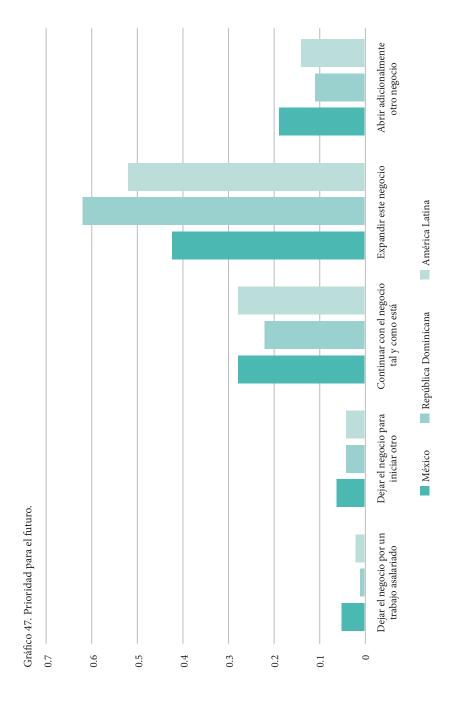
El gráfico 45 muestra que 62% de las microempresas establecidas en México consideró que el incremento de las ventas fue un factor muy importante; en República Dominicana este factor lo fue así para 53% y en América Latina, para 65%. El 24% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante; en República Dominicana lo consideró así 41% y en América Latina, 23%. El 14% de las microempresas en México expresó que este factor no fue nada importante; en República Dominicana tampoco lo fue así para 6% y en América Latina, tampoco para 12%. El 60% de las microempresas en México y en América Latina, y 50% de las que están ubicadas en República Dominicana, consideraron que el incremento de sus ventas es un factor muy importante. Los microempresarios, tanto en el corto como en el mediano plazo no contemplan, dentro de sus principales objetivos, incrementar significativamente sus ventas, sino que aspiran a conseguir un nicho de mercado para sus productos o servicios, pues esto les permite tanto sobrevivir en el mercado en el cual participan, como crecer y desarrollarse en un futuro cercano.

0.8
0.7
0.6
0.5
0.4
0.3
0.2
0.1
0
Nada importante
Algo importante
Muy importante
Muy importante

México
República Dominicana
América Latina

Gráfico 46. Motivación de los trabajadores.

El gráfico 46 indica que 60% de las microempresas ubicadas en el mercado de México consideró que la motivación de sus trabajadores fue un factor muy importante para la organización; en República Dominicana fue considerado así para 52% y en América Latina, para 58%. El 24% de las microempresas en México consideró que este factor fue algo importante para el desarrollo de sus actividades; en República Dominicana lo fue así para 23% y en América Latina, para 21%. El 16% de las microempresas en México consideró que este factor no fue nada importante para la organización; en República Dominicana tampoco lo fue así para 23% y en América Latina, tampoco para 21%. El 60% de las microempresas en México y en América Latina, y 50% de las ubicadas en República Dominicana, consideraron que la motivación de sus trabajadores es uno de los factores más importantes. En este tipo de negocios es necesario que aquéllos tengan un elevado nivel de motivación; de esta manera, los productos y servicios que generen serán eficientes y se conseguirán los niveles de calidad que requieren sus clientes y consumidores. Esto les podría facilitar tanto un incremento significativo de sus ventas e ingresos como un mayor nivel de crecimiento y desarrollo en el mercado en el cual participan.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 47 muestra que 42% de las empresas establecidas en el territorio de México consideró que su principal prioridad para el futuro es expandir su actual negocio; en República Dominicana lo consideró así 62% y en América Latina, 52%. El 28% de las microempresas en México consideró como principal prioridad para el futuro el continuar con el negocio tal y como está; en República Dominicana lo consideró así 22% y en América Latina, 28%. El 19% de las microempresas en México manifestó que su principal prioridad para el futuro es abrir adicionalmente otro negocio; en República Dominicana lo consideró así 11%, y 14% pensó lo mismo en el resto de los países de América Latina. El 40% de las microempresas en México, 60% de las ubicadas en República Dominicana y 50% en América Latina consideraron que su principal prioridad para el futuro es la expansión de su negocio actual. Ésta es una de las principales prioridades de las microempresas, ya que la expansión les podría permitir tanto contratar un número mayor de trabajadores o empleados como incrementar su actual nivel de producción de bienes o servicios, lo cual generaría un crecimiento y desarrollo de la microempresa al dar ese salto cualitativo para pasar a ser una pequeña empresa.

Financiamiento de las microempresas

La falta de acceso al financiamiento es uno de los problemas más importantes a los que se enfrentan las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel mundial. El Banco Mundial establece que, junto con el acceso a la electricidad (sobre todo en países de bajos ingresos), las prácticas del sector informal, las altas tasas de impuestos, la inestabilidad política y la corrupción, son los cinco principales obstáculos para las microempresas establecidas en los países en vías de desarrollo. En México, según las estadísticas más recientes sobre las micro, pequeñas y medianas empresas, 22.7% de éstas considera que la razón por la cual las microempresas no tienen un nivel de crecimiento significativo es por la falta de crédito disponible y de condiciones favorables.

Las mismas estadísticas publicadas establecen, para el caso de las pequeñas empresas, que 24.4% de este tipo de negocios consideran que el exceso de trámites y los impuestos elevados son las causas que influyen más en su estancamiento (INEGI, 2016).

De hecho, según un estudio más reciente publicado por la CEPAL sobre el financiamiento de la microempresa en América Latina, las cuatro principales razones por las cuales las micro y las pequeñas empresas no recurren al crédito bancario son: las altas tasas de interés, la falta de garantías, los trámites burocráticos y la poca disponibilidad de recursos propios (Ferraro, Goldstein, Zuleta y Garrido, 2011). Estos problemas de financiamiento conllevan a que un elevado porcentaje de microempresas de los países que interesan a esta investigación, tengan un tiempo de vida de mercado relativamente corto ya que, al no contar con los recursos propios necesarios y suficientes para el desarrollo de sus actividades empresariales, salen del mercado en el cual participan.

Debido a los escasos programas y políticas efectivas que apoyen el emprendimiento de microempresas, aunado al poco acceso al crédito y financiamiento, las micro y pequeñas empresas en su etapa inicial son financiadas, principalmente, con recursos propios, como es el caso de 47.13% de éstas, o bien con el apoyo de sus familiares y amigos más cercanos, como lo tuvo 13.94% (Del Castillo, 2001; Sosa, 2014). Este tipo de financiamiento es mucho más fácil de conseguir pues, generalmente, no se cobran intereses y, en caso de cobrarlos, la tasa es muy baja. Por lo tanto, los familiares y amigos se están convirtiendo cada vez más en una de las fuentes de financiamiento más importantes, si no es que la única, a la que recurren con mayor frecuencia las microempresas, no sólo para tener la oportunidad de financiar sus proyectos de expansión empresarial, sino también para la adquisición de materia prima para la producción de sus bienes, o bien para la prestación de sus servicios.

Bajo este contexto, Ferraro *et al.* (2011) concluyeron que existe una clara discriminación por parte de la banca comercial hacia las micro y pequeñas empresas, actitud que les impide su crecimiento, y obstaculiza los procesos de inversión para ampliar tanto su capacidad productiva como para generar un mayor nivel de innovaciones, lo cual repercute sustancialmente en sus diversos indicadores de productividad y competitividad. Según el INEGI (2016), una razón que desmotiva a las instituciones bancarias privadas para otorgar los créditos a las micro y pequeñas empresas que lo requieren, es porque carecen de garantía o aval, razón por la cual solamente 10% de las microempresas contó con un financiamiento. Otro dato importante que se desprende del mismo estudio es que 20.7% de las microempresas se le rechazó un crédito porque no podían comprobar sus ingresos, lo cual dificulta a las instituciones bancarias hacer una correcta evaluación de riesgos (Ferraro *et al.*, 2011).

Asimismo, también se debe considerar que el financiamiento es un factor externo que influye tanto en la creación como en el correcto funcionamiento y evolución de las microempresas (Valencia, 2008), por lo cual se han realizado una serie de esfuerzos por desarrollar e implementar instrumentos públicos que se ajusten a las necesidades de este tipo de negocios en un elevado porcentaje de países que integran América Latina. Sin embargo, en México la información oficial más reciente establece que 85.7% de las microempresas desconoce los escasos programas con los que se cuenta para el apoyo del financiamiento de sus proyectos empresariales (INEGI, 2016), y la distribución de 14.3% de las microempresas que manifestó que tenían conocimiento de este tipo de programas se muestra en el gráfico 48¹:

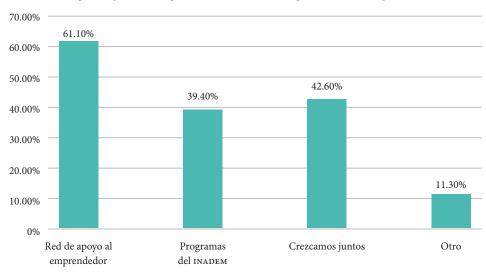


Gráfico 48: Programas públicos del gobierno federal mexicano que conocen las empresas, 2015.

Fuente: INEGI.

Diversos investigadores mexicanos han coincidido en que el desconocimiento de los distintos programas existentes de apoyo a las microempresas en México es por la falta de difusión de las autoridades gubernamentales de dichos programas, aunque existen otras razones, como puede ser la desvinculación

Los porcentajes no suman 100% dado que la empresa puede conocer más de un programa.

existente entre las microempresas y el sector público, ya sea por los altos índices de informalidad o porque se percibe que es muy difícil acceder a estos apoyos. Nuevamente, los datos demuestran lo contrario, pues en México no sólo han ido en aumento los solicitantes, sino también el número de créditos otorgados para las microempresas ya que, según los datos del gobierno mexicano, en la actualidad se han otorgado créditos a aproximadamente 57% de las microempresas que lo ha solicitado, y a un total de 66% de las pequeñas empresas que lo solicitó. El otorgamiento de créditos tiene una clara tendencia a incrementarse.

Adicionalmente, se establece la existencia de dos prácticas de financiamiento que son comúnmente empleadas por las microempresas. La primera y la más habitual tiene que ver con el crédito que otorgan los proveedores, y la segunda tiene que ver con el soporte familiar y las redes personales que sostienen a las micro y a las pequeñas empresas (Del Castillo, 2001). Sosa (2014) estableció el origen de la inversión inicial de las micro y pequeñas empresas según los resultados de la Encuesta Nacional de Micro Negocios 2012 (ENAMIN), la cual aporta la información que se presenta en el gráfico 49:

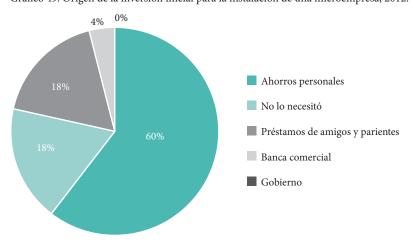


Gráfico 49: Origen de la inversión inicial para la instalación de una microempresa, 2012.

Fuente: elaboración propia con datos de Sosa (2014).

En el gráfico 49 se puede apreciar que 60% de los emprendedores utiliza sus propios recursos para iniciar un negocio, seguido de los préstamos de amigos y parientes, con la peculiaridad del cobro bajo o nulo de intereses, porcentajes que cambian una vez que el negocio está en marcha o ha iniciado. Además, el mismo gráfico indica que 40% solicitó un préstamo al banco, 21% lo hizo a cajas populares y 13% a amigos y familiares. Si se toma en cuenta que en México sólo 10% de las microempresas cuenta con un financiamiento, es posible afirmar que la banca comercial es muy poco accesible para las microempresas dado el riesgo de las inversiones, a pesar de que, en la actualidad, existe una cierta presión para abrirse a este tipo de negocios. Las principales características del financiamiento que otorga la banca comercial son: con tendencia al corto plazo, elevados márgenes de intermediación y una marcada segmentación hacia las grandes empresas, que son las únicas empresas que pueden pagar en tiempo y forma los elevados interesas (Ferraro *et al.*, 2011).

Por otro lado, también existe cierta renuencia por parte de los microempresarios a adquirir préstamos con la banca comercial, entre otras razones, por las dificultades que implican cumplir con los requisitos en cuanto a la información solicitada, las garantías que se requieren y que son imprescindibles (aval o antigüedad) y las altas tasas de interés (Ferraro et al., 2011). Por lo tanto, la banca comercial tiene una escasa participación en el otorgamiento de créditos y financiamiento, no solamente para las micro sino también para las pequeñas empresas, lo cual conlleva que este importante sector empresarial se encuentre prácticamente desprotegido en la mayor parte de los países que integran América Latina. Así, la falta de financiamiento se ha convertido en uno de los principales problemas que obligan a las microempresas a cerrar sus puertas pues, al no contar con los créditos en las condiciones óptimas para este tipo de negocios, no es posible el desarrollo de proyectos ni la implementación de actividades de innovación.

Bajo este contexto, el financiamiento a las microempresas presenta una diversidad de obstáculos, la mayoría de ellos relacionados con la ausencia de créditos que se ajusten a sus necesidades y a sus capacidades de pago. A pesar de que las micro y pequeñas empresas representan tanto un sostén a las economías alrededor del mundo, así como un porcentaje importante del PIB, la banca comercial no ha logrado aminorar los riesgos que conlleva

otorgar créditos a microempresas aparentemente poco productivas y sin garantías de sobrevivencia. Al mismo tiempo, los empresarios desconfían de los préstamos de empresas privadas y del gobierno, por lo que recurren a sus familiares y amigos para financiarse, lo cual genera un elevado estancamiento de la mayoría de las microempresas.

A pesar de esta difícil situación, algunos países desarrollados han implementado diversas políticas y programas de apoyo a las microempresas y se han tenido ya varios casos exitosos, los cuales se tienen que evaluar con cuidado para reconocer si son factibles de replicar en los países latinoamericanos. Así, una práctica puesta en marcha por el gobierno en países como Brasil o Argentina, tiene que ver con el desarrollo de empresas puente (Ferraro et al., 2011). Éstas ayudan a las microempresas a ordenar sus finanzas y hacerlas atractivas para que la banca comercial otorgue los créditos requeridos, ya sea para el establecimiento o para el mantenimiento de las microempresas. Estas iniciativas, que involucran la creatividad y el dinamismo, son un ataque preciso a una de las problemáticas de este tipo de empresas, y han sido un factor de éxito en dichas economías. La tabla 5 muestra con mayor claridad las políticas de financiamiento implementadas por algunos países de América Latina:

Tabla 5. Instituciones involucradas en la política de financiamiento en países seleccionados, CEPAL, 2011.

S			Horms	Segmento	Servic	Servicios financieros	ros	Corrigion
Ъа́Í	Instituciones	institución	intervención	empresario atención	Créditos	Garantías	Otros	financieros
Argentina	SEPYME CONICET BNA BICE	Pública Pública Privada Privada	1° y 2° Piso	MIPYME Todas Todas Todas	& & &	Si Si Si	Si Si No No	Si No No
Brasil	SEBRAE BNDES FINEP Bancos Fede- rales	Independiente B. Desarrollo Pública Privada	2° Piso 1° y 2° Piso 1° Piso 1° Piso	MIPYME Todas Todas Todas	No Sí Sí	Si S	S. S. S.	Sr. No No No
Chile	CORFO SERCOTEC Banco Estado	Pública Pública Privada	2° Piso 1° Piso 1° Piso	Todas MyPES Todas	Sí. No Sí	Sí No Sí	Sí Sí	No Si Si
osixèM	FONDO PYME NAFINSA BANCOMEXT	Pública Banca de Desarrollo	1° y 2° Piso	MIPYME Todas Todas	No Sí	Sí Sí	No Si	S. S.
Colombia	BANCOLDEX FNG Banca de las Oportunidades	Banca de Desarrollo Mixto Pública	2° Piso	Todas MIPYME MIPYME	Sí No Sí	Sí No Sí	Sí. No	Si Si

Fuente: CEPAL (2011).

En los gráficos 50-67 se observan las diversas fuentes de financiamiento a las que tienen acceso las microempresas, tanto al inicio de las actividades empresariales como en la actualidad:

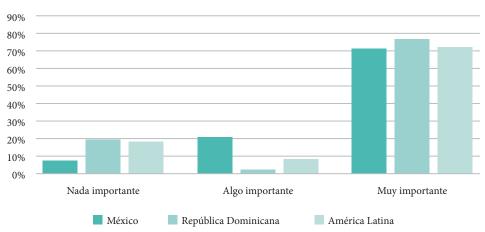


Gráfico 50. Ahorros propios o de familiares (en el inicio).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 50 muestra que 71% de las microempresas ubicadas en el mercado de México manifestó que los ahorros propios o de familiares, como fuente de financiamiento, fueron muy importantes al inicio de sus actividades; en República Dominicana también lo fue así para 77% y en América Latina, para 72%. El 21% de las microempresas en México consideró que esta fuente de financiamiento fue algo importante; en República Dominicana lo consideró así 3% y en América Latina, 9%. El 8% de las microempresas en México manifestó que esta fuente de financiamiento no fue nada importante; en República Dominicana tampoco lo fue así para 20% y en América Latina, tampoco para 19%. Para un poco más de 70% de las microempresas de la muestra, el apoyo de familiares o de ahorros propios fueron necesarios para el inicio de sus operaciones.

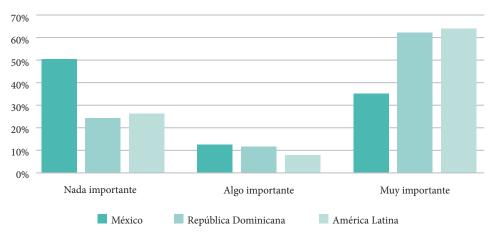


Gráfico 51. Ahorros propios o de familiares (actualidad).

El gráfico 51 indica que 36% de las microempresas establecidas en México consideró que los ahorros propios o de familiares, como fuente de financiamiento, son muy importantes en la actualidad; en República Dominicana lo consideró así también 63% y en América Latina, 65%. El 13% de las microempresas en México consideró que los ahorros propios o de familiares en la actualidad son algo importantes; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 12% y en América Latina, 8%. El 51% de las microempresas en México consideró que los ahorros propios o de familiares no son nada importantes actualmente; en República Dominicana lo piensa así también 25% y en América Latina, 27%. El 40% de las microempresas en México, y 60% de las ubicadas en República Dominicana y en América Latina, consideraron que los ahorros propios o de familiares son muy importantes en la actualidad como una fuente de financiamiento. Al inicio de las actividades empresariales, la mayoría de los microempresarios requirieron del apoyo de sus familiares o de sus propios ahorros para poder emprender su propio negocio. El escaso apoyo existente, tanto de la banca comercial como de la administración pública de los tres niveles de gobierno, obliga a que las únicas fuentes de inversión inicial sean las propias o las de otros familiares. Sin embargo, una vez establecidas las microempresas, en el caso de República Dominicana y de América Latina, sus recursos propios o el de sus familiares siguen siendo su principal fuente de financiamiento; en México, la mayoría de las microempresas tienen otra fuente de financiamiento y en la actualidad no tienen una clara dependencia de los recursos propios o de sus familiares para poder financiar sus diversos proyectos y actividades empresariales.

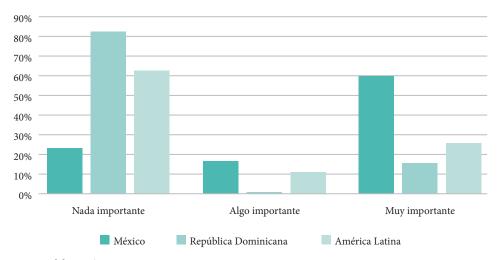


Gráfico 52. Préstamos de familiares o de amigos (inicio).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 52 muestra que 60% de las microempresas ubicadas en México consideró que los préstamos de familiares o amigos, como fuente de financiamiento, fueron muy importantes al inicio de sus actividades empresariales; en República Dominicana lo fue así también para 16% y en América Latina, para 26%. El 17% de las microempresas en México expresó que esta fuente de financiamiento fue algo importante al inicio; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 1% y en América Latina, 11%. El 23% de las microempresas en México consideró que los préstamos de familiares o amigos no fueron nada importantes al inicio; en contraste, en República Dominicana opinó lo mismo 83% y en América Latina, 63%. El 60% de las microempresas en México, 20% de las ubicadas en República Dominicana y 30% en América Latina consideraron que, al inicio, los préstamos de familiares y amigos fueron muy importantes.

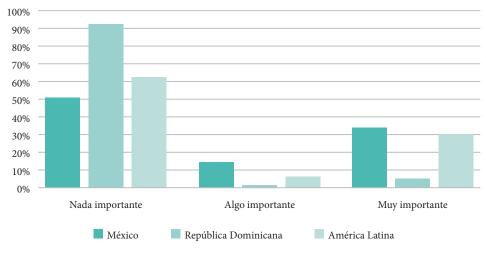
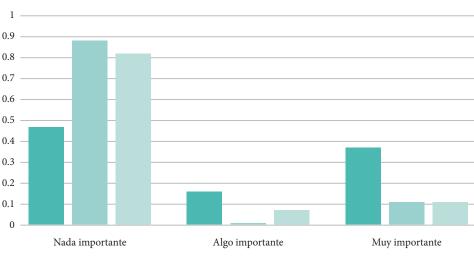


Gráfico 53. Préstamos de familiares o de amigos (actualidad).

El gráfico 53 indica que 34% de las microempresas ubicadas en México manifestó que los préstamos de familiares y amigos, como fuente de financiamiento, son muy importantes en la actualidad; en República Dominicana opinó lo mismo sólo 6% y en América Latina, 30%. El 15% de las microempresas en México expresó que esta fuente de financiamiento es algo importante en la actualidad; en República Dominicana lo consideró también así 2% y en América Latina, 7%. El 51% de las microempresas en México consideró que los préstamos de amigos o de familiares, en la actualidad, no son nada importantes; en República Dominicana tampoco lo consideró así 92% y en América Latina, tampoco 63%. El 30% de las microempresas en México y en América Latina, y 10% de las ubicadas en República Dominicana expresaron que los préstamos de familiares o amigos son muy importantes.

Las microempresas ubicadas en México requirieron de este tipo de apoyos para poder financiar sus actividades empresariales, al contrario de las microempresas establecidas en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, las cuales tuvieron otras fuentes de financiamiento distintas. Sin embargo, en la actualidad, se redujo el porcentaje de microempresas en México que requieren de este tipo de financiamiento, lo cual aumenta ligeramente el número de las microempresas en América Latina; esto no sucede así en las microempresas en República Dominicana, para las cuales esta fuente de financiamiento no tiene importancia.



República Dominicana

América Latina

Gráfico 54. Prestamistas (inicio).

Fuente: elaboración propia.

México

El gráfico 54 muestra que 37% de las microempresas establecidas en México consideró que los prestamistas fueron su principal fuente de financiamiento al inicio de sus actividades, y tanto en República Dominicana como en América Latina lo fue así sólo para 11%. El 16% de las microempresas en México manifestó que los prestamistas fueron algo importantes al inicio de sus operaciones; en República Dominicana coincidió con esta respuesta 1% y en América Latina, 7%. El 47% de las microempresas ubicadas en México percibió que los prestamistas no fueron nada importantes al inicio de sus operaciones; en República Dominicana tampoco lo percibió así 88% y en América Latina, tampoco 82%. El 40% de las microempresas en México, y 10% de las ubicadas tanto en República Dominicana como en América Latina, consideraron que los prestamistas fueron muy importantes.

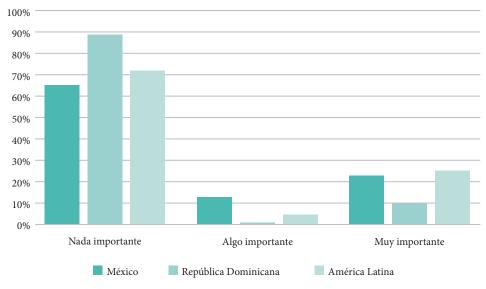


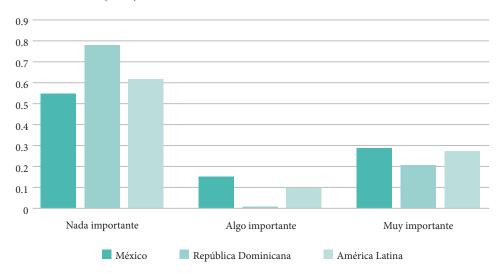
Gráfico 55. Prestamistas (actualidad).

El gráfico 55 indica que 23% de las microempresas ubicadas en México y en América Latina manifestó que los prestamistas son muy importantes en la actualidad como fuente de financiamiento, y en República Dominicana lo consideró así 10%. El 13% de las microempresas en México expresó que los prestamistas actualmente son algo importantes; en República Dominicana lo expresó de la misma manera sólo 1% y en América Latina, 5%. El 65% de las microempresas establecidas en México consideró que los prestamistas en la actualidad no son nada importantes; en República Dominicana tampoco lo percibió así 89% y en América Latina, tampoco 72%. El 20% de las microempresas en México y en América Latina, y 10% de las microempresas en República Dominicana, consideró que los prestamistas son una fuente de financiamiento muy importante en la actualidad.

Al inicio de las actividades empresariales, un porcentaje importante de microempresas ubicadas en México requirieron del apoyo de los recursos de los prestamistas para poder emprender sus actividades, pero la mayoría de las microempresas en República Dominicana y en América Latina no necesitaron de este tipo de recursos, sino que buscaron otros. Sin embargo,

aun cuando se registró en la actualidad un leve incremento de las microempresas en América Latina que solicitaron este tipo de recursos, los prestamistas no son una fuente de financiamiento confiable para la mayoría de las microempresas. Por lo tanto, es necesaria la búsqueda de otras alternativas de financiamiento, tanto para sus diversos proyectos como para su propia sobrevivencia en el mercado en el cual participan.

Gráfico 56. Bancos (inicio).



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 56 indica que 29% de las microempresas establecidas en México manifestó que los bancos fueron una fuente de financiamiento muy importante al inicio de sus operaciones; en República Dominicana lo fue así para 21% y en América Latina, para 28%. El 16% de las microempresas en México consideró que los bancos fueron algo importantes al inicio de sus operaciones; en República Dominicana lo consideró así 1% y en América Latina, 10%. El 55% de las microempresas en México consideró que los bancos no fueron nada importantes al inicio de sus actividades; en República Dominicana tampoco lo fue así para 78% y en América Latina, tampoco para 62%. El 30% de las microempresas tanto en México y como en América Latina, y 20% de las microempresas en República Dominicana, manifestaron que los

bancos fueron una fuente de financiamiento muy importante al inicio de sus operaciones.

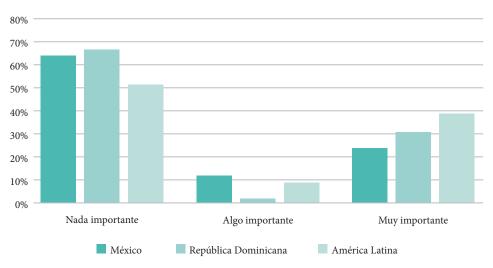


Gráfico 57. Bancos (actualidad).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 56 muestra que 24% de las microempresas ubicadas en México consideró que los bancos son actualmente una fuente muy importante de financiamiento; en República Dominicana lo consideró así 31% y en América Latina, 39%. El 12% de las microempresas en México expresó que los bancos son actualmente una fuente algo importante de financiamiento; en República Dominicana lo percibió así sólo 2% y en América Latina, 9%. El 64% de las microempresas en México consideró que los bancos no son en la actualidad una fuente importante de financiamiento; en República Dominicana tampoco lo consideró así 67% y en América Latina, tampoco 52%. El 20% de las microempresas en México, 30% de las ubicadas en República Dominicana y 40% en América Latina consideran que los bancos son actualmente una fuente muy importante de financiamiento.

Pocas microempresas necesitaron del apoyo de los bancos comerciales, posiblemente por las altas tasas de interés y por los trámites para la adquisición de los créditos, ya que los bancos comerciales generalmente no cuentan

con créditos flexibles para este tipo de negocios. Sin embargo, en la actualidad, el financiamiento otorgado por los bancos comerciales juega un papel sustancial para las microempresas, sobre todo para las ubicadas en República Dominicana y en América Latina, pero no para las establecidas en México, pues han disminuido sensiblemente los créditos solicitados a los bancos comerciales, ya sea porque se han incrementado de manera sustancial los intereses del financiamiento, o bien porque se han incrementado los requisitos para el otorgamiento de dichos créditos para este tipo de negocios.

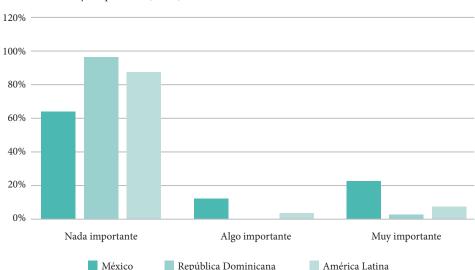


Gráfico 58. ONGS y cooperativas (inicio).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 58 indica que 23% de las microempresas establecidas en México consideró que los apoyos de las ongs y de las cooperativas fueron una fuente muy importante de financiamiento al inicio de sus actividades; en República Dominicana lo consideró así 3% y en América Latina, 8%. El 13% de las microempresas en México consideró que las ongs y las cooperativas fueron algo importante; en América Latina lo fue así también para 4% y en República Dominicana no se presentó ningún porcentaje. El 64% de las microempresas en México consideró que las ongs y las cooperativas no fueron

nada importantes al inicio de sus operaciones; en República Dominicana tampoco lo consideró así 97% y en América Latina, tampoco para 88%. Sólo para 20% de las microempresas en México y 10% de las ubicadas en América Latina consideraron que las ongs y las cooperativas fueron importantes al inicio de sus operaciones para financiarse.

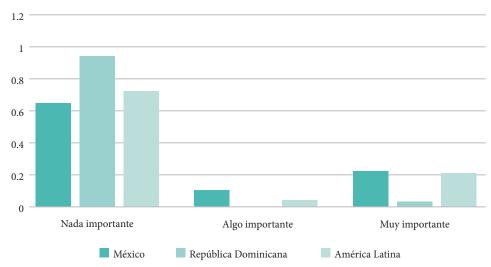


Gráfico 59. ongs y cooperativas (actualidad).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 59 muestra que 23% de las microempresas ubicadas en México consideró que los apoyos de las ongs y de las cooperativas son una fuente de financiamiento muy importante en la actualidad; en República Dominicana lo consideró así también 4% y en América Latina, 22%. El 11% de las microempresas en México consideró que las ongs y las cooperativas son algo importantes; en América Latina lo consideró así 5% y en República Dominicana no se recabó ningún porcentaje. El 66% de las microempresas en México manifestó que las ongs y las cooperativas no son nada importantes; en República Dominicana tampoco lo son para 96% y en América Latina, tampoco para 73%. El 20% de las microempresas tanto en México como en América Latina consideró que las ongs y las cooperativas son muy importantes en la actualidad.

Al inicio de sus actividades comerciales, unas cuantas microempresas solicitaron del apoyo de las ongs y las cooperativas para financiar su instalación o la adquisición de algunas materias primas o herramientas de trabajo. Sin embargo, a pesar de que en América Latina se incrementó un poco este tipo de apoyos y en México se mantuvo estable, las ongs y las cooperativas no son una fuente importante de financiamiento de las microempresas; es posible que se deba a que los montos de los créditos que otorgan no son lo suficientemente atractivos para el desarrollo de proyectos o para la inversión que necesitan este tipo de empresas, o bien porque las ongs y las cooperativas no tienen los recursos suficientes ni el personal necesario para promover entre los microempresarios sus programas de financiamiento.

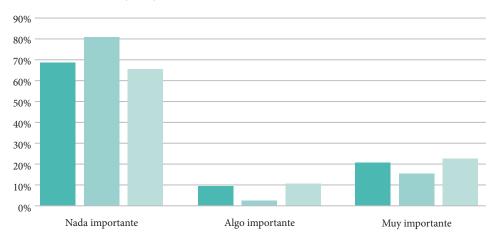


Gráfico 60. Proveedores (inicio).

Fuente: elaboración propia.

México

El gráfico 60 indica que 21% de las microempresas establecidas en México manifestó que los proveedores fueron una fuente muy importante de financiamiento al inicio de sus actividades; en República Dominicana lo percibió así 16% y en América Latina, 23%. El 10% de las microempresas en México expresó que los proveedores fueron algo importantes al inicio; en República Dominicana lo fue así también para 3%, y en América Latina, para

República Dominicana

América Latina

11%. El 69% de las microempresas en México manifestó que no fueron nada importantes al inicio; en República Dominicana tampoco lo fue así para 81% y en América Latina, tampoco para 66%. Sólo 20% de las microempresas consideró que los proveedores fueron muy importantes al inicio de sus actividades empresariales.

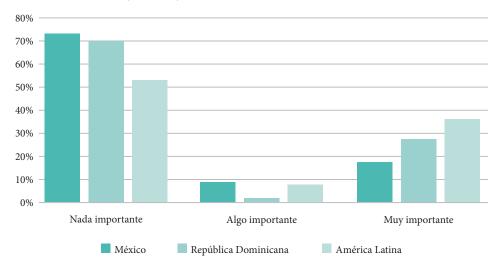


Gráfico 61. Proveedores (actualidad).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 61 muestra que 18% de las microempresas ubicadas en México consideró que los proveedores son una fuente muy importante de financiamiento en la actualidad; en República Dominicana así lo hizo también 28% y en América Latina, 36%. El 9% de las microempresas en México consideró que los proveedores son poco importantes en la actualidad; en República Dominicana lo consideró así 2% y en América Latina, 8%. El 73% de las microempresas en México manifestó que los proveedores no son nada importantes en la actualidad; en República Dominicana tampoco lo manifestó así 70% y en América Latina, tampoco 53%. El 20% de las microempresas en México, 30% de las ubicadas en República Dominicana, y 40% que están en América Latina, consideran que los proveedores son una fuente muy importante de financiamiento en la actualidad.

A pesar de que en México se redujo levemente el apoyo de los proveedores, sí se realizó un incremento significativo en el apoyo financiero de éstos para las microempresas establecidas en República Dominicana y en América Latina. Esto demuestra que los proveedores se han convertido en una fuente importante de financiamiento para este tipo de negocios, y puede deberse a que son conscientes de que, al otorgar créditos y financiamiento a los proyectos de expansión o de adquisición de maquinaria y de equipo de las microempresas, ellos también tendrán más posibilidades de lograr un mayor nivel de crecimiento y desarrollo.

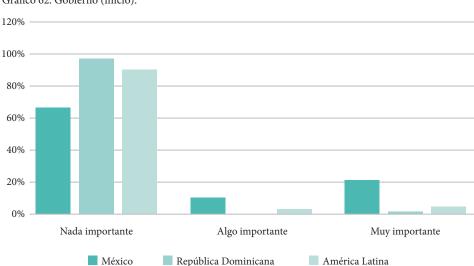


Gráfico 62. Gobierno (inicio).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 62 indica que 22% de las microempresas establecidas en México manifestó que fue muy importante el apoyo del gobierno como fuente de financiamiento al inicio de sus actividades; en República Dominicana lo consideró así sólo 2% y en América Latina, 5%. El 11% de las microempresas en México consideró que el apoyo del gobierno fue algo importante al inicio de sus operaciones; en América Latina lo consideró así 4% y de República Dominicana no se obtuvo ningún porcentaje. El 67% de las microempresas en México consideró que el apoyo del gobierno no fue nada importante; en

República Dominicana tampoco lo consideró así 98% y en América Latina, tampoco 91%. El 20% las microempresas en México y 10% de las ubicadas tanto en República Dominicana y en América Latina consideraron que los apoyos del gobierno fueron muy importantes como fuente de financiamiento al inicio de sus funciones.

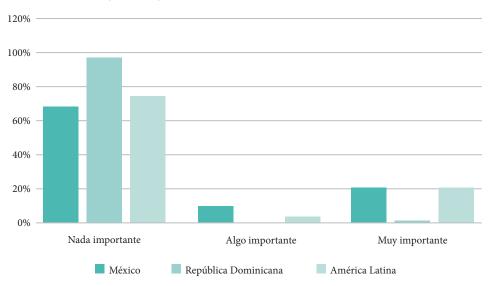


Gráfico 63. Gobierno (actualidad).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 63 muestra que 21% de las microempresas ubicadas en México consideró que los apoyos del gobierno son muy importantes como una fuente de financiamiento en la actualidad; en República Dominicana lo percibió así sólo 2% y en América Latina, 21%. El 10% de las microempresas en México consideró que el apoyo del gobierno es algo importante; en América Latina lo consideró así sólo 4% y en República Dominicana no se obtuvo porcentaje. El 69% de las microempresas en México expresó que el apoyo del gobierno no es nada importante; en República Dominicana lo expresó así también 98% y en América Latina, 75%. El 20% de las microempresas consideró que el apoyo del gobierno como fuente de financiamiento es muy importante en la actualidad.

Al inicio de las actividades empresariales, sólo algunas pocas microempresas en México solicitaron el apoyo del gobierno para financiar su operación, o bien para la adquisición de materias primas. Esto no sucede así en República Dominicana ni en el resto de los países de América Latina. Sin embargo, a pesar de que se incrementó ligeramente el apoyo solicitado por parte de las microempresas de América Latina hacia el gobierno de sus países, los apoyos del gobierno en términos de créditos y de financiamiento para las microempresas no tienen un alto grado de importancia. En estos países, en general, el gobierno carece de programas y políticas que estén encaminadas a otorgar créditos flexibles y en las condiciones óptimas, no solamente para que las microempresas puedan acceder y para cubrirlos de manera satisfactoria, sino también para la implementación de actividades de innovación.

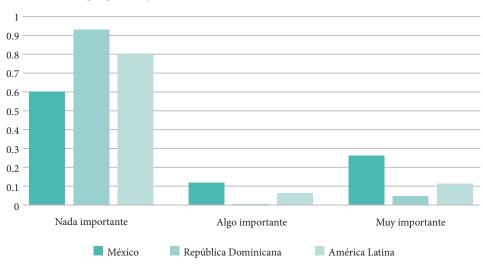


Gráfico 64. Anticipos por trabajo (inicio).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 64 indica que 27% de las microempresas ubicadas en México consideró que los anticipos por trabajo como una fuente de financiamiento fueron muy importantes al inicio de sus actividades; en República Dominicana lo consideró así 5% y en América Latina, 12%. El 12% de las microempresas en México consideró que los anticipos por trabajo fueron algo importantes al

inicio de sus actividades; en República Dominicana lo consideró también así 1% y en América Latina, 7%. El 61% de las microempresas en México manifestó que los anticipos por trabajo no fueron muy importantes inicialmente; lo mismo lo consideró 94% en República Dominicana y 81% en América Latina. El 30% de las microempresas en México y 10% de las ubicadas tanto en América Latina y como en República Dominicana, consideraron que los anticipos por trabajos fueron muy importantes.

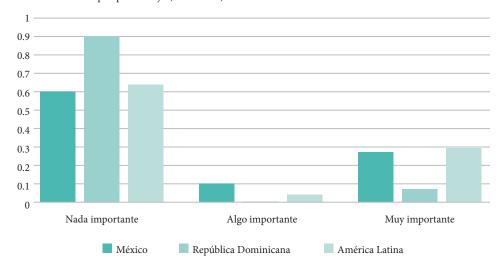


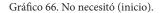
Gráfico 65. Anticipos por trabajo (actualidad).

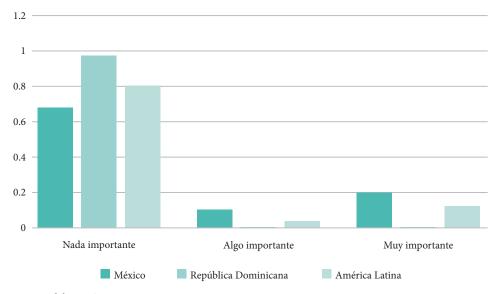
Fuente: elaboración propia.

El gráfico 65 muestra que 28% de las microempresas establecidas en México consideró que los anticipos por trabajo son una fuente de financiamiento muy importante en la actualidad; lo consideró así sólo 8% en República Dominicana y 30% en América Latina. El 11% de las microempresas en México expresó que los anticipos por trabajo son algo importantes en la actualidad; en República Dominicana lo consideró así el 1% y en América Latina, 5%. El 61% de las microempresas en México consideró que los anticipos por trabajo no son nada importantes en la actualidad; en República Dominicana, tampoco lo consideró así 91%, y en América Latina, tampoco 65%. El 30% de las microempresas tanto en México como en América Latina, y 10% en República

Dominicana, consideraron que los anticipos por trabajo son una fuente de financiamiento muy importante.

Un porcentaje importante de microempresas en México percibieron en los anticipos por trabajo una fuente importante de financiamiento, ya sea para la adquisición de materias primas o para la compra de herramientas de producción, pero este factor no fue muy importante para las microempresas ubicadas en República Dominicana o en América Latina. Pero, en la actualidad, los anticipos por trabajo tuvieron un crecimiento significativo, sobre todo en México y en América Latina, lo cual ha permitido que un porcentaje importante de microempresas utilicen dichos recursos como una fuente de financiamiento, no solamente para el desarrollo de proyectos de inversión o el incremento de sus actividades de innovación, sino también para la propia sobrevivencia de la organización.





Fuente: elaboración propia.

El gráfico 66 indica que 20% de las microempresas ubicadas en México consideró que el no necesitar recursos externos para financiar sus actividades fue muy importante al inicio; en República Dominicana lo fue así tam-

bién para 1% y en América Latina, para 13%. El 11% de las microempresas en México consideró que no necesitar recursos externos fue algo importante al inicio de sus operaciones; en República Dominicana lo fue así también para 1% y en América Latina, para el 6%. El 69% de las microempresas en México consideró que no necesitar recursos externos no fue nada importante al inicio de sus actividades; en República Dominicana tampoco lo consideró así 98% y en América Latina, 81%. El 20% de las microempresas en México, y 10% de las ubicadas en América Latina, consideraron que no necesitar de recursos externos fue muy importante al inicio de sus actividades.

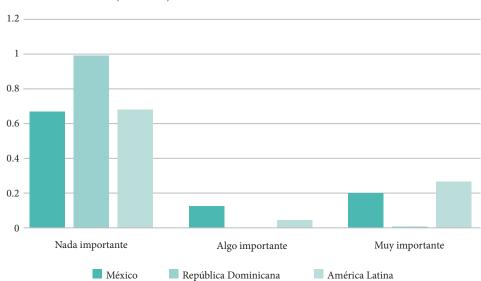


Gráfico 67. No necesitó (actualidad).

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 67 muestra que 20% de las microempresas establecidas en México consideró que no necesitar recursos externos en la actualidad es algo muy importante; en República Dominicana lo consideró así también 1% y en América Latina, 27%. El 13% de las microempresas en México consideró que no necesitar de recursos externos es algo importante en la actualidad, pero en América Latina sólo opinó así 5%. El 67% de las microempresas en México consideró que no necesitar de recursos externos en la actualidad no es nada

importante; en República Dominicana lo consideró así 99% y en América Latina, 68%. El 20% de las microempresas en México y 30% de las ubicadas en América Latina, consideraron que no necesitar de recursos externos es algo muy importante en la actualidad.

Al inicio de las actividades empresariales, un porcentaje importante de microempresas en México y en América Latina, pero no así en República Dominicana, pues no necesitaron de ningún apoyo económico externo para financiar sus diversas actividades empresariales. Sin embargo, a pesar de que se registró un incremento significativo en América Latina en el porcentaje de las microempresas que no requirieron de recursos externos como fuente de financiamiento de sus diversos proyectos de inversión (permaneciendo constante el porcentaje de microempresas en México y en República Dominicana), una cantidad importante de las microempresas en México y en América Latina consideró como muy importante que, tanto al inicio como en la actualidad de sus operaciones comerciales, no se requiera de recursos externos para financiar su instalación y la compra de sus materias primas.

Ingresos adicionales de las microempresas

Se ha demostrado que existen distintas formas de financiamiento complementarias en las microempresas, como pueden ser, por ejemplo, el uso de ingresos adicionales o las aportaciones de los integrantes de la familia. Se ha llegado a la conclusión de que la familia puede ser considerada como un referente y como uno de los factores determinantes en el crecimiento y en el desarrollo de las microempresas a nivel mundial. Un ejemplo claro de ello es que, en el desarrollo de los distritos industriales de Italia, en los cuales las relaciones de confianza que se establecían con la comunidad dependían de la familia; la "solidaridad orgánica" de la familia con aquélla es una de las formas más importantes que garantizan el éxito y permanencia de las microempresas en el mercado (Alonso, 2001).

De igual manera, la influencia de las familias es innegable en el caso de la microempresa mexicana, ya que éstas, generalmente, participan de distintas formas en el desarrollo de la organización: su campo de acción va desde el financiamiento para el emprendimiento o en el mantenimiento del negocio, hasta el trabajo familiar, que soporta gran parte de los costos en mano de obra que requiere la empresa. Belausteguigoitia (1996) hace referencia a que dicha participación puede impactar de forma positiva si en la dinámica familiar se logran conciliar los intereses entre empresa y familia, o de manera negativa si ambas se resisten a los cambios, o si existen excesivas demandas y exigencias familiares. Además, Alba y Krujit (1995) llegaron a la conclusión de que en las microempresas se reproducen los mismos esquemas que en la familia, lo cual implica condiciones de marginación para las mujeres, ya que es común que las microempresas familiares sean gestionadas por los hombres y la familia tiene una escasa participación en la toma de decisiones del negocio.

Ampudia (2008) hace una caracterización de la microempresa en México y su investigación arroja datos interesantes: 66% de las microempresas mexicanas se financia con fondos internos, 90% recibe solamente pagos en efectivo y aproximadamente 34% cuenta con un registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (Cédula RFC). Con estos datos, se rescata que la mayoría de este tipo de negocios no cuentan con acceso a financiamientos formales y, por lo tanto, las microempresas tienden a financiarse con el ahorro familiar para iniciar sus operaciones y, una vez en marcha, dependen, en un elevado porcentaje, de la generación de recursos internos (Ampudia, 2008). Es importante recordar que el ambiente en el que se desenvuelven estos negocios es de pobreza e informalidad, por lo cual la puesta en marcha de una microempresa responde más a las necesidades de obtener un mayor nivel de ingreso para la familia, lo cual implica la complementariedad entre diversas fuentes de recursos de ésta.

Adicionalmente, las aportaciones de la familia para el sostenimiento de las microempresas van desde la inversión en mercancías compradas por algún miembro de la familia, ya sea con los ingresos recibidos en otro negocio, el uso de pensiones y, de una manera muy específica, de las remesas (envíos de dinero de familiares en el extranjero), hasta el emprendimiento o sobrevivencia de la microempresa en su lugar de origen, lo cual impacta en las inversiones y en la creación de fuentes de empleos. Papail (2002) consideró que, a pesar de que los ingresos de los migrantes mexicanos en Estados Unidos son los más bajos del país, éstos son en promedio cinco veces más altos de las que percibirían en México por la misma jornada de trabajo ya que, en promedio,

un asalariado mexicano percibe 91 pesos y un migrante, 524 pesos. Sin embargo, aunque el destino de las remesas es principalmente para comida, vestido y asuntos relacionados con el mantenimiento del hogar (CONAPO, 2016), su uso para financiar una microempresa familiar se ha incrementado desde los años 80 (Papail, 2002).

En la tabla 6 se presentan las características de los hogares receptores de remesas con datos del *Anuario de migración y remesas: México 2016*, publicados por el Consejo Nacional de Población.

Tabla 6. Características de los hogares receptores de remesas por género del jefe del hogar (2014).

Variables	Jefatura del hogar femenina	Jefatura del hogar masculina
Hogares receptores de remesas	527 mil (40.8%)	765 mil (59.2%)
Edad promedio del jefe del hogar	50.7 años	55.7 años
Miembros del hogar menores de 11 años	22.3%	15.3%
Miembros del hogar mayores de 65 años	15.4%	22.7%
	Primaria incompleta	
Escolaridad del jefe del hogar promedio	44.5%	53.1%
Localidad rural (< 2500 habitantes)	44.7%	53.7%
Localidad urbana (+ 15,000 habitantes)	31.7%	28.2%
Localidad mixta (2,500 – 14,999 habitantes)	23.6%	18%

Fuente: elaboración propia con datos de CONAPO (2016).

La tabla 6 indica que en el 2014 existían más de 1 millón 200 mil hogares que dependían del ingreso enviado por un familiar migrante, lo cual representa, para el año 2015, un poco más de 2.3% del PIB nacional; dichos ingresos fueron destinados, en una mayor proporción, a localidades rurales de menos de 2,500 habitantes. En la tabla 6 también se puede observar que dichos hogares tienen dependientes económicos con características interesantes; por ejemplo, la proporción de dependientes menores de 11 años en los hogares encabezados por mujeres, establece que el destino de las remesas enviadas por hombres es para manutención de los hijos y, por otro lado, la proporción de

dependientes adultos mayores es mayor en los hogares con jefe de familia varón, lo cual establece que la obligación de la manutención de los padres recae, en mayor magnitud, en las mujeres migrantes, y una baja proporción en los hombres migrantes.

Asimismo, en la tabla 6 se puede observar que, de los ingresos totales, el uso de las remesas con fines productivos es mínimo ya que, según la CONAPO (2016), entre 60% y 75% de éstas es usado para comprar comida, pagar deudas y el mantenimiento del hogar. Aproximadamente, se calcula que en el país hay 384 mil microempresas de hogares receptores de remesas, de los cuales 56% son de mujeres emprendedoras y 44% de emprendedores varones, lo cual indica la existencia de una mayor proporción de migrantes hombres que envían dinero a su pareja para administrar los ingresos familiares.

¿Qué tipo de microempresas se financian con las remesas enviadas por los migrantes mexicanos? Los gráficos 68 y 69 establecen con mayor claridad esta situación y aportan una explicación de la situación que guarda el financiamiento familiar de las microempresas establecidas en el territorio mexicano y ofrecen una aproximación a esta cuestión:

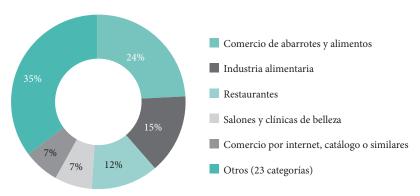


Gráfico 68. Microempresas de emprendedores mujeres receptoras de remesas, 2014.

Fuente: elaboración propia con datos de CONAPO (2016).



Gráfico 69. Microempresas de emprendedores hombres receptores de remesas, 2014.

Fuente: elaboración propia con datos de CONAPO (2016).

Se puede observar tanto en el gráfico 68 como en el 69 que la inversión más recurrente, tanto de hombres como de mujeres receptores de remesas, es el establecimiento de una tienda de abarrotes y alimentos y que, casi en su totalidad, las actividades se ven impactadas por las características de las personas que migran, que en su mayoría es una población rural con pocos estudios. Adicionalmente, las microempresas emprendidas por las mujeres se orientan, por lo general, a actividades que les permitan trabajar y hacerse cargo de la familia al mismo tiempo: restaurantes, venta de alimentos, salones de belleza, ventas por catálogo, entre otros negocios que, comúnmente tienen una buena aceptación por parte de los consumidores; éstos, por lo general, son los mismos habitantes de las comunidades rurales o de las colonias populares de las cuales son originarios los migrantes.

Los tipos de microempresas que emprenden los hombres generalmente tienen que ver con el conocimiento adquirido durante su estancia en otro país, por lo que las actividades que suman mayor porcentaje son la fabricación de productos metálicos, comercio de muebles, agroindustria y manejo de residuos. Cabe señalar que las inversiones de los hombres son mucho más heterogéneas que las de las mujeres, dado que la mayor parte de las actividades (65%) está distribuida en 39 categorías, mientras que las mujeres reparten 35% de otras actividades en 23 rubros. Esta dispersión de actividades de las microempresas hace muy complejo el análisis; además, siembra la duda sobre la forma en la que estos recursos son aprovechados ya que, al

establecer microempresas sin un conocimiento previo de los procesos de fabricación o prestación del servicio, las posibilidades de que estos negocios sean exitosos se reducen de manera significativa.

Papail (2002) ofrece una aproximación de la importancia de las remesas en el desarrollo local; sin embargo, aclara que el tipo de emprendimientos en dichas regiones también limitan y reproducen la pobreza y marginación (sobre todo los que se encuentran en la rama del comercio), dado que permiten la sobrevivencia pero el empleo que generan es tornadizo, con salarios bajos y sin protección social, razón por la cual dichos trabajadores se sienten impulsados a migrar, y se reproduce así el ciclo migración-pobreza. En los gráficos 70-77 se observan los diversos ingresos adicionales a los que tienen acceso las microempresas:

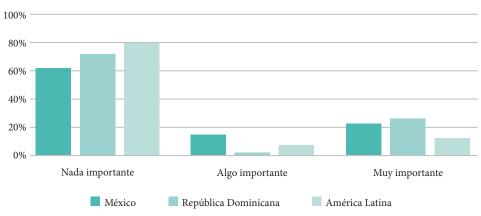


Gráfico 70. Aportaciones de familiares o amigos en el extranjero.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 70 indica que 23% de las microempresas ubicadas en México manifestó que las aportaciones de familiares o amigos en el extranjero son una fuente muy importante de ingresos adicionales; lo mismo opinó 26% en República Dominicana y 13% en América Latina. El 15% de las microempresas en México expresó que los ingresos de familiares y amigos en el extranjero son algo importantes; lo expresó también así 2% en República Dominicana y 7% en América Latina. El 62% de las microempresas en México consideró que las aportaciones de familiares o amigos en el extranjero no son nada importantes;

tampoco lo considera así 72% en República Dominicana ni 80% en América Latina. El 20% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina, y 30% en República Dominicana, consideraron que las aportaciones de familiares y amigos en el extranjero son una fuente muy importante de ingresos adicionales.

Las microempresas ubicadas en República Dominicana requieren de un mayor nivel de apoyo de los ingresos de familiares y amigos que radican en el extranjero debido a la diversidad de fideicomisos que tienen los ciudadanos de ese país, especialmente en Estados Unidos. Sin embargo, las microempresas establecidas en México requieren de este tipo de apoyo en un menor porcentaje, a pesar de que se tiene un mayor porcentaje de emigrantes en Estados Unidos que los emigrantes de República Dominicana. Las microempresas en América Latina no cuentan con mucho apoyo por parte de los familiares ni de los amigos que se encuentran en el extranjero, lo cual pudiera explicar la problemática que tienen en la actualidad este tipo de negocios ya que, al igual que se instalan miles de éstos, también desaparecen muchos en el mismo año en estos países.

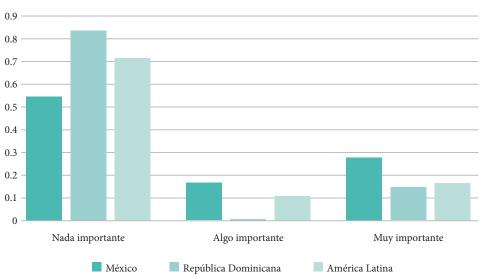


Gráfico 71. Aportaciones de familiares o amigos en el país.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 71 muestra que 28% de las microempresas establecidas en México consideró que las aportaciones de familiares y amigos en el país son una fuente muy importante de ingresos adicionales; en República Dominicana lo consideró así también 15% y en América Latina, 17%. El 17% de las microempresas en México consideró que las aportaciones de familiares y amigos en el país son algo importantes; en República Dominicana lo piensa así sólo 1% y en América Latina, 11%. El 55% de las microempresas en México consideró que las aportaciones de familiares y amigos en el país no son importantes; en República Dominicana tampoco lo pensó así 84% y en América Latina, tampoco 72%. El 30% de las microempresas en México y 20% de las ubicadas tanto en República Dominicana como en América Latina consideraron que las aportaciones de familiares y amigos en el país son una fuente de ingresos adicionales muy importantes.

Las microempresas tienen que recurrir a este tipo de apoyos para poder realizar las compras de sus materias primas, de la maquinaria y del equipo necesarios o para el desarrollo de sus proyectos de inversión, al no tener la posibilidad de acceder a créditos y fuentes de financiamiento por parte de la banca comercial y de la administración pública de los tres niveles de gobierno. Además, son precisamente las microempresas establecidas en México las que requieren, en mayor medida, de las aportaciones de los familiares y amigos; esto se podría explicar debido a que en República Dominicana se tienen otras fuentes de financiamiento que son más atractivas para este tipo de negocios, y en América Latina los familiares y amigos no tienen los recursos necesarios para apoyar a las microempresas que necesitan de su ayuda.

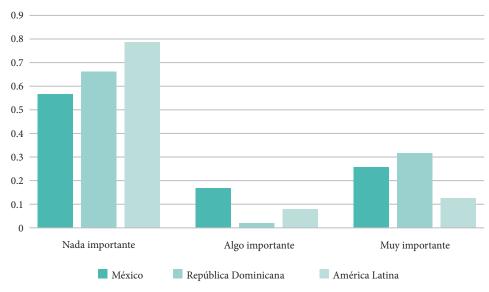


Gráfico 72. Ingresos de otra empresa.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 72 indica que 26% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante contar con ingresos de otra empresa de la familia como una fuente de ingresos adicionales; en República Dominicana lo consideró también así 32% y 13% en América Latina. El 17% de las microempresas en México consideró algo importantes los ingresos de otra empresa para apoyarlo en sus proyectos; República Dominicana lo consideró así también 2%, y en América Latina, 8%. El 57% de las microempresas en México no considera nada importante contar con ingresos de otra empresa para su apoyo; en República Dominicana tampoco lo consideró así 66% y en América Latina, 79%. El 30% de las microempresas ubicadas tanto en México como en República Dominicana, y 10% en América Latina, expresaron que es muy importante contar con ingresos de otra empresa familiar para su apoyo.

Las microempresas ubicadas tanto en República Dominicana como en México tienen la posibilidad de recurrir a los ingresos provenientes de otra empresa de la familia como una fuente de financiamiento y de obtención de recursos adicionales para la implementación de sus proyectos de inversión. Sin embargo, en América Latina el porcentaje de microempresas que tiene esta

posibilidad es mucho menor, posiblemente por el desarrollo económico que se presenta en la mayoría de los países que la integran, o bien porque la familia cuenta únicamente con una microempresa y no tiene la posibilidad de utilizar recursos adicionales de otra empresa. Por ello, la mayoría de las microempresas establecidas en los países que interesan a esta investigación, por lo general, no cuentan con alguna fuente de financiamiento y obtención de recursos adicionales provenientes de otras empresas de la familia, lo cual pudiera explicar, de alguna forma, que un elevado porcentaje de ellas desaparezca del mercado en el primer año de funcionamiento.

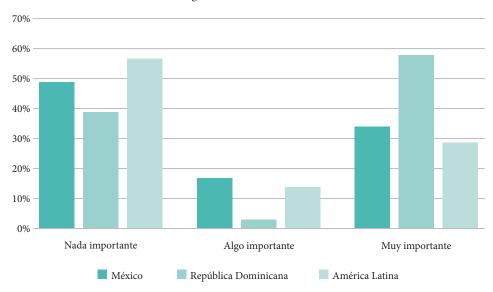


Gráfico 73. Sueldos de miembros del hogar.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 73 indica que 34% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante los sueldos de los miembros del hogar como una fuente de recursos adicionales que pueden apoyar al negocio; en República Dominicana lo consideró también así 58% y en América Latina, 29%. El 17% de las microempresas en México estimó como algo importantes los sueldos de miembros del hogar como una fuente de recursos adicionales; coincidió con esta respuesta 3% en República Dominicana y 14% en América Latina. El

49% de las microempresas en México no consideró nada importante los sueldos de los miembros del hogar como una fuente de recursos adicionales, tampoco lo consideró así 39% en República Dominicana ni 57% en América Latina. El 30% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina, y 60% en República Dominicana, consideraron muy importantes los sueldos de miembros del hogar como una fuente alternativa de recursos.

Por ende, las microempresas perciben los sueldos de los miembros del hogar como su principal fuente de financiamiento y de recursos adicionales, ya que son precisamente los integrantes de la familia los que apoyan este tipo de negocios cuando se necesita de recursos económicos adicionales para la realización de sus proyectos o la compra de materia prima, de maquinaria y de equipo. A pesar de que un porcentaje considerable de microempresas en México y en América Latina hace uso de los sueldos de los miembros del hogar como una fuente de recursos adicionales y de financiamiento, es la mayoría de las microempresas ubicadas en República Dominicana las que hacen uso regular de los sueldos de los miembros del hogar de la familia que tiene este tipo de negocio, tanto para la instalación de la empresa como para el desarrollo de sus actividades empresariales.

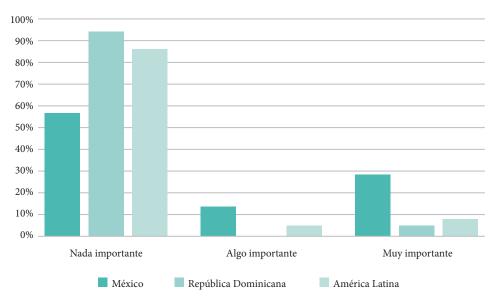


Gráfico 74. Ingresos de la agricultura.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 74 indica que 29% de las microempresas establecidas en México consideró que los ingresos provenientes de la agricultura son muy importantes como una fuente de ingresos adicionales; en República Dominicana lo consideró así 5% y en América Latina, 8%. El 14% de las microempresas en México estimó como algo importantes los ingresos de la agricultura para su apoyo, y así lo estimó también 5% en América Latina. El 57% de las microempresas en México consideró como nada importantes los ingresos de la agricultura como una fuente de ingresos; tampoco lo consideraron así ni 95% en República Dominicana ni 87% en América Latina. El 30% de las microempresas en México, y 10% de las ubicadas tanto en República Dominicana como en América Latina, consideraron como muy importantes los ingresos de la agricultura como una fuente de ingresos adicionales.

Un porcentaje importante de microempresas ubicadas en México recibe apoyo de los ingresos que se generan en la agricultura por parte de los integrantes de sus respectivas familias, ya que ésta aporta recursos económicos para el buen funcionamiento del negocio, y también es frecuente que una diversidad de productos derivados de la agricultura se venda en la propia microempresa. Sin embargo, tanto los ingresos de la agricultura como los productos derivados de esta actividad, no son utilizados generalmente por las microempresas establecidas en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina. Es posible que esto se deba a que, en estos países, se tiene una agricultura de subsistencia y en México se tiene una agricultura que produce alimentos para la familia y productos que pueden ser comercializados por las microempresas sin problema alguno.

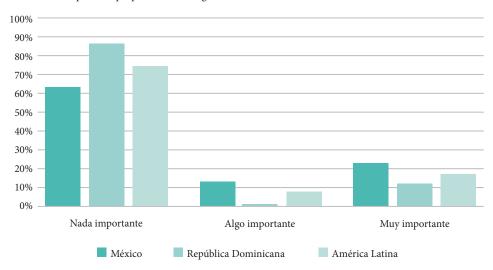


Gráfico 75. Alquiler de propiedades del hogar.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 75 muestra que 23% de las microempresas establecidas en México consideró los ingresos del alquiler de propiedades del hogar como una fuente de ingresos adicionales muy importante; en República Dominicana, lo consideró también así 12% y en América Latina, 17%. El 13% de las microempresas en México consideró los ingresos por el alquiler de propiedades de la familia como algo importante; en República Dominicana lo consideró así sólo 1% y en América Latina, 8%. El 64% de las microempresas en México no consideró nada importantes los ingresos por el alquiler de la familia; en República Dominicana tampoco lo consideró así 87% y en América Latina,

tampoco 75%. El 20% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina, y 10% en República Dominicana, consideraron los ingresos por el alquiler de propiedades de la familia, como una fuente muy importante de ingresos adicionales.

A pesar de que en México y en América Latina se presentó un porcentaje ligeramente significativo de microempresas que utilizan los ingresos provenientes del alquiler de las propiedades de la familia como una fuente importante de ingresos adicionales para la compra de sus materias primas o la adquisición de maquinaria y de equipo, sólo unas cuantas microempresas hacen usos de estos ingresos adicionales. Esto puede ser así porque las familias que tomaron la decisión de emprender su propio negocio no contaban con propiedades de las cuales puedan obtener recursos por medio del alquiler de éstas. Por lo tanto, el uso de este tipo de recursos por parte de las microempresas está demasiado limitado, sobre todo en República Dominicana y en América Latina, por lo cual se buscan alternativas para la obtención de recursos económicos a través de créditos y financiamiento con otras fuentes.

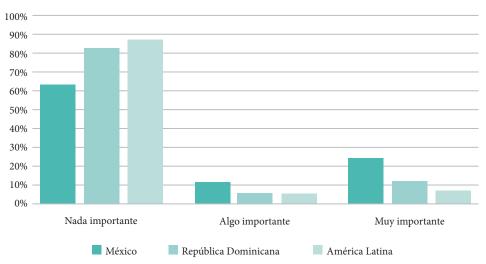
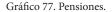


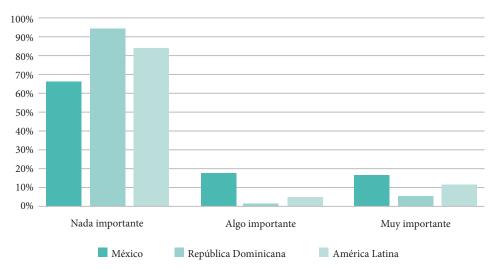
Gráfico 76. Ayudas del gobierno.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 76 indica que 25% de las microempresas ubicadas en México consideró la ayuda del gobierno como una fuente de ingresos adicionales muy importante; lo consideró también así 12% en República Dominicana y 7% en América Latina. El 11% de las microempresas en México consideró la ayuda del gobierno como algo importante, y lo consideró así 5% tanto en República Dominicana como en América Latina. El 64% de las microempresas en México manifestó que las ayudas del gobierno no son nada importantes; tampoco lo consideró así 83% en República Dominicana ni 88% en América Latina. El 30% de las microempresas en México y 10% de las ubicadas tanto en América Latina como en República Dominicana, consideran que la ayuda del gobierno es muy importante como una fuente de ingresos.

Las microempresas que se encuentran establecidas en México tienen mayores ayudas por parte del gobierno de los tres niveles, ya que la administración pública, sobre todo el gobierno federal, ha impulsado una serie de programas de apoyo a las familias de escasos recursos y, principalmente, a las que viven en las comunidades rurales del país, y otorgan una serie de recursos económicos como apoyo para su subsistencia. Son, precisamente, las familias de escasos recursos las que más microempresas emprenden. Sin embargo, las microempresas ubicadas en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, no utilizan en la misma medida las ayudas otorgadas por los gobiernos de estos países, bien puede ser porque la administración pública tiene pocos programas de apoyos económicos a este tipo de empresas, o bien porque el gobierno no tiene dentro de sus objetivos principales este tipo de apoyos.





Fuente: elaboración propia.

El gráfico 77 indica que el 16% de las microempresas ubicadas en México consideró las pensiones de la familia como una fuente de ingresos adicionales muy importante; en República Dominicana opinó lo mismo 5% y en América Latina, 11%. El 18% de las microempresas de México consideró las pensiones de la familia algo importantes; en República Dominicana lo consideró también así 1% y en América Latina, 5%. El 66% de las microempresas en México opinó que las pensiones de las familias no son nada importantes; tampoco opinó así 94% en República Dominicana ni 84% en América Latina. El 20% de las microempresas en México y 10% de las microempresas ubicadas tanto en América Latina como en República Dominicana, consideran que las pensiones de la familia son una fuente de ingresos adicionales muy importantes.

Las microempresas en México son las que utilizan más las pensiones de la familia. No es la mayoría de este tipo de negocios la que hace uso de las pensiones de la familia como una fuente importante de recursos adicionales para la adquisición de materias primas o para el desarrollo de sus proyectos de inversión, a pesar de que en México el gobierno federal ha establecido e impulsado una serie de programas de apoyo y de ayuda a las familias de escasos

recursos económicos, y a pesar de que éstas son las que emprenden las microempresas en general. Tanto en República Dominicana como en los diversos países de América Latina, las microempresas no hacen mucho uso de las pensiones de la familia como una fuente de recursos adicionales, posiblemente porque la administración pública no ha emprendido los programas necesarios para apoyar a las familias más desprotegidas y vulnerables, o bien por la falta de programas sociales.



Infraestructura y TICs en las microempresas

Existen diversos estudios teóricos y empíricos que establecen que la infraestructura es un pilar fundamental en el desarrollo de las empresas (Srebrisky, 2014). Éste es el postulado básico de los organismos internacionales sobre la imperiosa necesidad de que los gobiernos y los empresarios deben invertir en mejorar las condiciones de servicios para incrementar el nivel de competitividad de las economías en general, y de las micro y pequeñas empresas en particular. América Latina tiene particularidades que exigen que se le ponga especial atención respecto a estos temas. Se tiene, por ejemplo, un rezago en abastecimiento de servicios básicos (que se empieza a tornar más o menos grave de país en país), la vulnerabilidad ante desastres naturales, que hace que constantemente se busquen mejoras o mantenimiento de los servicios y de la infraestructura y, por último, una necesidad de incorporar sistemas y tecnologías que dependan de la optimización de redes de servicios de telecomunicaciones.

Según la Organización Internacional del Trabajo (2007), el crecimiento empresarial de un país sólo es posible a partir de un buen estado de la infraestructura material, como lo son las carreteras, la energía, el agua, los puertos y las telecomunicaciones, en conjunto con los servicios de educación, salud, saneamiento y bienestar general de las personas. Es decir, la evolución de las empresas depende de la capacidad que tengan los países de dotar de servicios básicos eficientes y efectivos a la población en general, lo cual es sinónimo de calidad de vida, democracia, equidad e inclusión (Banco Mundial, 2003). Por lo tanto, es posible establecer que la infraestructura impacta en el crecimiento, pues mejora la productividad en la economía, reduce brechas de pobreza y desigualdad y hace más favorable el entorno para hacer negocios; además, favorece el emprendimiento o la creación de nuevas microempresas, las cuales representan la mayor cantidad de negocios establecidos tanto en los países desarrollados como en los países en vías de desarrollo o de economía emergente.

A pesar de que la mayoría de los gobiernos de los países alrededor del mundo reconocen la importancia del suministro y mantenimiento de la infraestructura empresarial, según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), los gobiernos de América Latina necesitan destinar, en promedio, 5% de su PIB en inversión pública para reducir la brecha de acceso a los servicios básicos, además de prever las condiciones emergentes globales y regionales, tales como el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TICS), que son elementos clave en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, ya que les permiten mantenerse en el mercado y construir una ventaja competitiva (Maldonado *et al.*, 2010). Esto es adicional a la infraestructura básica, como lo son las carreteras, transportes, acceso a los servicios de agua, luz, drenaje: se tienen que desarrollar redes eficientes de telefonía y de Internet que les faciliten el acceso a las TICS a todas las empresas, pero principalmente a las microempresas, por lo cual es posible establecer que América Latina tiene grandes retos que enfrentar.

En este sentido, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2007) establece que todo país debe contar con una infraestructura material básica de las empresas, la cual se compone de las carreteras, la energía, el agua, los puertos y las telecomunicaciones, estos elementos combinados con los servicios básicos de educación y salud facilitan una mejora en el crecimiento empresarial. Las carreteras y servicios de transporte son tanto el medio para transportar materias primas y productos como el medio de traslado de los trabajadores

de su hogar a la empresa, ya que una infraestructura material deficiente frena la creación de empresas y su crecimiento (OIT, 2007). Además, estudios señalan que las pérdidas por las fallas en las carreteras, trenes, puertos y cortes en el servicio eléctrico equivale a 1% del PIB de América Latina en su conjunto y perjudica por igual a pequeños y grandes productores. Por lo tanto, la sustentabilidad es uno de los más grandes retos que presupone el desarrollo de la infraestructura en los países de América Latina.

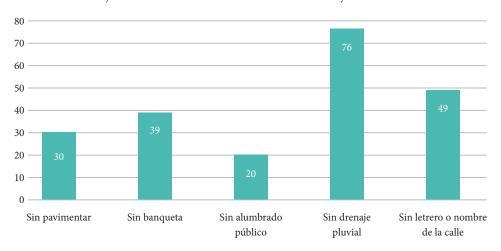


Gráfico 78: Porcentaje de vialidades con carencia en infraestructura vial y de servicios.

Fuente: elaboración propia con datos de infraestructura y características del entorno urbano (INEGI, 2016).

El gráfico 78 muestra el porcentaje de vialidades con carencia de infraestructura en el entorno urbano de México (poblaciones con más de 5,000 habitantes), y en el cual se aprecia un déficit en los servicios de pavimentación y de drenaje, por lo cual los habitantes y, en consecuencia, las microempresas, se desenvuelven en ambientes totalmente adversos, ya que 76% de las vialidades en las diversas comunidades urbanas no tienen drenaje pluvial, dejando a la población vulnerable ante las condiciones climáticas, lo cual es una amenaza para su crecimiento y desarrollo. De hecho, según estudios del Banco Mundial (2003), América Latina es considerada como la región más vulnerable a los desastres naturales, puesto que anualmente éstos generan una pérdida de 0.18% de su pib y afectan gravemente a las poblaciones más pobres, ya que los

gobiernos de los países que integran América Latina no se caracterizan por tener una buena planeación urbana, lo cual afecta no solamente a la población sino también al sector empresarial.

Asimismo, el gráfico 78 indica que en México aproximadamente el 30% de las vialidades no está pavimentado, lo cual dificulta que las empresas se instalen en esas condiciones, además de las dificultades de movilidad y de transmisión adecuada de los ciudadanos que tiene un rol importante en términos de inclusión social, y a nivel empresarial representa una pérdida de competitividad dados los incrementos en los costos de producción. Zeballos (2008) aportó información importante respecto a las condiciones que tienen las telecomunicaciones en América Latina, y establece, en primer término, el rezago a nivel regional en el acceso a telefonía fija, móvil e internet, haciéndose más evidente en las regiones de Centro América y con un avance importante en Chile, Costa Rica, México, Argentina y Brasil. Sin embargo, aún con una cobertura baja, por ejemplo, el caso de Chile, que tenía en 2006 una de 267 usuarios de Internet por cada mil habitantes con una tendencia a aumentar, el número de microempresas que se instalan en América Latina se ha incrementado significativamente en la última década.

En México, el impulso de modelos de desarrollo como el de la triple hélice (innovación basada en la interacción de emprendedores, centros de investigación y entidades del gobierno), ha creado una serie de emprendimientos basados en el uso de las tecnologías de la información. Aunque tienen grandes retos de integración, a esta oleada se le ha atribuido un crecimiento del PIB de 5.6% en 2010; según datos de IMCO/INEGI, también son los creadores de los empleos mejor pagados en el país (118 mil pesos promedio), y donde la productividad por trabajador es mayor a 80% al del resto de la economía. Cabe señalar que los estudios del IMCO se centran sobre todo en empresas creadoras de *software*, pero los datos del uso de tecnologías de la información en las microempresas tienen otro sentido.

Según la ENAPROCE 2014 (INEGI, 2016), 74.5% de las microempresas en México no emplea equipo de cómputo para sus actividades, en cambio, las pequeñas empresas reducen ese porcentaje a 6.6%, lo cual muestra un cambio notable en la naturaleza y orientación de las empresas según su tamaño; es decir, las microempresas se muestran como organizaciones de sobrevivencia, la cual tiene como característica un bajo nivel educativo de sus propietarios, lo cual sería una barrera para el uso de una computadora, y si el propietario

no sabe leer o escribir, el uso de este tipo de tecnologías es imposible. Entre las razones que existen sobre por qué no se usa un equipo de cómputo se encontró que 46% respondió que es porque no lo necesitan, y habrá que hacer reflexiones serias al respecto. Microempresas tales como reparadoras de calzado, plomería y otros servicios menores, ¿cómo se supone que se deberían integrar el uso de las TICS? Otra razón tendría que ver con el cruce transversal de la pobreza, pues no se usa la computadora porque no tienen equipo (15.6%) y no pueden tampoco comprar uno (15.2%).

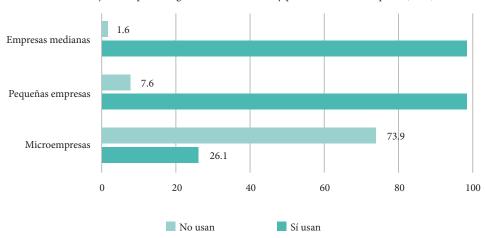
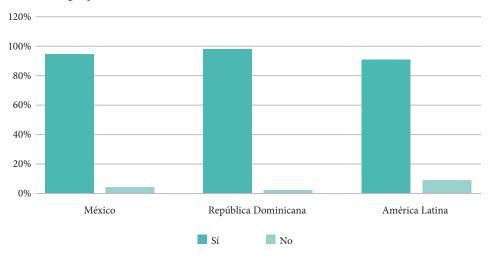


Gráfico 79. Porcentaje de empresas según el uso de Internet y por tamaño de la empresa (2014).

Fuente: elaboración propia con base en ENAPROCE (INEGI, 2016).

Como se observa en el gráfico 79, las tendencias en el uso de Internet se mantienen prácticamente iguales respecto al uso de equipo de cómputo. Las microempresas tienen un rezago importante dado que no encuentran ninguna utilidad a hacer uso de estas herramientas (47.3%), o porque no cuentan con equipo para tener acceso al servicio (17.9%) (Gallegos *et al.*, 2014). La mayoría de los países que integran América Latina presentan retos para adaptar las tecnologías de la información a las microempresas para hacerlas útiles, competitivas e innovadoras. En los gráficos 80-90 se podrá observar la infraestructura y las TICS a las que tienen acceso las microempresas:

Gráfico 80. Agua potable.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 80 indica que 97% de las microempresas situadas en México cuenta con servicio de agua potable; en República Dominicana cuenta también con este servicio 99% y en América Latina, 91%. Estos resultados permiten establecer la existencia de una infraestructura de servicios de agua potable adecuada para el emprendimiento y desarrollo de las microempresas, ya que las pocas microempresas que no cuentan con este servicio generalmente se ubican en las comunidades rurales o en los barrios más marginados de las grandes ciudades, en los cuales no existen las condiciones ni el medioambiente de negocio adecuado para que puedan prosperar y desarrollarse, sino que sólo pueden aspirar a sobrevivir y a obtener recursos adicionales para la familia.

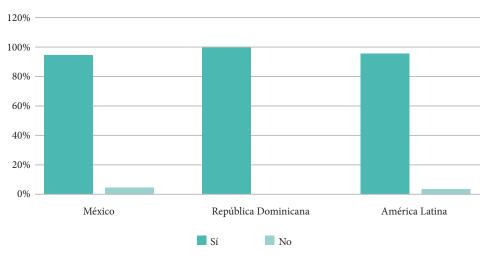


Gráfico 81. Servicio de sanitario.

El gráfico 81 muestra que 95% de las microempresas establecidas en México cuenta con servicio de sanitario; en República Dominicana, 100% cuenta con este servicio y en América Latina, 96%. Estos resultados indican la existencia de una infraestructura de servicios de sanitario adecuada, la cual permite que este tipo de negocios tengan las condiciones básicas para prestar sus servicios, o bien para producir los productos que comercializan, comúnmente, en las comunidades o colonias en donde se encuentran establecidas, ya que las microempresas suelen ubicarse en la misma vivienda de la familia y, por consiguiente, tienen acceso a este tipo de servicios, pues son escasos en la mayoría de los países de América Latina los parques o zonas industriales exclusivos para las microempresas.

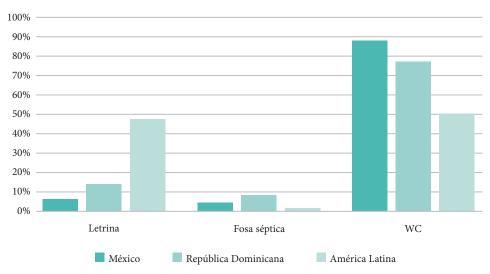


Gráfico 82. Tipo de servicio de sanitario.

El gráfico 82 indica que, de las microempresas ubicadas en México que tienen servicio de sanitario, cuenta con baño 88%, 5% con fosa séptica y 7% con letrina; en República Dominicana, 77% cuenta con baño, 9% con fosa séptica y 14% con letrina, pero en América Latina sólo 50% de las microempresas cuenta con baño, 2% con fosa séptica y 48% con letrina. Estos resultados permiten observar las enormes diferencias que existen entre las microempresas de México y de República Dominicana, comparadas con las existentes en el resto de los países de América Latina, los cuales, en su mayoría, no cuentan con la infraestructura básica necesaria para que este tipo de negocios tengan las condiciones mínimas requeridas para la realización de sus actividades empresariales y de comercialización de sus productos o servicios, lo cual dificulta la producción de los mismos.

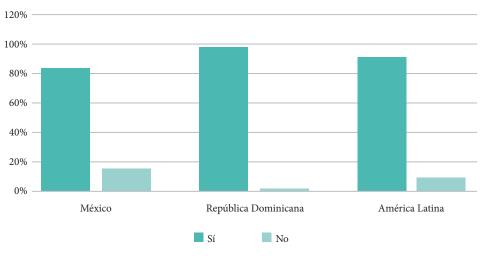
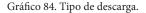
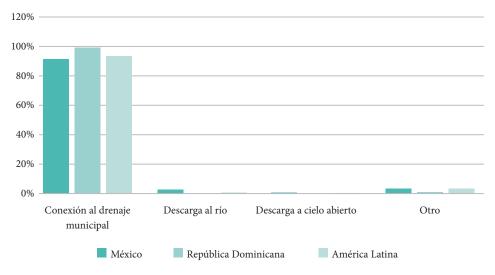


Gráfico 83. Sistema de descarga.

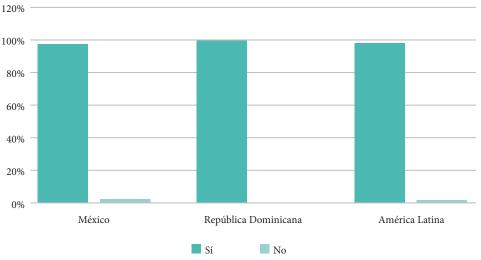
El gráfico 83 muestra que 85% de las microempresas establecidas en México cuenta con servicio de sistema de descarga; en República Dominicana también cuenta con este servicio 99%, y en América Latina, 92%. Estos resultados permiten prestar especial atención en la existencia de claras diferencias en la prestación de los servicios del sistema de descarga que tienen las microempresas de México, de República Dominicana y de América Latina, ya que es en México donde se tiene un menor porcentaje de este tipo servicio, por lo cual un número importante de microempresas ubicadas en este país carecen de un sistema de descarga conectado a una red pública, especialmente los negocios que están ubicados en las comunidades rurales y las colonias marginadas, lo cual dificulta con ello tanto la producción de los bienes y servicios, como la comercialización de los mismos.





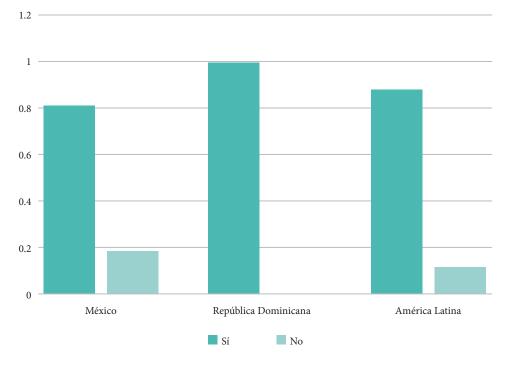
El gráfico 84 indica que 92% de las microempresas ubicadas en México cuenta con servicio de descarga a la red municipal, 3% tiene el servicio de descarga al río, 1% cuenta con el servicio de descarga a cielo abierto y 4% restante cuenta con otro tipo de servicio; en República Dominicana, 99% de las microempresas tiene servicio de descarga a la red municipal y sólo 1% restante cuenta con un servicio de descarga de otro tipo; y en América Latina, 94% de las microempresas cuenta con servicio de descarga a la red municipal, 1% tiene servicio de descarga al río y a cielo abierto y 4% cuenta con un servicio de descarga de otro tipo. Estos resultados muestran la existencia de una infraestructura básica adecuada, en cuanto al tipo de sistema de descarga de las aguas residuales, la cual les permite desarrollar sus actividades empresariales apropiadamente.

Gráfico 85. Electrificación.



El gráfico 85 muestra que 98% de las microempresas establecidas en México cuenta con el servicio de energía eléctrica; en República Dominicana, 100% de las microempresas cuenta con este tipo de servicio y en América Latina, 98%. Estos resultados indican que la mayoría de los países de América Latina cuenta con una infraestructura básica adecuada en cuanto a los servicios de energía eléctrica, lo cual permite que las microempresas que se encuentran ubicadas en dichos países tengan a su disposición el servicio de electrificación necesario para la producción de sus bienes o la prestación de sus servicios. Solamente un porcentaje mínimo de microempresas no cuenta con acceso a este tipo de servicio, y pueden ser aquellos pequeños negocios que se encuentran establecidos en las comunidades rurales o en las colonias más marginadas de las zonas urbanas, en las cuales los servicios municipales son demasiado deficientes, o bien se carece totalmente del servicio de energía eléctrica.





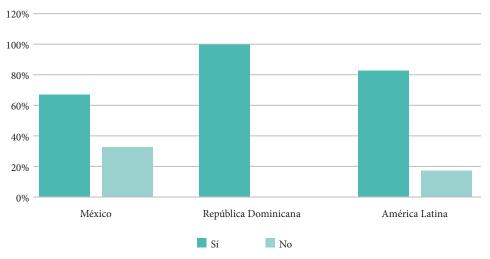
El gráfico 86 indica que 81% de las microempresas ubicadas en México cuenta con el servicio de telefonía fija; en República Dominicana, 100% cuenta con este tipo de servicio y en América Latina coincide con esta respuesta 88%. Estos resultados muestran que se cuentan con unas TICs adecuadas para las microempresas ya que, aun cuando en México se tiene el porcentaje más alto de microempresas sin el servicio de la telefonía fija. De alguna manera, este tipo de servicio no es tan elemental para que los pequeños negocios puedan desarrollar sus actividades de producción y, en cierta medida, de comercialización, ya que los clientes y consumidores que generalmente tienen, se encuentran ubicados en las mismas colonias o comunidades rurales donde se localizan las microempresas. No contar con un servicio de telefonía fija no reduciría, entonces, las posibilidades de crecimiento de este tipo de negocios.

100%
80%
60%
40%
20%
0%
México República Dominicana América Latina

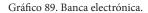
Gráfico 87. Teléfono celular.

El gráfico 87 demuestra que 84% de las microempresas establecidas en México cuenta con un servicio de telefonía celular; en República Dominicana también tiene este servicio 100% de ellas, y en América Latina, 95%. Estos resultados indican que se tiene una infraestructura de las TICs adecuada para el tipo de actividades que realizan las microempresas que se encuentran ubicadas en estos países ya que, a pesar de que en México se tiene el porcentaje más elevado de pequeños negocios que todavía no cuenta con el servicio de telefonía celular, esta carencia se puede explicar puesto que estos negocios se encuentran en las comunidades rurales donde la señal para los teléfonos celulares es muy deficiente, o en definitiva no existe.

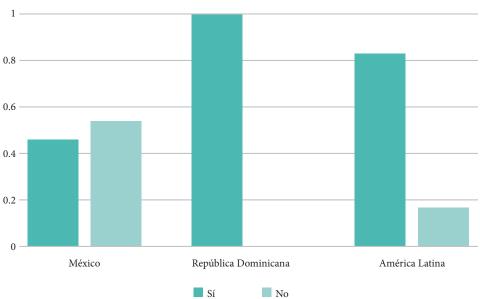
Gráfico 88. Correo electrónico.



El gráfico 88 indica que solamente 67% de las microempresas ubicadas en México cuenta con el servicio de correo electrónico; en República Dominicana cuenta con este servicio 100% de ellas, y en América Latina, 83%. Estos resultados muestran las diferencias existentes en la disposición y uso de las TICS en las microempresas de México, de República Dominicana y el resto de los países de América Latina como una herramienta para el desarrollo de sus actividades empresariales y de comercialización de sus bienes o servicios. Puede ser que, por el tipo de actividades que realizan las microempresas en México, no sea necesario el uso de correo electrónico, ya que un número importante de éstas se localiza en las comunidades rurales y en los barrios o colonias populares, en los cuales la mayoría trabaja en la economía informal y su mercado está demasiado reducido.

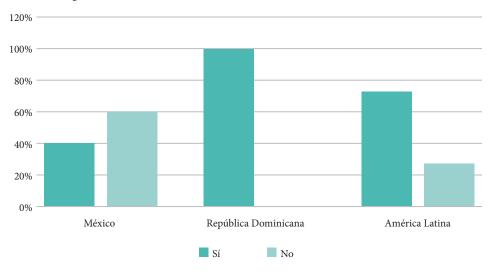






El gráfico 89 muestra que solamente 46% de las microempresas ubicadas en México cuenta con el servicio de banca electrónica; en República Dominicana, 100% de las microempresas cuenta con este tipo de servicio, y en América Latina, 83%. Probablemente, las microempresas en México no utilizan los servicios de la banca electrónica por el régimen hacendario que se tiene, ya que no están obligadas a realizar transferencias electrónicas o pagos electrónicos a través de la banca comercial, lo cual permite que las microempresas puedan realizar sus actividades empresariales a través de pagos en efectivo y sin otorgar una factura comercial.

Gráfico 90. Página web.



El gráfico 90 indica que solamente 40% de las microempresas establecidas en México dispone de una página web; en República Dominicana, dispone de este servicio 100% de ellas, y en América Latina, 73%. En México, la mayoría no hace uso de esta herramienta ya que un porcentaje importante de este tipo de pequeños negocios se encuentran trabajando en la economía informal y, al no estar registradas ante las autoridades hacendarias del país, no están en condiciones de utilizar este tipo de herramientas tecnológicas.

Administración contable, económica y financiera en las microempresas

La forma de administración que implementan las microempresas en México depende, en un elevado porcentaje, de su capacidad de organización, la cual se encuentra delimitada por su cultura y por los recursos de los que dispone. La decisión de la microempresa para formalizarse y llevar su contabilidad está ligada a muchos factores, uno de los cuales es el tipo de clientela. Román et al. (2014) resaltan que los clientes de las microempresas son, en su mayoría (más de 90%), pequeños negocios de venta directa al público, y que entre 3% y 5% de las microempresas son proveedoras de una empresa, talleres o comercios, mismas que podrían requerir algún tipo de comprobante fiscal que las comprometa a acreditarse ante las autoridades hacendarias del país como una organización. De hecho, según datos del INEGI, para 2008 sólo 23% de las microempresas en México estaba registado ante el Sistema de Administración Tributario (SAT), y 28% de ellas tenía al menos un permiso municipal para

operar (López, 2010), lo cual establece la magnitud de la informalidad que tiene la economía mexicana y en la cual operan este tipo de pequeños negocios.

Se ha coincidido en que la formalización de las microempresas, sobre todo aquellas ubicadas en los países en vías de desarrollo y de economía emergente, depende mucho de los recursos económicos y culturales de la empresa y del empresario, por lo cual la informalidad responde a un tipo de microempresa de baja productividad: una carga impositiva extraordinaria, ya sea en forma de impuestos o como pagos por la formalización de sus actividades empresariales, podría ser la diferencia entre sobrevivir o no, por lo cual se enmarcan sus características de administración y control con métodos contables básicos de entradas y salidas de dinero. La Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (INEGI, 2016) ofrece información muy valiosa sobre las principales características del registro de operaciones que realizan las microempresas establecidas en México.

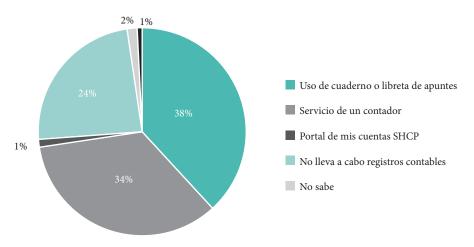


Gráfico 91. Porcentaje de MIPYMES según la forma de registro de su contabilidad (2015).

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad (2016).

Los porcentajes que se presentan en el gráfico 91 se verían seriamente afectados si no se contemplara el tamaño de las empresas dado que, según el estudio realizado por Román *et al.* (2014), un poco más de 50% de las microempresas ubicadas en México carece de una contabilidad de sus diversas

actividades empresariales, y solamente 6.5% de ellas disponen de una contabilidad formal. Esta información demuestra el alto porcentaje de informalidad en el que operan las microempresas en México, el cual no es privativo únicamente de este país, sino que es una situación que enfrenta la mayoría de los países de América Latina: al no visualizar los diversos beneficios que brinda la formalización de sus actividades empresariales, aunado a los elevados impuestos que tienen que pagar a las autoridades hacendarias, un elevado porcentaje de las microempresas prefiere seguir trabajando en la informalidad y con las carencias que ello implica.

De igual manera, Lacayo y García (2011) enmarcan la problemática que presentan las micro y pequeñas empresas mexicanas, y llegan a la conclusión de que dichas problemáticas pueden ser de dos tipos: por las condiciones del entorno, y por el papel del emprendedor y su forma de gestión empresarial. Con respecto a la primera de las problemáticas, es posible establecer que, a un nivel macro, se tienen las políticas hacendarias de cada país y sus compromisos ante organismos internacionales, como pueden ser, por ejemplo, el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y, a un nivel meso, se encuentra la infraestructura, la tecnología, las instituciones de fomento, las leyes, los reglamentos y los requisitos administrativos para la actividad empresarial. El entorno empresarial en el cual participan las microempresas está íntimamente ligado con el tipo de empresarios que se gestan bajo estas condiciones.

En cuanto a la segunda de las problemáticas, en los apartados anteriores ya se había establecido que los microempresarios cuentan con un bajo nivel de escolaridad; por ejemplo, dicho nivel responde, en parte, a la ineficacia de los gobiernos para garantizar la educación de los ciudadanos. Sin embargo, en los países en vías de desarrollo, existe una presión de organismos internacionales, como la OCDE, para garantizar el uso eficaz y eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación en todas las microempresas ubicadas en dichos países, pero, ¿cómo se puede dar acceso a los microempresarios pobres y de baja escolaridad a dichas tecnologías?, o bien, ¿cómo se les puede transmitir a los microempresarios la forma en que trabaja el sistema fiscal, cálculo de impuestos, uso de facturación electrónica, etcétera? Estos y otros cuestionamientos más no tienen aún ninguna respuesta por parte de los organismos internacionales.

De hecho, uno de los principales problemas administrativos y personales de las microempresas mexicanas identificado por Lacayo y García (2011) es la escaza o nula asesoría empresarial que reciben las microempresas por parte de las autoridades gubernamentales, lo cual genera una deficiente administración al no tener un conocimiento de las oportunidades que brinda el mercado ni de las nuevas tecnologías existentes, lo cual provoca una producción de baja calidad. Además, el empresario debería contar con atributos de personalidad, de carácter y de competencias que le permitieran administrar su negocio eficientemente, lo cual genera como resultado la carencia de una cultura empresarial; la forma en que registran sus ingresos y egresos, por ejemplo, es una clara señal de estos problemas. Es decir, si el empresario no encuentra beneficios en llevar a cabo por lo menos un registro de ingresos y egresos, es porque desconoce los beneficios tales como el acceso a los servicios financieros (Obando et al., 2008) y a la información que podría generar a partir de esa actividad, dado su limitado conocimiento en el uso y manejo de información contable básica; incluso, el simple hecho de llevar una anotación de sus ventas es considerada como una herramienta estratégica para la gestión del negocio.

Tabla 7. Evolución de los problemas administrativos de las microempresas mexicanas.

Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3
Inicio	Desarrollo	Resultados
Desconocimiento del proceso administrativo	Personal sin capacitación	Inadecuada toma de decisiones
Falta de planeación	Falta de modernización y uso de las TICS	Incumplimiento de sus obligaciones legales y fiscales
Centralización del poder	Falta de innovación del producto	Quiebra, cierre o venta
Uso de información deficiente	Sin seguimiento de control administrativo	
Desconocimiento de obligaciones legales, contables y fiscales		

Fuente: elaboración propia con base en Lacayo y García (2011).

En el estudio de Obando et al. (2008) en la región de Centroamérica, se refleja que las empresas con gerentes jóvenes eran las que estaban más interesadas en capacitarse en temas contables y financieros, lo cual indica la tendencia que tienen las microempresas de nueva generación a formalizarse. Dadas las condiciones económicas y de educación existentes en la actualidad en la mayoría de los países de América Latina, se espera que éstas sean mejores a las de las generaciones pasadas, pues la profesionalización de los gerentes de las microempresas se podría llevar a cabo a través de un proceso de transformación gradual; esto implicaría un cambio en la gestión de la organización, como estipula Belausteguigoitia. Este autor presentó un escenario donde, sobre todo en las empresas familiares en las que tienen una serie de tradiciones y prácticas administrativas que pueden dar buenos resultados, el cambio puede resultar en un gran reto para transformarlas en beneficio de las siguientes generaciones, para lo cual el autor considera que "el gran dilema de las microempresas familiares es decidir qué se debe cambiar y qué debe permanecer" (2014: 5).

Bajo este panorama, es posible establecer que las microempresas requieren de una transformación y un cambio en los sistemas de gestión, pues no es aceptable que sigan siendo administradas como una simple extensión de la familia, sino que tienen que ser gestionadas como tal, para lo cual los propietarios deberán recibir capacitación a través de los diversos programas que ofrece la administración pública de los tres niveles de gobierno. Esto permitirá que permanezcan en el mercado en el que actualmente participan, y que sobrevivan en un medioambiente incierto de los negocios. En los gráficos 92-101 se observará la administración contable, económica y financiera que realizan las microempresas:

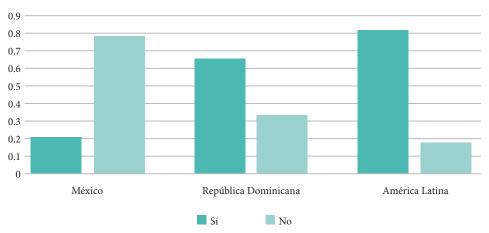


Gráfico 92. Lleva un registro de lo que cobra y paga.

El gráfico 92 indica que sólo 21% de las microempresas ubicadas en México lleva un registro de lo que cobran y pagan (contabilidad básica), mientras que en República Dominicana 66% hace la misma actividad, y en América Latina lo hace 82%. Se puede observar que son las microempresas mexicanas las que, en su mayoría, no efectúan un registro de sus cobros y pagos, es decir, no llevan una contabilidad básica, lo cual dificulta tanto la toma de decisiones como la gestión del mismo negocio: al carecer de información sobre la administración contable y financiera para determinar con certeza cuáles son los montos totales de sus ingresos y egresos, no se puede gestionar adecuadamente el negocio.

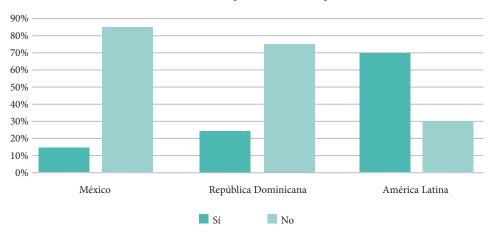


Gráfico 93. Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos.

El gráfico 93 muestra que sólo 15% de las microempresas establecidas en México cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios; en República Dominicana, 25% también cuenta con este tipo de documentos, y en América Latina, 70%. Las microempresas mexicanas no cuentan con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos ya que, a pesar de que un porcentaje importante de ellas está registrado ante las autoridades hacendarias, las leyes fiscales no obligan a emitir factura o recibo fiscal alguno por la venta de sus productos o servicios, aunado al elevado número de pequeños negocios que trabajan en la informalidad, lo cual pudiera explicar la razón por la que las microempresas carecen de este servicio.

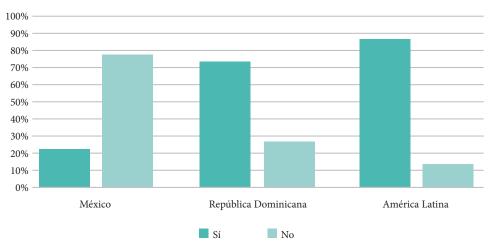


Gráfico 94. Identifica el costo de las mercancías o productos.

El gráfico 94 indica que sólo 22% de las microempresas ubicadas en México identifica el costo que tienen sus mercancías o productos; en República Dominicana lo identifica también 73%, y en América Latina, 87%. Estos resultados muestran que las microempresas de México son las que no tienen identificado con claridad cuáles son los costos de sus mercancías o productos, comparadas con los negocios de América Latina y de República Dominicana, lo cual provoca que las microempresas mexicanas no cuenten con una gestión adecuada, e incluso que no se perciba el negocio como uno propiamente hablando, sino que se estime sólo como una fuente de ingresos adicionales de la familia pues, al carecer de una administración contable, económica y financiera, lo más seguro es que un elevado número de estos pequeños negocios tienda a desaparecer del mercado en el primer año de su operación.

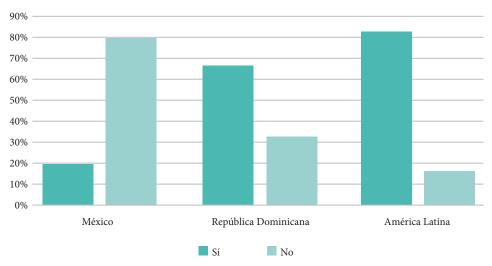


Gráfico 95. Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio.

El gráfico 95 muestra que 20% de las microempresas establecidas en México no identifica con claridad los gastos familiares, ni los personales ni los del negocio; en República Dominicana, 67% de sus microempresas sí tienen claros estos gastos, y en América Latina hace lo mismo 83%. Estos resultados demuestran por sí mismos las desavenencias que tienen las microempresas mexicanas, pues los pequeños empresarios no tienen muy claro lo que significa serlo ya que, sin duda, puede ser que diversos negocios de este tipo logren un crecimiento importante. Sin embargo, al no separar los gastos de la familia de los gastos de la microempresa, se descapitaliza el negocio, porque las reinversiones son mínimas y los gastos de la familia y personales son cada vez mayores.

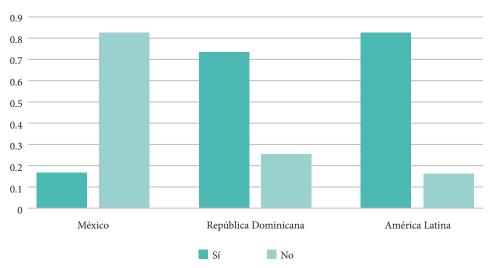


Gráfico 96. Con sus ventas actuales alcanza para cubrir sus gastos.

El gráfico 96 indica que 17% de las microempresas situadas en México cree que con las ventas que tiene actualmente alcanza perfectamente para cubrir todos sus gastos; en República Dominicana lo considera igual 74%, y en América Latina, 83%. Estos resultados demuestran nuevamente la incapacidad que tienen los microempresarios mexicanos para gestionar adecuadamente su negocio en comparación con los microempresarios de República Dominicana y de América Latina ya que, al no contar con una contabilidad básica de los ingresos y egresos de la empresa, se desconoce por completo su situación económica y financiera, aunado a que, en la medida en que se incrementan las ventas de los productos o servicios de las microempresas, también lo hacen, pero en mayor medida, los gastos personales y familiares, descapitalizando con ello al negocio.

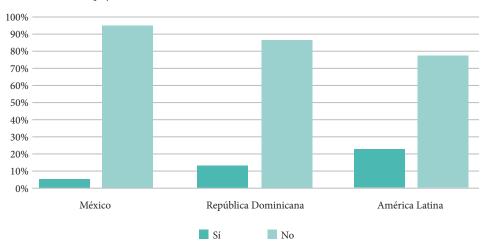


Gráfico 97. Recibe quejas de sus clientes con mucha frecuencia.

El gráfico 97 muestra que sólo 5% de las microempresas establecidas en México recibe con mucha frecuencia quejas de sus clientes; en República Dominicana las reciben 11%, y en América Latina, 23%. Estos resultados establecen con claridad que, a pesar de los diversos problemas que aquejan a las microempresas mexicanas, sólo un pequeño porcentaje de ellas recibe quejas constantes de sus clientes por el servicio o los productos vendidos, comparadas con el número de quejas que reciben los negocios de República Dominicana y de América Latina, lo cual permite inferir que los productos o servicios que proporcionan este tipo de negocios a sus actuales clientes y consumidores cuentan con la calidad y calidez que ellos requieren, ya que la mayoría de los productos o servicios que venden las microempresas son de la llamada canasta básica (alimentos y vestido) y servicios personalizados.

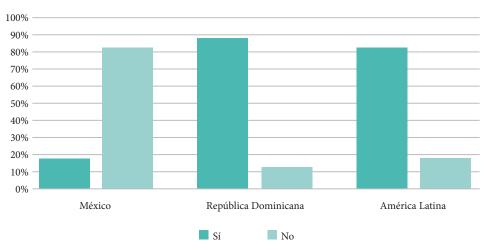


Gráfico 98. Se adapta fácilmente a los cambios importantes.

El gráfico 98 indica que 18% de las microempresas ubicadas en México consideró que se adapta fácilmente a los cambios importantes que demanda el mercado; en República Dominicana lo consideró así 88%, y en América Latina, 82%. Se puede observar que es precisamente en México donde sólo unos cuantos pequeños negocios se pueden adaptar sin problema alguno a los cambios importantes que demanda el mercado; lo anterior se debe, en una mayor proporción, a la ineficiencia de la gestión y de la administración contable, económica y financiera, pero también puede ser que se deba a que en México se tiene una mayor apertura comercial.

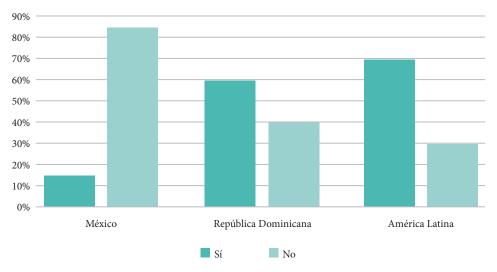


Gráfico 99. El negocio brinda prestaciones y sueldos similares a los de otras empresas.

El gráfico 99 muestra que 15% de las microempresas ubicadas en México consideró que brinda prestaciones y sueldos similares a los que tienen otras empresas iguales a ellas; lo consideró así 60% en República Dominicana, y en América Latina, 70%. Son solamente algunos pequeños negocios mexicanos los que tienen prestaciones y sueldos similares a los que tienen otras empresas del sector similares a ellas, posiblemente por la atomización que tiene este sector y por la diversidad de productos y servicios que ofrecen, aunado a que la mayoría de ellas son de propiedad familiar (70%), las cuales no tienen bien establecidas las prestaciones y sueldos de sus trabajadores.

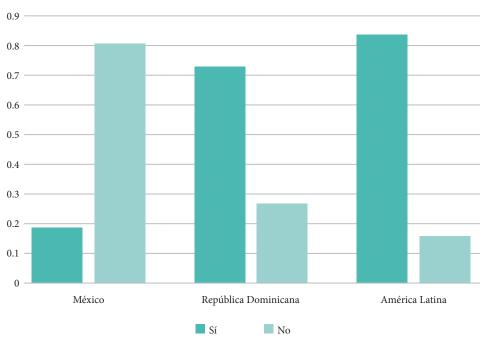


Gráfico 100. Sabe cuánto debe vender para no perder.

El gráfico 100 indica que sólo 19% de las microempresas establecidas en México sabe cuánto debe vender para no tener pérdidas; en República Dominicana lo sabe 73%, y en América Latina, 84%. Estos resultados corroboran la problemática que afrentan actualmente las microempresas mexicanas ya que, al carecer de un registro de información contable y financiera, se torna complejo gestionar adecuadamente un negocio, esto sumado a la participación de la familia en las actividades empresariales y que no tienen asignado un salario, por lo cual los ingresos generalmente son inferiores a los gastos. Es decir, en este tipo de negocios los integrantes de la familia que apoyan en las actividades de producción o prestación de los servicios, usan el dinero ahorrado de los gastos personales y familiares, y no se lleva ningún control sobre dichos gastos, mucho menos de las ventas que se realizan, por lo cual la mayoría de las microempresas desaparecen del mercado en su primer año de operación.

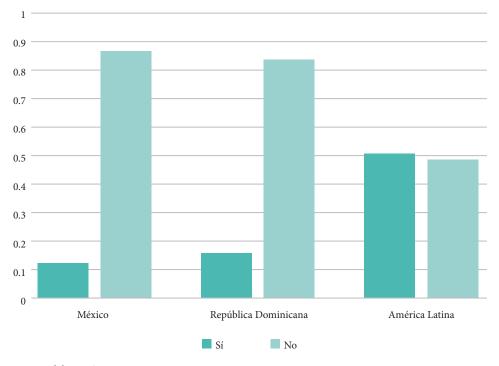


Gráfico 101. La empresa está inscrita en el registro mercantil.

El gráfico 101 muestra que 13% de las microempresas ubicadas en México está inscrito en el registro mercantil; 16%, en República Dominicana cuenta con este registro y en América Latina, 51%. Como se observa, existe un bajo porcentaje de este tipo de empresas que cuentan con un registro ante las autoridades hacendarias de México, y la inmensa mayoría de ellas opera en la informalidad. Sin embargo, a pesar de que el porcentaje de microempresas que tiene un registro es similar al que tienen las microempresas de República Dominicana, en México se tiene una mayor apertura comercial y se encuentran asentadas una diversidad de grandes empresas transnacionales de todo tipo, por lo cual las microempresas tienen que buscar un segmento de mercado que no haya sido atendido en su totalidad por este tipo de empresas, reduciéndose con ello la posibilidad de obtener los apoyos necesarios y suficientes para insertarse en la formalidad.



La capacitación del personal en las microempresas

En los países que interesan en este estudio, la capacitación del personal de las microempresas, e incluso la del mismo gerente o propietario, es una práctica poco común. En el caso de México, sólo 11.5% del total de las microempresas ubicadas en su territorio ha realizado algún tipo de capacitación para su personal (OIT, 2007). Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la competitividad, la viabilidad y la supervivencia de las microempresas dependen, en un elevado porcentaje, de las actividades de capacitación de los trabajadores y empleados, así como de los propietarios de éstas. En un mercado globalizado y altamente competitivo como el actual, el objetivo de toda empresa debería ser la inversión en el capital humano, dados los rápidos cambios tecnológicos y la globalización de la economía y la sociedad, los cuales provocan un aumento significativo de la demanda de fuerza de trabajo con un nivel superior de educación y cualificación, por lo cual las autoridades gubernamentales y las asociaciones empresariales deberán aportar respuestas para mejorar el nivel de educación a través de programas de capacitación y cualificación de la fuerza laboral.

La capacitación del personal de las microempresas no debe percibirse como un obstáculo, sino que debería representar una ventaja competitiva ya que, entre más capacitados se encuentren los empleados y trabajadores de la organización, habrá mayor impacto positivo y significativo en el nivel de competitividad, viabilidad y supervivencia del negocio (OIT, 2007). Para que se logre todavía un impacto mayor, sobre todo en las microempresas de América Latina, la capacitación debe permear en los gerentes o propietarios de las microempresas, de tal manera que les permita adquirir los conocimientos y habilidades administrativas, contables y financieras básicas para una buena gestión del negocio (Lacayo, 2011). Para ello, es importante concebir una caracterización del capital humano que tienen las microempresas en general para diseñar los programas de capacitación que más se requieren y que tengan los impactos más positivos en la organización. Para el caso de México, de acuerdo con el Instituto Nacional del Emprendedor, el perfil del capital humano está dado por las siguientes características:

- Emplean 8.6 millones de trabajadores, 54% hombres, 46% mujeres
- 11% impartieron capacitación.
- Gastan un promedio de \$1,665.91 en capacitación por empleado.
- Capacitan a más mujeres que a hombres (53% y 47%, respectivamente).
- No imparten capacitación porque consideran que el conocimiento es adecuado y los costos son elevados.
- El 51.8% de los trabajadores cuenta con educación básica y 15% con educación superior.

Como se observa, la falta de capacitación puede considerarse hoy en día como uno de los problemas más fuertes que tienen las microempresas de México. Cabe destacar que esta problemática no es exclusiva de este país, sino que también lo padecen, en mayor o en menor medida, las microempresas establecidas en República Dominicana y en el resto de países de América Latina, ya que alrededor de 13% de las microempresas latinoamericanas capacita a sus empleados y trabajadores. Lo anterior remite al entorno en el que se desarrollan actualmente, pues representa un serio obstáculo para ex-

pandir sus actividades empresariales y de comercialización de sus productos o servicios ya que, al no contar con incentivos fiscales para formalizar sus actividades empresariales, el escenario de seguridad para invertir en formación y en capacitación profesional es demasiado arriesgado, por lo cual las microempresas latinoamericanas tienden a estancar sus actividades de capacitación (OIT, 2017).

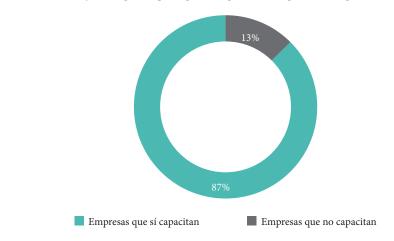


Gráfico 102. Porcentaje de empresas que imparten capacitación al personal ocupado (2014).

Fuente: INEGI (ENAPROCE, 2016).

Las microempresas son las que menos capacitan a sus empleados y a sus trabajadores, lo cual indica la problemática que enfrentan este tipo de negocios ya que, como lo establece Macías (2008) y el SELA (2008), la inmensa mayoría de los microempresarios de los países que son el foco de este estudio, son una suerte de, usando la jerga común, "todólogos": se hacen cargo tanto de actividades de gestión y de operarios como de vendedores y de contadores. Es frecuente que se desestime el requisito de contratar trabajadores expertos en este tipo de empresas, por lo cual se reitera la imperiosa necesidad de la capacitación, en primera instancia, de los gerentes o propietarios, para que se encuentren en condiciones de describir los menesteres más apremiantes de capacitación de su personal y que, de esta manera, puedan solicitar o aprovechar los talleres y cursos de capacitación que ofrecen

las dependencias gubernamentales de los tres niveles de gobierno relacionadas con las microempresas y las cámaras y asociaciones empresariales de sus respectivos países.

Vega (2008) llegó a la conclusión del requisito que representa facultar a los empleados y trabajadores de las microempresas, sobre todo en asistencia técnica y tecnológica, pues a éstas les permitiría mejorar sus sistemas administrativos en las áreas técnica, financiera y laboral. Lo anterior facilitaría la aplicación de una economía de escala para dar el salto cualitativo y crecer en el mercado en el cual participan ya que, como se puede apreciar en el gráfico 103, a medida de que crecen las empresas, sus empleados y trabajadores requieren de una mayor capacitación, tanto para permanecer o sobrevivir en el mercado en el cual se encuentran, como para lograr mayores niveles de crecimiento y de desarrollo, e incluso para incursionar en los mercados internacionales.

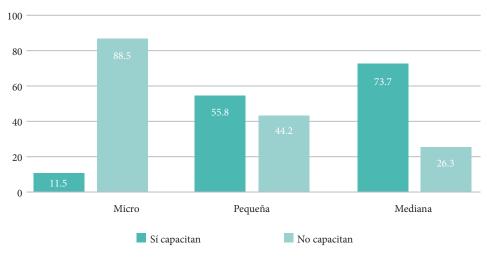


Gráfico 103. Distribución del número de empresas que imparten capacitación al personal ocupado (2014).

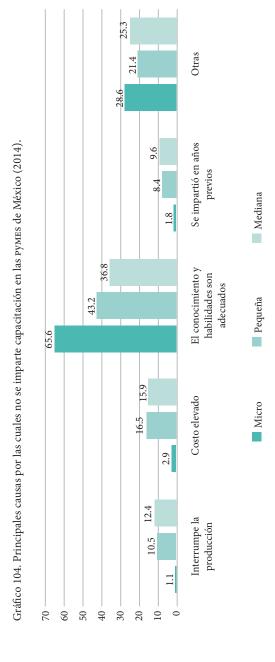
Fuente: INEGI (ENAPROCE, 2016).

En los estudios realizados por Sánchez y Trujillo (2008) y el SELA (2008), se establece que los microempresarios jóvenes tienen una mayor visión de las diversas ventajas que ofrecen los cursos de capacitación para sus empleados y trabajadores, sobre todo aquellos microempresarios que tienen un mayor nivel educativo y, en particular, los que reciben de manera más frecuente asesora-

miento por diversos expertos en las etapas más tempranas de sus microempresas, tales como el plan de negocios, fuentes de financiamiento o sistemas de comercialización de sus productos o servicios. Sin embargo, no todos los sectores de las microempresas capacitan por igual o con la misma intensidad a su personal. Según la OIT (2007), el sector más activo en términos de capacitación es el de servicios con 20.9%, seguido del sector de la manufactura con 13% y del sector comercio con 7.7%, lo cual indica que las microempresas que pertenecen al sector de los servicios tienen un mayor nivel de presión por buscar o desarrollar programas de capacitación para sus empleados y trabajadores para poder competir con las demás empresas.

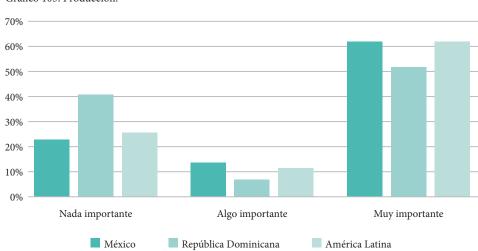
Es posible que las microempresas del sector de los servicios tengan un mayor nivel de capacitación para todo su personal gracias a los constantes cambios tecnológicos y a la globalización de los mercados, los cuales están provocando un aumento de la demanda de fuerza de trabajo con un nivel superior de educación y con niveles mayores de cualificación si se compara con otros sectores de la actividad económica. Es necesario que las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, así como las asociaciones y cámaras empresariales, aporten respuestas que sean contundentes en términos del diseño e implementación de los cursos o talleres de capacitación que más requieren las microempresas, con el único objetivo de mejorar significativamente el nivel de educación de los empleados y trabajadores, lo cual permitiría una mejora en las cualificaciones de todo el personal y, con ello, su nivel de vida.

Otro obstáculo es la informalidad en la que operan este tipo de negocios, pues es usual que presenten bajos niveles de tecnología, de capacidad gerencial y de innovación en sus productos o servicios (Ampudia, 2006). Su nivel de competencia, por ende, es demasiado bajo, ya que no existe una clara diferenciación de los productos o servicios que ofrecen con respecto a las demás microempresas. Es decir, comúnmente, ofrecen los mismos productos o servicios o con precios relativamente similares, por lo cual la capacitación es vista por los pequeños propietarios como un gasto extraordinario que eleva demasiado los costos de operación y de producción de los negocios. En el gráfico 104 se observan las principales razones por las cuales las microempresas en México no realizan cursos o talleres de capacitación.



Fuente: INEGI (ENAPROCE, 2016).

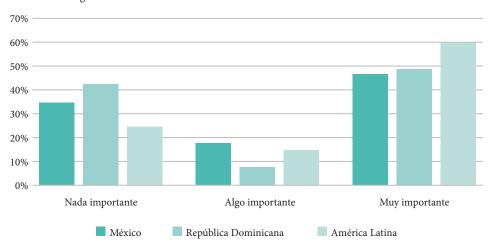
En el gráfico 104 se observa que, sin importar el tamaño de la empresa, la principal razón por la cual las empresas no impartieron cursos o talleres de capacitación a su personal ocupado, es porque el conocimiento y las habilidades que poseen sus empleados y trabajadores son los adecuados para realizar las actividades laborales encomendadas. Esto quiere decir que en México, al igual que en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, la inmensa mayoría de los empleos que se generan no explotan las capacidades y habilidades que posee el capital humano. Por lo tanto, la mayoría de las microempresas latinoamericanas tienen la impresión de que la capacitación no es necesaria, por lo cual organismos como la OIT o el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), proponen la intervención de las autoridades gubernamentales para incentivar la capacitación del personal de las microempresas mediante estímulos fiscales o intervenciones directas de organismos de ciencias y tecnología para el diseño e implementación de programas enfocados a la capacitación o entrenamiento para la creación de microempresas con un alto componente tecnológico. En los gráficos 105-115 se observa la capacitación del personal que necesitan las microempresas:



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 105 indica que 62% de las microempresas ubicadas en México consideró que, en temas de producción, la capacitación del personal es muy importante; lo consideró también así 52% en República Dominicana y 62% en América Latina. Estos resultados exhiben con claridad la similitud de la problemática que presentan las microempresas de estos países, ya que la mayoría de ellas tienen serias deficiencias en sus sistemas de producción. Esto se debe a que, generalmente, el propietario del negocio es el que produce o presta los servicios, y su familia lo apoya con parte de la producción y en actividades de comercialización, pero la experiencia de los integrantes de la familia y del propietario del negocio es mínima, por lo cual requieren de un programa de capacitación continuo en procesos y sistemas de producción. Sin embargo, 23% de las microempresas en México, 41% en República Dominicana y 26% en América Latina consideraron que su personal no requiere de este tipo de capacitación, lo cual demuestra sólo se estima al negocio como una fuente adicional de recursos.

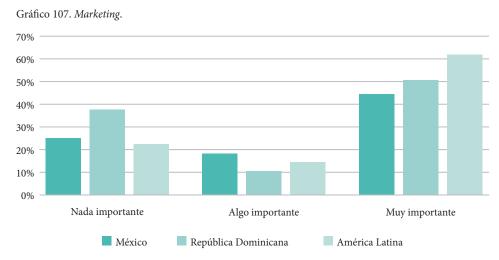




Fuente: elaboración propia.

El gráfico 106 muestra que 47% de las microempresas establecidas en México consideró que, en temas de logística, la capacitación del personal es muy importante; lo consideró así también 49% en República Dominicana y

60% en América Latina. Estos resultados permiten observar la existencia de una creciente necesidad de capacitación que tienen las microempresas en el área de la logística, independientemente del país de América Latina en el que se ubiquen, ya que los propietarios de los negocios generalmente carecen de los conocimientos y habilidades para la correcta realización de las actividades de logística que requiere la empresa, por lo cual es imprescindible que tanto la administración pública de los tres niveles de gobierno como las cámaras empresariales, desarrollen e implementen programas de capacitación para los gerentes de las microempresas en el área de la logística, o bien que dichos gerentes o miembros de la familia busquen por su cuenta capacitarse en esta importante área. Sin embargo, 35% de las microempresas en México, 43% de República Dominicana y 25% de América Latina consideraron que su personal no necesita ninguna capacitación en logística, lo cual puede ser un indicador importante de la mortandad de este tipo de negocios en su primer año de operación.



Fuente: elaboración propia.

El gráfico 107 indica que 45% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante la capacitación del personal en temas de *marketing;* lo consideró así también 51% en República Dominicana y 62% en América Latina. Estos resultados demuestran la carencia de conocimientos y de habili-

dades de los propietarios de las microempresas, lo cual pudiera explicar, en un alto porcentaje, el reducido mercado al que destinan sus productos o servicios y el segmento del mercado al que orientan sus esfuerzos. Es apremiante que las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobiernos, en conjunto con las diversas cámaras y asociaciones empresariales desarrollen, de manera conjunta, programas y talleres de capacitación en *marketing*, ya que es uno de los principales problemas que aquejan a las empresas en la comercialización. Sin embargo, aún con la importancia de las actividades de *marketing* para los negocios, 26% de las microempresas en México, 38% en República Dominicana y 23% en América Latina consideraron que sus empleados no necesitan de este tipo de capacitación, lo cual pudiera ser un indicador relevante del fracaso empresarial que presenta un elevado porcentaje de microempresas en todos los países de América Latina.

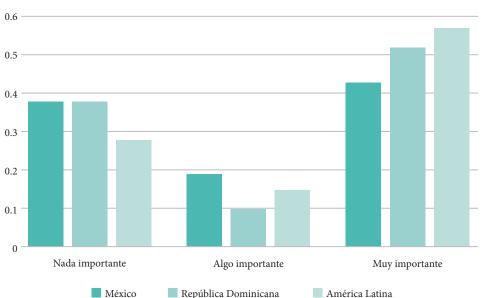


Gráfico 108. Dirección o estrategia empresarial.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 108 muestra que 43% de las microempresas instauradas en México consideró muy importante la capacitación en dirección o estrategias empresariales para el desarrollo de sus actividades empresariales; lo consideró así también 52% en República Dominicana y 57% en América Latina. Estos resultados exhiben la importancia de la capacitación en temas de gestión y estrategias empresariales, ya que es una de las áreas más vulnerables de las microempresas de todos los países de América Latina. Si se carece de una buena administración o gestión del negocio, lo más probable es que la empresa cierre sus puertas en un lapso relativamente corto, por lo cual los propietarios de este tipo de negocios requieren de programas de capacitación en gestión para que perciban su negocio como tal, como una empresa y no como una fuente de ingresos adicionales. Sin embargo, a pesar de la importancia que tiene esta área, todavía 38% de las microempresas en México y en República Dominicana, y 28% en América Latina, consideraron que este tipo de capacitación no es importante, lo cual demuestra que generalmente se considera al negocio como una fuente de ingresos.

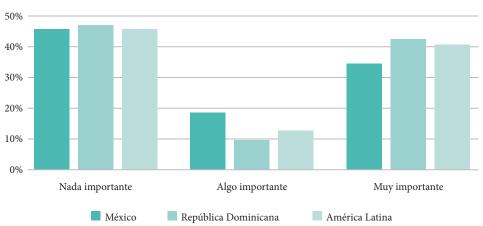


Gráfico 109. Programas informáticos.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 109 indica que 35% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante la capacitación en programas informáticos; coincide con esta respuesta 43% en República Dominicana y lo mismo hace 41% en

América Latina. Estos resultados demuestran la carencia de este tipo de negocios en el uso y aplicación de las tecnologías de la información y comunicación (TICS), ya que sólo un bajo porcentaje de las microempresas de todos los países de América Latina consideró importante capacitar al personal en su uso. Sin embargo, 46% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina, y 47% en República Dominicana, consideraron que no tiene importancia la capacitación en programas informáticos porque no los necesitan, a pesar de que se vive en la era digital y en la sociedad del conocimiento, y a pesar de que la mayoría de los clientes y consumidores de este tipo de negocios utilizan de manera constante las redes sociales para comunicarse entre sí. Esto implica que las microempresas de la mayoría de los países de América Latina no sólo tengan un mercado demasiado reducido, sino que también implica que es una de las principales causas que provocan un elevado porcentaje de mortandad en el primer año de operación.

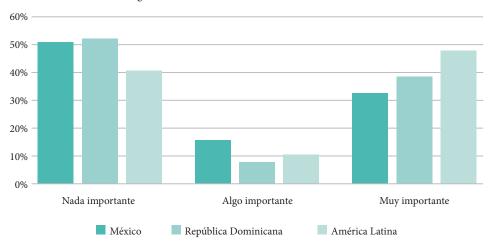


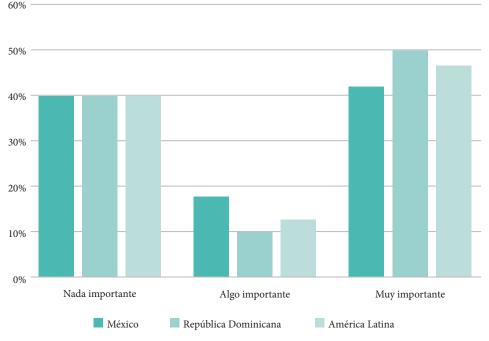
Gráfico 110. Nuevas tecnologías.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 110 muestra que sólo 33% de las microempresas establecidas en México consideró que la capacitación en nuevas tecnologías es importante; coincidió con esta respuesta 39% en República Dominicana y también 48% en América Latina. Estos resultados tienen sentido con los resultados del

gráfico anterior, ya que exhiben con claridad el escaso conocimiento que tienen los pequeños empresarios de la importancia del uso y manejo de las TICS pues, aun cuando su negocio sea pequeño, eso no exime el uso de éstas para comunicar las bondades de sus productos y servicios a sus actuales y futuros clientes y consumidores. Sin embargo, la mayoría de las microempresas de los países de América Latina (51% en México, 53% en República Dominicana y 41% en América Latina) todavía considera que la capacitación en nuevas tecnologías no es importante y que sus trabajadores no la requieren.





Fuente: elaboración propia.

El gráfico 111 indica que 42% de las microempresas ubicadas en México consideró que la capacitación en contabilidad o finanzas es muy importante; lo consideró también así 50% en República Dominicana y 47% en América Latina. Estos resultados explican la falta de capacitación que tienen los gerentes o propietarios de estos pequeños negocios. Sin embargo, en la actualidad, todavía

existe un amplio grupo de pequeños negocios que considera que la capacitación en actividades de contabilidad y finanzas no es importante para su personal, incluso para el mismo propietario, lo cual explica, en un amplio porcentaje, el desconocimiento de los costos totales y de la descapitalización que presenta la mayoría de las microempresas latinoamericanas, lo cual provoca que la familia obtenga ingresos adicionales a través de los pequeños negocios, y que se reinvierta sólo una pequeña cantidad de dichos ingresos económicos.

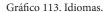
60%
50%
40%
30%
20%
10%
Nada importante
Algo importante
Muy importante
Mexico
República Dominicana
América Latina

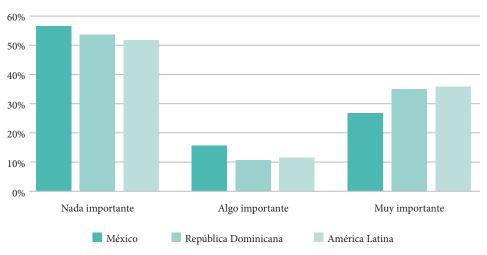
Gráfico 112. Recursos humanos.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 112 muestra que 40% de las microempresas instauradas en México consideró que la capacitación en el área de recursos humanos es muy importante; lo consideró así también 56% en República Dominicana y 55% en América Latina. Estos resultados presentan las similitudes que tienen las microempresas latinoamericanas en términos de las necesidades de capacitación en el área de recursos humanos. En la actualidad, los activos más importantes que tienen las empresas son precisamente los recursos humanos. Sin embargo, en la actualidad, 41% de las microempresas en México, 36% en República Dominicana y 30% en América Latina, creen que este tipo de capacitación no es nada importante para sus trabajadores y empleados, lo cual demuestra el escaso conocimiento que tiene la mayoría de los pequeños

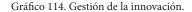
empresarios sobre la gestión de una empresa, sobre todo de la importancia de capacitar constantemente a su personal para que brinde un mejor servicio a sus actuales clientes y consumidores.

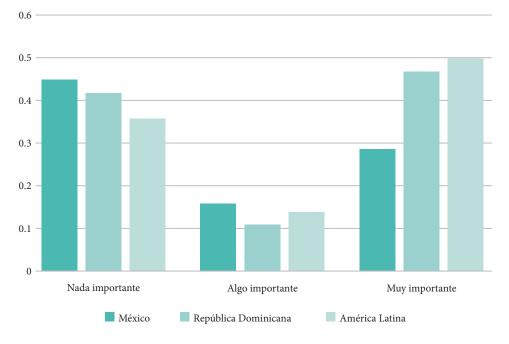




Fuente: elaboración propia.

El gráfico 113 muestra que 27% de las microempresas ubicadas en México consideró que la capacitación en idiomas es muy importante; lo consideró así también 35% en República Dominicana y 36% en América Latina. Estos resultados indican que sólo un escaso número de pequeños negocios considera que la capacitación en idiomas puede mejorar las habilidades del personal y que también puede beneficiar las actividades empresariales y de gestión del propietario. Al aplicar esto, se puede generar una reducción significativa de sus costos totales y un crecimiento importante de la empresa. Sin embargo, 57% de las microempresas en México, el 54% en República Dominicana y 52% en América Latina, no consideraron importante la capacitación en idiomas, y esto es una razón por la cual el mercado que atienden es muy reducido.





El gráfico 114 indica que 29% de las microempresas ubicadas en México consideró que la capacitación en gestión de la innovación para sus trabajadores, empleados y gerente o propietario es muy importante; lo considera así también 47% en República Dominicana y 50% en América Latina. Estos resultados son una clara evidencia del escaso o nulo nivel de innovación que tiene las microempresas pues, aun cuando un porcentaje importante de ellas considera importante la capacitación en innovación, en la realidad son pocas las que la realizan. Sin embargo, todavía existe un alto porcentaje de microempresas que considera que esta capacitación no es nada importante para ellas (45% en México, 42% en República Dominicana y 36% en América Latina), y con ello se demuestra la visión localista y de bajo perfil que tienen los propietarios de los negocios.

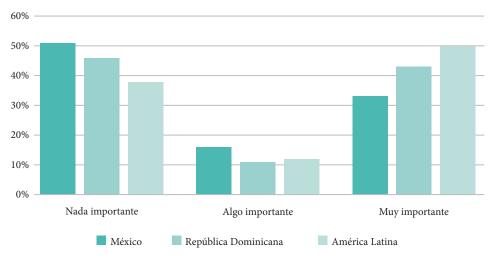


Gráfico 115. Cursos técnico-operativos.

El gráfico 115 muestra que 33% de las microempresas establecidas en México consideró que los cursos técnico-operativos son muy importantes; lo consideró también así 43% en República Dominicana y 50% en América Latina. Estos resultados demuestran, una vez más, una visión empresarial escasa ya que, aun cuando la mayoría de este tipo de negocios inicia sus operaciones con conocimientos y habilidades básicas que tienen sus propietarios, es importante que dichos propietarios se capaciten constantemente en las diversas áreas de la empresa para eliminar la visión de la empresa como una fuente extra de ingresos. Sin embargo, 51% de las microempresas en México, 38% en América Latina y 46% en República Dominicana consideran que los cursos de capacitación técnico-operativos no son nada importantes para sus empleados y trabajadores, e incluso para los mismos gerentes o propietarios de los negocios.



El aprovisionamiento en las microempresas

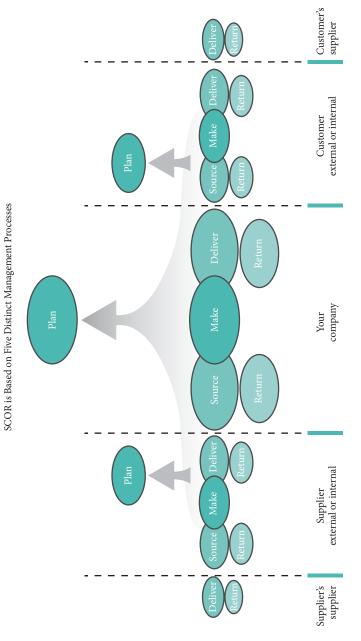
Son escasos los estudios sobre el área del aprovisionamiento en las microempresas, por un lado, porque éstas realizan pocas actividades en torno a éste y no tienen información al respecto y, por otro, porque difícilmente utilizan sistemas de información para el registro de las compras de materias primas y materiales de trabajo. Sin embargo, no significa que las microempresas no realicen actividades de aprovisionamiento para la producción de sus productos y servicios. El aprovisionamiento es entendido por los empresarios como una de las fases más importantes del sistema productivo y es un elemento determinante para que las microempresas puedan responder a cuestiones elementales como el qué, cuándo y a quién se deben comprar los insumos o materias primas (Riaño, 2015).

Este tipo de cuestionamientos son fundamentales para los microempresarios porque de ellos se derivan, en mayor parte, los costos de producción y, con ello, el nivel de competitividad y rendimiento empresarial que puedan obtener las empresas, pues la disponibilidad de materias primas y mercancías garantizan la fluidez en el sistema de producción y, posteriormente, en la distribución de los productos terminados (IPYME, 2007). Por ello, el aprovisionamiento es comúnmente considerado por diversos investigadores y académicos como un elemento estratégico ya que, además de tener un impacto directo en los costos, también influye positiva o negativamente en la calidad de las mercancías y en la totalidad de las actividades de la cadena de suministro (IPYME, 2007). Al mismo tiempo, el aprovisionamiento puede evitar fracturas en el abastecimiento de las materias primas o insumos que requieren las microempresas para su proceso productivo, reduce los tiempos de producción y disminuye los costos de almacenamiento de las mercancías producidas.

En este sentido, Cohen *et al.* establecieron la importancia del aprovisionamiento en los siguientes términos: "La viabilidad de la microempresa depende de la adecuación de los recursos disponibles a la naturaleza de los bienes y servicios producidos y a las condiciones del mercado" (1989: 31). En otras palabras, una empresa que no encuentre una dotación de insumos adecuada, dejará de ser rentable y, por lo tanto, viable en el corto plazo, puesto que el aprovisionamiento comprende todo el proceso productivo y no sólo los insumos o materias primas; sin embargo, en las últimas décadas, se han añadido también los flujos de información y los recursos humanos y económicos, sin los cuales difícilmente las operaciones y actividades empresariales se podrían llevar a cabo. Por lo tanto, se puede observar que el aprovisionamiento juega un papel fundamental tanto en el proceso productivo como en las actividades de comercialización de los productos o servicios.

La figura 2 ejemplifica de mejor manera lo anteriormente explicado a través de un modelo de una cadena de suministro llamado SCOR, el cual muestra de manera explícita y sencilla, la ubicación más usual en la que se encuentra el aprovisionamiento dentro de todo proceso de producción de cualquier tipo de empresa y de cualquier tipo de producto.

Figura 2: Representación gráfica de la ubicación del aprovisionamiento en una empresa.



Fuente: IPyME (2007).

Se puede apreciar que cada área depende, prácticamente, de la eficiente distribución de los recursos y, a su vez, de esta distribución depende todo el proceso de producción ya que, incluso, en la mayoría de los casos, los proveedores de las empresas también necesitan del abastecimiento de recursos, insumos y materias primas. Por lo tanto, es posible observar que la totalidad de las etapas que comprende el aprovisionamiento están totalmente interrelacionadas, y que la eficiencia de cada una de ellas permite la realización de una sincronía que les permita avanzar secuencialmente y, con ello, no sólo se facilite el proceso productivo sino también el flujo de los materiales e insumos en el proceso de producción, lo cual podría generar tanto un mayor nivel de eficiencia y eficacia en el sistema de producción como una reducción significativa en los costos totales de la microempresa.

Adicional a esto, los modelos flexibles de producción que se están implementando en la mayoría de las empresas están optimizando los sistemas de abastecimiento de insumos y materias primas con la clara finalidad de reducir lo más posible el tiempo de las mercancías dentro de la planta (Boyer y Freyssenet, 2003). En el caso de las microempresas, la producción flexible se basa prácticamente en la generación de una organización funcional y en la construcción de redes, por lo cual, básicamente, el proceso de producción se adapta a los requerimientos del mercado y se manifiesta en la reducción de los tiempos de aprovisionamiento del espacio físico (Cota Yáñez, 2012), y está fuertemente asociado a las estrategias locales o regionales de las microempresas.

Dentro de las prácticas más comunes para garantizar un buen aprovisionamiento dentro de cualquier tipo de empresa, se encuentra el llamado *Just in Time*, es decir, la optimización de la producción a través del abastecimiento de materiales e insumos en el momento en que se requieren para incorporarlos al proceso productivo, lo cual restringe el almacenamiento de los mismos en las cantidades operativamente necesarias. Para la aplicación correcta del *Just in Time*, las microempresas requieren de una logística eficiente y efectiva que garantice el flujo constante y continuo de los insumos y materias primas hacia las áreas de producción (Boyer y Freyssenet, 2003), lo cual es difícil de cumplir por este tipo de pequeños negocios: generalmente, no se cuenta con el personal capacitado ni especializado para la realización de estas actividades, además de que el gerente o propietario de la empresa es el que realiza casi todas las actividades empresariales.

Casi la totalidad de microempresas no aplica la estrategia de *Just in Time* por las razones anteriormente explicadas. Asimismo, dentro de las actividades del aprovisionamiento, se encuentra la selección de los proveedores, los cuales dependen de un elevado porcentaje de la concentración demográfica de las empresas, puesto que algunos de los insumos básicos, como el agua potable o la energía eléctrica, que son indispensables para el buen funcionamiento de las organizaciones, se encuentran prácticamente concentrados en cientos de lugares o áreas geográficas (Arias, 1997) y, en el caso de las microempresas, dicha concentración puede tanto fomentar la cooperación entre los empleados como incrementar la capacidad de oferta y la reducción de costos mediante el aprovisionamiento colectivo (Ortiz, 2001).

Ortiz (2001) llegó a la conclusión de que las microempresas en América Latina enfrentan serias dificultades referentes a la calidad y escasez de algunos insumos o materias primas básicas que se requieren para sus procesos de producción, además de las constantes variaciones de los precios de dichos insumos o materias primas, los cuales evidencian la dependencia económica que tienen las microempresas latinoamericanas, aunado a las fluctuaciones del precio de las divisas que afectan de manera directa a los países en vías de desarrollo o de economía emergente, lo cual provoca tanto una reducción significativa tanto de su nivel de ventas y competitividad como en su nivel de rendimiento empresarial (Riaño, 2015).

Esta problemática provoca que los microempresarios no cuenten con los insumos o materias primas que se necesitan para el proceso de producción en los inventarios o almacenes, o bien que algunos de ellos vean los excesos de inventario como un ahorro o como una oportunidad para reducir los costos frente al alza constante de los precios de insumos o materias primas importadas (Cohen *et al.*, 1989). Sin embargo, este tipo de prácticas inhiben el desarrollo de las actividades de innovación porque las microempresas arrastran una pesada carga financiera al tener en los inventarios más de los insumos o materias primas que requieren para su proceso de producción, lo cual comúnmente genera un bajo flujo de efectivo y un elevado gasto en insumos.

En los gráficos 116-124 se observa con mayor claridad el aprovisionamiento que realizan las microempresas:

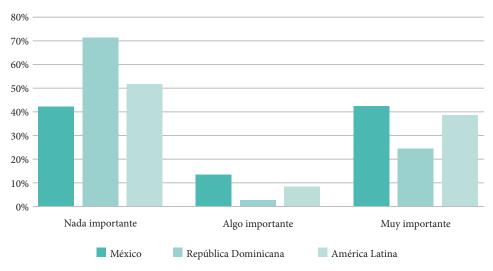


Gráfico 116. Productores de materias primas.

El gráfico 116 indica que 43% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante la obtención de sus materias primas directamente de los productores; también lo consideró así 25% en República Dominicana y 39% en América Latina. El 14% de las microempresas de México manifestó que este tipo de compra es algo importante; lo consideró también así 3% en República Dominicana y 9% en América Latina. El 43% de las microempresas en México percibe que estas compras no son nada importantes; tampoco lo consideró así 72% en República Dominicana ni 52% en América Latina. Estas diferencias podrían explicarse debido a que la mayoría de las microempresas tanto en República Dominicana como en América Latina están dedicadas a los servicios y en México se dedican más a la manufactura.

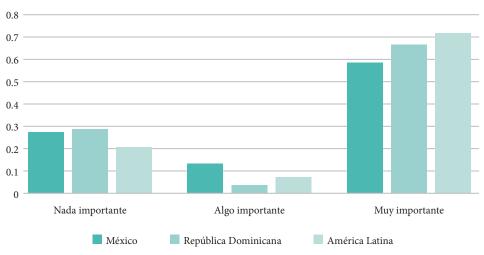


Gráfico 117. Vendedores mayoristas.

El gráfico 117 muestra que 59% de las microempresas establecidas en México consideró que es muy importante la compra de sus materias primas a los vendedores mayoristas; lo consideró así también 67% en República Dominicana y 72% en América Latina. El 13% de las microempresas en México consideró que este tipo de compra es algo importante; también lo percibió así 4% en República Dominicana y 7% en América Latina. El 28% de las microempresas en México consideró que estas compras no son nada importantes; tampoco lo consideró así 29% en República Dominicana ni 21% en América Latina. La preferencia por la compra de materias primas con vendedores mayoristas se puede deber a que éstos son los que ofrecen precios competitivos y porque su ubicación ayuda a las microempresas.

50%

40%

30%

20%

Nada importante

Algo importante

Muy importante

Muy importante

Mexico

República Dominicana

América Latina

Gráfico 118. Vendedores minoristas.

El gráfico 118 indica que 57% de las microempresas ubicadas en México consideró que la compra de materias primas a vendedores minoristas es muy importante; lo consideró así también 43% en República Dominicana y 41% en América Latina. El 16% de las microempresas tanto ubicadas en México como en América Latina consideró que este tipo de compra es algo importante, y lo percibió así también 14% en República Dominicana. El 27% de las microempresas en México consideró que estas compras no son nada importantes; tampoco lo consideró así 43% tanto en República Dominicana como en América Latina. Estos resultados se pueden deber a que en México existen muchas más empresas que venden materias primas al menudeo, o bien a que los vendedores minoristas de materias primas están mucho más cercanos a este tipo de negocios.

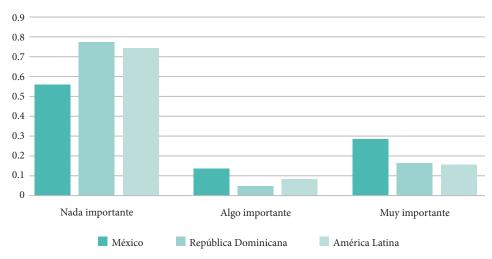


Gráfico 119. Los clientes traen la mercancía.

El gráfico 119 muestra que 29% de las microempresas instauradas en México consideró muy importante que sus clientes lleven directamente las materias primas para la elaboración de los productos que necesitan; lo consideró igual 17% en República Dominicana y 16% en América Latina. El 14% de las microempresas en México consideró que este tipo de prácticas son algo importantes; lo consideró así también 5% en República Dominicana y 9% en América Latina. El 57% de las microempresas en México consideró que estas prácticas no son nada importantes; tampoco lo consideró así 78% en República Dominicana ni 75% en América Latina. A pesar de que el porcentaje de México es menor, éste coincide tanto con República Dominicana como con el resto de países de América Latina en el hecho de que los clientes no se consideran nada importantes como proveedores de materias primas, y esto se debe a que las empresas las adquieren por otros medios.

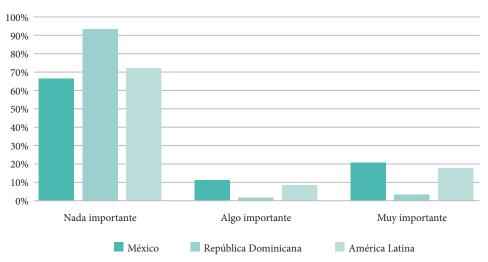


Gráfico 120. Produce o recoge sus materiales.

El gráfico 120 indica que 21% de las microempresas ubicadas en México consideró muy importante la producción o la recolección de sus materias primas; en República Dominicana lo consideró así también 4% y en América Latina, 18%. El 12% de las microempresas en México consideró este tipo de prácticas como algo importantes; lo consideró así también el 2% en República Dominicana y 9% en América Latina. El 67% de las microempresas en México consideró que este tipo de actividades no es nada importante; tampoco lo consideró así 94% en República Dominicana ni 73% en América Latina. Estos resultados demuestran la existencia de una coincidencia entre las microempresas de México, de República Dominicana y del resto de países de América Latina, pues consideraron que no es necesario producir o recolectar sus materias primas; más bien, se concentran en la producción de bienes y servicios para que no se destinen más recursos económicos y financieros a la producción de sus materias primas.

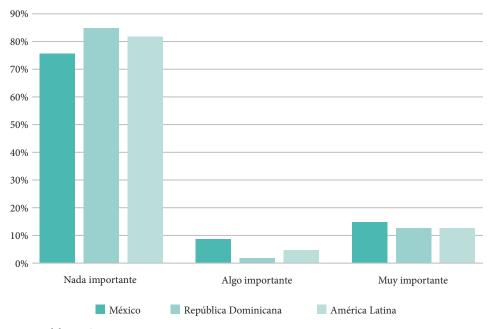
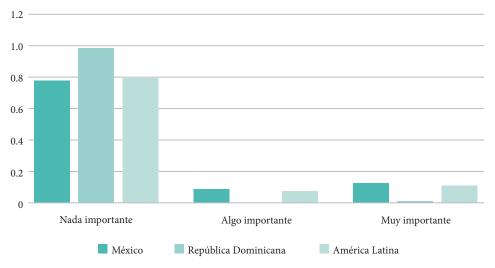


Gráfico 121. Empresas o personas del extranjero.

El gráfico 121 muestra que 15% de las microempresas establecidas en México consideró muy importante la compra de materias primas a empresas o personas del extranjero; lo consideró así también 13% tanto en República Dominicana como en América Latina. El 9% de las microempresas en México estableció que este tipo de compras es algo importante; lo consideró también así 2% en República Dominicana y 5% en América Latina. El 76% de las microempresas en México estableció que estas compras no son nada importantes; tampoco las consideraron así 85% en República Dominicana ni 82% en América Latina. Estos resultados son muy contundentes al demostrar la existencia de diversas similitudes entre las microempresas de estos países, ya que la mayoría de ellas no consideran nada importante la compra de sus materias primas a empresas o personas del extranjero, posiblemente porque no tienen personal o porque el mismo gerente no tiene conocimiento de un segundo idioma, lo cual dificulta que este tipo de negocios realicen compras de materias primas en el extranjero.





El gráfico 122 indica que 13% de las microempresas ubicadas en México consideró que es muy importante el no haber necesitado de la adquisición de materias primas; lo consideró así también 1% en República Dominicana y 12% en América Latina. El 9% de las microempresas en México consideró que esta actividad es algo importante, y lo manifestó así también 8% en América Latina. El 78% de las microempresas en México consideró que este tipo de actividades no son nada importantes, tampoco lo consideró así 99% en República Dominicana ni 80% en América Latina. Es decir, la muestra coincide en que no necesitaron de materias primas, y es probable que esto se deba a que son negocios dedicados a la prestación de servicios. Es importante recordar que un elevado porcentaje de microempresas son prestadoras de servicios, por lo cual no requieren de materias primas.

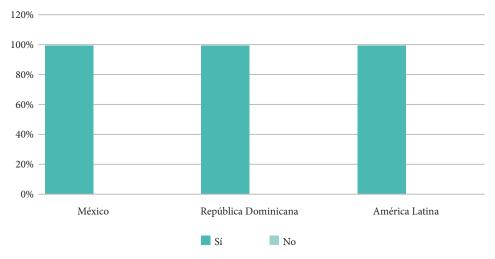


Gráfico 123. Ha recibido mercancías a crédito.

El gráfico 123 indica que 100% de las microempresas ubicadas tanto en México como en República Dominicana y en América Latina, dijeron haber recibido en el último año mercancías a crédito por parte de sus principales proveedores. Estos resultados reflejan con claridad lo importante que es para las microempresas recibir sus mercancías o materias primas a crédito ya que, generalmente, estos negocios no cuentan con los recursos económicos ni financieros necesarios para poder pagar al contado las diversas mercancías o materias primas que requieren para realizar sus actividades empresariales, por lo cual el crédito o financiamiento es una actividad inherente a las microempresas y forma parte de su posible crecimiento y desarrollo productivo.

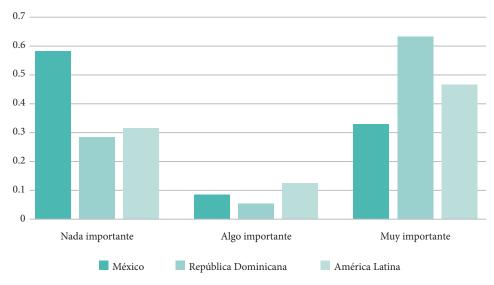


Gráfico 124. Importancia de las mercancías a crédito.

El gráfico 124 muestra que 32% de las microempresas establecidas en México consideró que obtener mercancías o materias primas a crédito es muy importante; lo consideró también así 65% en República Dominicana y 56% en América Latina. El 9% de las microempresas en México consideró esto como algo importante; lo estimó también así 6% en República Dominicana y 13% en América Latina. El 59% de las microempresas en México no lo consideró nada importante; tampoco lo consideró así 29% en República Dominicana 31% en América Latina. Estos resultados exhiben diferencias demasiado marcadas entre las microempresas de estas ubicaciones ya que, mientras para la mayoría de los negocios mexicanos no tiene mucha importancia esta actividad, para los negocios de República Dominicana y de América Latina es una parte esencial para sus actividades empresariales, lo cual pudiera reflejar que las microempresas en México utilizan más el crédito en la producción de sus productos y servicios más que en la adquisición de mercancías o materias primas.

Las ventas en las microempresas

A pesar de que se ha discutido sobre la enorme diversidad de las microempresas, éstas son un mosaico heterogéneo en términos de experiencia empresarial, es decir, en la infraestructura, el capital y, sobre todo, las ventas (SELA, 2008), lo cual genera características muy particulares como, por ejemplo, en el caso de América Latina y, especialmente el de México, la mayoría de los establecimientos empresariales no forman parte ni de las cadenas productivas ni de los servicios de las grandes empresas internacionales o nacionales, o bien de similar tamaño, y basan su relación de mercado básicamente con el consumidor final (Ortiz, 2001, 2013; Román et al., 2014). Los sectores de la actividad económica a los que cuales están insertados están distribuidos en 85% en el comercio y los servicios (INEGI, 2016), y sus ingresos provienen de la venta de las mercancías adquiridas en casi 50%. Se observa, pues, que la sobrevivencia de las microempresas depende, en un elevado porcentaje, de la capacidad de compra del mercado interno (Bizberg, 2004), y no es de extrañar que dos de los principales problemas a los que se enfrentan actualmente las microempresas sean la competencia excesiva y la falta de clientes (Román *et al.*, 2014). Así, las microempresas en México, República Dominicana y en el resto de los países de América Latina comúnmente sufren debido a las ventas diarias que consisten, en otras palabras, en la venta necesaria de una cantidad de productos o de servicios para sobrevivir y para mantener los recursos económicos cada día. Ésta es la problemática cotidiana.

Las ventas se han convertido en una de las actividades primordiales que tienen que realizar los gerentes o propietarios de las microempresas puesto que, como se estableció en párrafos anteriores, la mayoría de las microempresas solamente se dedican a la comercialización de productos o servicios, no son empresas manufactureras, y las mercancías las adquieren para revenderlas en sus respectivos establecimientos. Si las microempresas venden una reducida cantidad de mercancías en una jornada laboral, entonces tendrán problemas con los ingresos económicos para la subsistencia de la propia empresa y, en la mayoría de los casos, de la misma familia, la cual depende de los ingresos provenientes del negocio familiar en un elevado porcentaje. Por ende, los ingresos derivados de las ventas juegan un papel fundamental tanto de la subsistencia y permanencia de la microempresa en el mercado en el cual participa como de la familia en general.

El hecho de que la mayoría de las microempresas establecidas en el mercado de estos países depende casi exclusivamente de la capacidad de compra de sus mercancías por parte de sus clientes y consumidores (mercado interno), dificulta en gran medida el establecimiento de estrategias de ventas para la ampliación del mercado porque, si existe una contracción o reducción en los ingresos de sus consumidores, su nivel de ventas se verá seriamente afectado, porque no se cuenta con una alternativa para la venta de sus mercancías, o bien porque carecen de un contrato de proveeduría de productos o servicios con otras empresas.

Sin embargo, también existen algunas microempresas cuyas estrategias de ventas son claras, y que forman parte de una cadena o proveeduría de productos o servicios con otras empresas o con el sector gubernamental, lo cual les permite no depender exclusivamente de un mismo tipo de cliente y, así, tener mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo en el mercado en el cual participan.

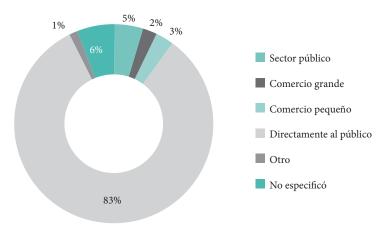


Gráfico 125. Principales clientes de las microempresas en México (2010).

Fuente: Encuesta Nacional de Micronegocios ENAMIN 2010 (INEGI, 2010).

En el gráfico 125 se observa que las ventas de las microempresas están prácticamente orientadas a la venta de productos directamente al público, es decir, al consumidor directo, y es frecuente que éste sea cliente y consumidor que reside en la misma localidad o barrio donde se localiza la microempresa (De la Garza et al., 2000; Ortiz, 2013), en los cuales puede haber cierto grado de informalidad. Estas características, aunque representan un serio problema, pueden constituir una de las más grandes fortalezas de las microempresas en México, en República Dominicana y en el resto de países de América Latina: la cercanía con el cliente. Ésta permite conocerlo mejor y entablar, incluso, tanto relaciones de amistad como de negocio a largo plazo. En un momento determinado, diversos clientes preferirán comprar las mercancías o servicios en la misma pequeña empresa que en los grandes almacenes transnacionales, aun cuando los productos de éstos tengan un mayor nivel de calidad o menor precio.

En este sentido, la cercanía con los clientes es considerada por la literatura como una de las ventajas competitivas más importantes que tienen las microempresas porque se manifiesta a través de una atención más cordial y de mayor confianza con el cliente. Por lo tanto, el conocimiento de los problemas de los clientes se convierte en una oportunidad para que los microempresarios puedan ofrecer los productos o servicios alternativos que aquéllos necesitan, o bien, formar lazos que devienen en que sus clientes tiendan a preferir la

compra de los productos o servicios que necesitan en esa microempresa. La cercanía con el cliente se está convirtiendo en el puente entre las necesidades y el abastecimiento, y otorga los medios necesarios para reconocer tanto las oportunidades de mercado como la experiencia en detectar a tiempo las demandas de éste (Valencia, 2008).

Además, el contacto personal con los clientes permite que las microempresas se adapten con mayor facilidad a los diferentes escenarios económicos que plantea un mercado cada vez más globalizado y altamente competitivo (Santandreu, 2005). Aun así, uno de los grandes retos que enfrentan actualmente las microempresas de los países que interesan para este estudio, es ampliar significativamente su actual cartera de clientes y la inversión en las actividades de innovación (Cohen *et al.*, 1989). Las tendencias indican que los clientes sólo respaldarán aquellas microempresas que les ofrezcan bienes y servicios de calidad, herramientas de mejora continua y el desarrollo o mejora de nuevos productos o servicios (Wrigley, 2015), además de la incorporación de tecnologías que les permitan integrarse a otros mercados con mayor capacidad de ingresos, y apostar también por su inserción en las cadenas de producción de empresas de mayor tamaño, lo cual les puede proporcionar un mayor nivel de estabilidad en sus ventas.

Algunas de las estrategias que más han impactado en las microempresas de los países que son foco en esta investigación, son la conformación de redes de microempresarios que garantizan el mejoramiento de recursos, de clientes y de información, y los apoyos económicos y financieros que se requieren para la elaboración de sus productos o la prestación de sus servicios (Valencia, 2008). Incluso diversos microempresarios han ido más allá de la creación de una red y han conformado clústeres, en los cuales la aglomeración de diversas microempresas de un mismo giro o sector tiene la suficiente capacidad de generar clientes a nivel local, regional, nacional e internacional (Cota Yáñez, 2004), lo cual favorece tanto las actividades de producción de las microempresas como su capacidad de comercialización y venta de sus productos o servicios.

Sin embargo, el acceso de la mayoría de las microempresas a los mercados nacionales e internacionales es demasiado marginal debido a que, en la mayoría de los países de América Latina, las microempresas evaden impuestos o están insertadas en alguna parte de la cadena productiva de la informalidad. Es decir, un elevado porcentaje de las microempresas no están registradas ante las autoridades hacendarias de su país de origen, y no cumplen con los reque-

rimientos y exigencias básicas para formar parte de la cadena de suministro de los mercados internacionales (OIT, 2007), y mucho menos, con los requisitos para el acceso a las principales fuentes de financiamiento públicas y privadas, pues carecen de la mayor parte de las garantías solicitadas al no ser clientes regulares en los bancos comerciales (Del Castillo, 2001).

En los gráficos 126-130 se podrá apreciar con mayor claridad las ventas que realizan comúnmente las microempresas:

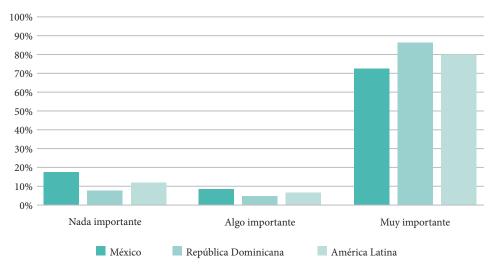


Gráfico 126. Personas del barrio o localidad.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 126 indica que 73% de las microempresas situadas en México manifestó que es muy importante la venta de sus productos o servicios a las personas del mismo barrio o localidad donde se encuentra la empresa; en República Dominicana lo manifestó también así 87% y en América Latina, 81%. El 9% de las microempresas en México expresó que este tipo de ventas son algo importantes; en República Dominicana lo expresó también así 5% y en América Latina, 7%. El 18% de las microempresas en México manifestó que este tipo de ventas no es nada importante; en República Dominicana tampoco lo consideró así 8% y en América Latina, tampoco lo hizo 12%. Las microempresas consideran que es importante la venta de sus productos o servicios a las

personas del mismo barrio o localidad, lo cual establece una visión localista y el alcance del mercado de este tipo de negocios.

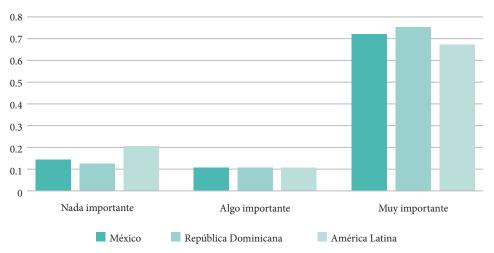


Gráfico 127. Personas fuera del barrio o localidad.

Fuente: elaboración propia.

El gráfico 127 muestra que 73% de las microempresas establecidas en México expresó que es importante la venta de sus productos o servicios a las personas fuera del barrio o localidad donde se ubican; en República Dominicana lo consideró también así 76% y en América Latina, 68%. El 11% de las microempresas de las tres ubicaciones manifestó que estas ventas son algo importantes. El 15% de las microempresas de México expresó que este tipo de ventas no es nada importante; 13% en República Dominicana y 21% en América Latina, tampoco lo consideró así. Estos resultados indican la existencia de una coincidencia entre las microempresas pues consideran importante que sus productos o servicios se puedan vender a las personas que viven fuera del barrio o localidad donde ellas se encuentran, y se demuestra que un número importante de este tipo de negocios también contempla vender sus productos o servicios a clientes y consumidores que no se localizan en el barrio o localidad donde ésta se encuentra establecida.

Muy importante

América Latina

80%

70%

60%

40%

20%

10%

Algo importante

República Dominicana

Gráfico 128. Empresas.

Fuente: elaboración propia.

Nada importante

México

0%

El gráfico 128 indica que 45% de las microempresas ubicadas en México manifestó que son algo importantes las ventas de sus productos o servicios destinados a las empresas; en República Dominicana lo consideró también así 20% y en América Latina, 33%. El 15% de las microempresas en México expresó que estas ventas son algo importantes; 5% en República Dominicana lo expresó también así y en América Latina, 11%. El 40% de las microempresas en México manifestó que no son nada importantes las ventas a las empresas; 75% en República Dominicana y 56% en América Latina, tampoco lo consideró así. En México, este tipo de negocios vende, intencionadamente, sus productos o servicios a las diversas empresas, pero en República Dominicana y en América Latina no se está de acuerdo con ello, posiblemente porque en México se tiene una industria manufacturera mucho más fuerte y dinámica que en el resto de los países de América Latina, la cual requiere de infinidad de productos o servicios.

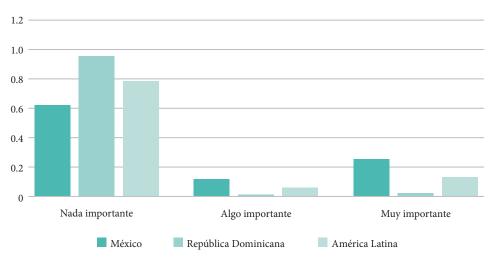


Gráfico 129. Gobierno local o regional.

El gráfico 129 muestra que 26% de las microempresas establecidas en México expresó que es muy importante la venta de sus productos o servicios al gobierno local o regional; en República Dominicana lo expresó igual 3% y en América Latina, 14%. El 12% de las microempresas en México expresó que estas ventas son algo importantes; en República Dominicana lo expresó así 1% y en América Latina, 7%. El 62% de las microempresas en México expresó que estas ventas no son nada importantes; en República Dominicana tampoco lo consideró así 96% y en América Latina, tampoco lo hizo 79%. Aun cuando la mayoría de las microempresas en México no contemplan vender sus productos o servicios al gobierno local o regional, también es cierto que un porcentaje importante de ellas sí lo considera así.

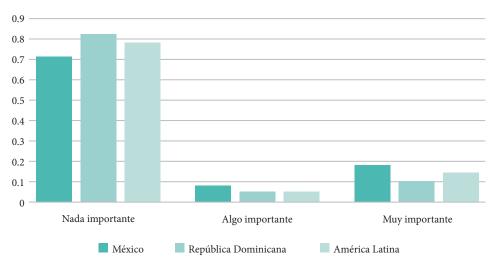


Gráfico 130. Empresas o personal del extranjero.

El gráfico 130 indica que 19% de las microempresas ubicadas en México expresó que es muy importante la venta de sus productos o servicios a empresas o personas del extranjero; en República Dominicana lo expresó así 11% y en América Latina, 15%. El 9% de las microempresas de México manifestó que estas ventas son algo importantes, mientras que tanto en República Dominicana como en América Latina lo manifestó así 6%. El 72% de las microempresas en México expresó que estas ventas no son nada importantes; en República Dominicana tampoco las consideró así 83% ni 79% en América Latina. La gran mayoría de las microempresas no contemplan vender sus productos o servicios a empresas o personas que radiquen en el extranjero, lo cual establece el objetivo de estos negocios, el cual es tratar de vender sus productos o servicios en la localidad o región donde se ubican. Esto pudiera explicarse debido a la falta de programas y de apoyos por parte de las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno para que este tipo de negocios cuenten con los apoyos necesarios y, así, buscar la exportación de sus productos o servicios a otros países.



Problemas y dificultades a los que se enfrentan las microempresas

En la literatura se presentan una serie de problemas y dificultades que son propios de estos negocios, lo cual los contrasta de los otros tipos de empresas. Por ello, las microempresas presentan problemas y dificultades cuya solución es retadora. Además, éstos varían según el punto de vista de los investigadores, y se debe a que es difícil establecer con certeza si un problema o dificultad determinado es más importante que otro dado que, de alguna forma, todos se relacionan y no existe una misma solución que los abarque simultáneamente. Es decir, cada uno de los problemas y de las dificultades tienen su peculiaridad, por lo que se requiere atenderlos individualmente.

En México, por ejemplo, según la *Encuesta Nacional de Micronegocios* (ENAMIN), los tres principales problemas a los que se enfrentan las microempresas son: disminución de las ventas, con 27.63%; la competencia excesiva, con 16.78%; y el constante aumento de los precios de los insumos o de las mer-

cancías, con 10.2% (INEGI, 2010). Si se analiza con mayor detalle la problemática que enfrentan las microempresas, es posible establecer que cada uno de los problemas es resultado de una configuración específica de dificultades a las que se enfrenta este tipo de negocios, y que su solución no se encuentra exclusivamente en cuestiones financieras o de recursos económicos, o en la gestión o el uso o no de tecnología de la información o de producción, sino más bien en la organización de la misma empresa, es decir, en la cultura organizacional imperante en ésta, la cual dicta la forma de enfrentar o solucionar los problemas y dificultades.

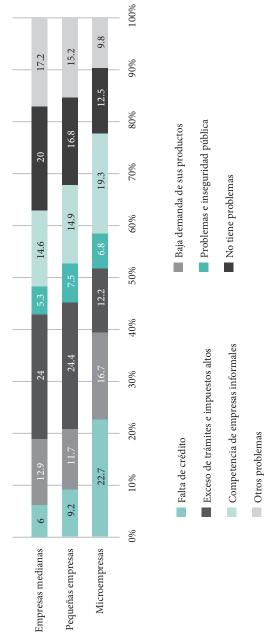
Lacayo y García (2011) realizaron un estudio sobre los principales problemas que padecen las empresas en México, y concluyeron que el 66% de las organizaciones encuestadas reconoció problemas financieros derivados del bajo nivel de ventas, seguido de la falta de recursos financieros y el aumento del precio de las materias primas e insumos. Si bien es cierto que las microempresas, por lo común, cuentan con pocos apoyos financieros otorgados por las instituciones financieras y bancarias, tanto públicas como privadas, también es cierto que los tres principales problemas encontrados por estos autores pueden ser resultado de un medioambiente macroeconómico adverso de los negocios; es decir, el bajo nivel de ventas que regularmente realizan las microempresas en México, en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, puede ser explicado por el bajo nivel simultáneo de ingresos de la población, la falta de recursos financieros, y por el incremento constante en el costo de las materias primas e insumos, derivados del aumento del precio del dólar americano.

De igual manera, no es posible dejar de lado los problemas derivados de la competencia, generados por el amplio sector informal que persiste en los países de América Latina. De lo anterior, en el estudio de Román *et al.* (2014), se llegó a la conclusión de que los principales problemas que padecen los microempresarios son la excesiva competencia, la falta de clientes y la falta de recursos económicos. Lo anterior remite, nuevamente, al entorno económico de los negocios, porque "esta situación puede constituir un serio riesgo a la capacidad que tengan las microempresas para permanecer o seguir operando en el mercado en el cual participan" (Román *et al.*, 2014: 163). Es indispensable que las autoridades de la administración pública de los tres niveles de gobierno, conjuntamente con las asociaciones y las cámaras empresariales, generen los programas de apoyo necesarios para que las microempresas puedan superar

estos problemas y dificultades y que, así, estén en condiciones de dar el salto cualitativo para incrementar su tamaño empresarial.

Adicionalmente, Aguilar consideró que los problemas y dificultades a los que se enfrentan las microempresas son tan constantes al interior de la organización, que "más que problemas y dificultades que restringen su crecimiento y desarrollo, circunscritos en un macro espacio de tiempo determinado, se han vuelto parte de sus características" (2017: 47), lo cual pudiera establecer que existe una normalización de los problemas y dificultades que tienen las microempresas y que se han reducido, simplemente, a una descripción de éstas, cuando se esperaría que se atendieran para poder solucionarlas. Por ello, no es extraño que tanto las autoridades gubernamentales como las asociaciones de empresarios y la sociedad en general, perciban a las microempresas como pequeños negocios que se establecen por un tiempo corto de actividad empresarial; es decir, en palabras comunes, que son pequeñas "tienditas" que no tienen aspiraciones de crecimiento y desarrollo.

Gráfico 131. Principales causas por las cuales se considera que las empresas no crecen.



Fuente: Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MIPyMES (INEGI, 2016).

En el gráfico 131 se observa que las microempresas son vulnerables a la competencia de las empresas informales, la cual representa su segunda amenaza después de la falta de crédito. En contraste, para las pequeñas y medianas empresas se puede apreciar que un elevado porcentaje de ellas considera que no tienen problemas con la informalidad, es decir, que la mayoría de ellas están registradas ante las autoridades hacendarias, y sólo percibe problemas derivados de la informalidad de las microempresas, ya que ello generalmente les provoca una reducción significativa en la demanda de sus productos o servicios y la falta de crédito. Pero se considera que uno de sus principales problemas es el exceso de trámites y de impuestos que tienen que pagar a las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, por lo cual muchas de ellas prefieren inclinarse al sector y, por ende, asumen que padecerán de muchos más problemas y de dificultades que los que tienen en el presente.

Además, si se analiza detenidamente el ámbito microeconómico de los negocios, es posible apreciar que tanto las microempresas de los países que interesan a esta investigación, enfrentan retos en sus procedimientos, estructura, programas y planificación (IPYME, 2007), así como serias dificultades para acceder a la información que requieren para la mejor toma de decisiones, como la falta de capacitación en las áreas funcionales, el escaso uso de la tecnología, la irregularidad constante en la calidad de sus productos o servicios, la falta de vínculos para desarrollarse e integrase, entre otras (SELA, 2008). Por lo tanto, para poder resolver estas serias dificultades que enfrentan este tipo de negocios, es importante la participación activa de las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno en la generación y desarrollo de todos aquellos programas y actividades que vayan encaminados a ofrecer los cursos y talleres de capacitación, tanto para los empleados y trabajadores, como para los propios gerentes, para que se apropien de las herramientas y de las habilidades necesarias para darle solución a estas dificultades.

Bajo este contexto, Macías (2008) consideró que el primer gran obstáculo y, probablemente el más severo, es el acceso a la información ya que, comúnmente, las microempresas no disponen de los medios ni del tiempo suficiente para buscar la información requerida para la mejora en la toma de decisiones, y ello tiene un impacto directo en las actividades financieras, de producción, de diseño de nuevos productos, del uso de la tecnología, de la administración de operaciones, entre otras. Además, un segundo

problema y dificultad que presentan las microempresas con frecuencia es lo que ya se había mencionado anteriormente que, en palabras informales, es la formación de los microempresarios en "todología", es decir, que se hacen cargo de la totalidad de las actividades y operaciones de la microempresa. A causa de esto, se descarta total o parcialmente su profesionalización, lo cual genera un impacto negativo en su nivel de crecimiento y rendimiento empresarial, sobre todo en las microempresas familiares (Rueda, 2003).

Finalmente, los problemas y dificultades derivados de la ausencia de redes de colaboración entre las microempresas y del escaso acceso a las fuentes de financiamiento, son otros elementos que de manera constante se pueden encontrar en las microempresas en América Latina, ya que la primera de ellas dificulta seriamente la localización de los clientes, proveedores, centros de investigación, socios comerciales, que son tareas que conllevan la apertura de nuevas oportunidades de negocio y, la segunda de ellas, repercute directamente en su nivel de crecimiento y competitividad. En este sentido, Ferraro *et al.* (2011) llegaron a la conclusión de que la escasa cobertura de financiamiento por parte de las instituciones de gobierno y de la banca comercial, están provocando que sus condiciones contables y financieras precarias se acentúen y que se tornen difíciles de solucionar.

En los gráficos 132-144 se observan los principales problemas y dificultades que comúnmente tienen las microempresas de los países que interesan para este estudio:

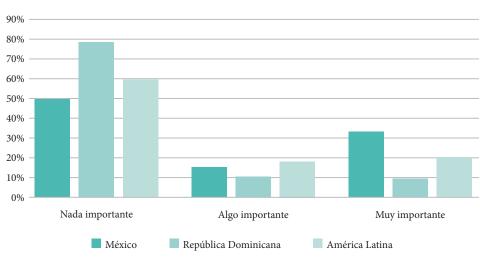
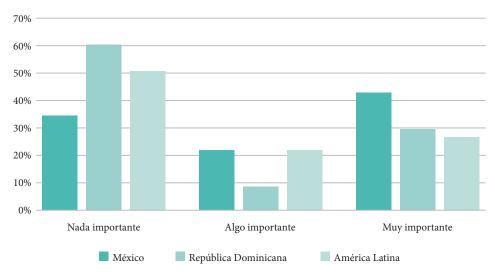


Gráfico 132. Administrativas.

El gráfico 132 indica que 34% de las microempresas ubicadas en México consideró que las dificultades administrativas que padecen son muy importantes; lo consideró así también 10% en República Dominicana y 21% en América Latina. El 16% de las microempresas en México consideró que las dificultades administrativas son algo importantes; coincidió con esta respuesta 11% en República Dominicana y 19% en América Latina. El 50% de las microempresas en México consideró que las dificultades administrativas no son nada importantes; tampoco lo consideró así 79% en República Dominicana ni 60% en América Latina. Aun cuando la mayoría de las microempresas no tienen dificultades administrativas, la mitad de ellas en México sí que presentan este tipo de dificultades, lo cual pudiera deberse a que la mayoría de los propietarios carecen de conocimientos especializados o de una carrera universitaria que tenga que ver con la organización empresarial.

Gráfico 133. Financieras.



El gráfico 133 muestra que 43% de las microempresas establecidas en México consideró muy importantes las dificultades financieras que padece en la actualidad; lo consideró también así 30% en República Dominicana y 27% en América Latina. El 22% de las microempresas en México las consideró algo importantes; también las estimó así el 9% en República Dominicana y 22% en América Latina. El 35% de las microempresas en México consideró que las dificultades financieras no son nada importantes; tampoco las consideró así 61% en República Dominicana ni 51% en América Latina. La mayoría de las microempresas mexicanas padecen de muchas más dificultades financieras que las ubicadas en República Dominicana y en América Latina, posiblemente porque en México no se cuentan con suficientes programas gubernamentales que promuevan el crédito y el financiamiento para este tipo de negocios, o bien porque los bancos comerciales no disponen de créditos para este sector, como sí los tienen en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina.

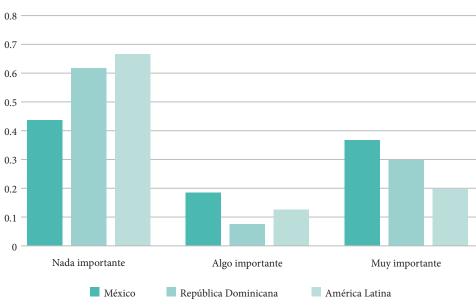


Gráfico 134. Energía eléctrica.

El gráfico 134 indica que 37% de las microempresas ubicadas en México consideró que son importantes las dificultades de energía eléctrica que tienen en la actualidad; también lo consideró así 30% en República Dominicana y 20% en América Latina. El 19% de las microempresas en México percibió que son algo importantes las dificultades de energía eléctrica; lo percibió también así 8% en República Dominicana y el 13% en América Latina. El 44% de las microempresas en México estimó que las dificultades de energía eléctrica no son nada importantes; tampoco las consideró así 62% en República Dominicana ni 67% en América Latina. Mientras que en República Dominicana y en América Latina no se presentan dificultades con la energía eléctrica, en México éstas son más comunes, posiblemente porque en este país se tiene un porcentaje mayor de este tipo de negocios en barrios populares y en localidades rurales, ubicaciones que, por lo general, tienen serios problemas de energía eléctrica.

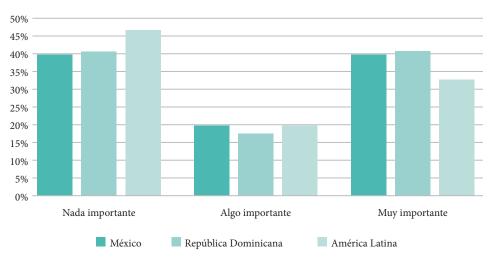


Gráfico 135. Situación macroeconómica.

El gráfico 135 muestra que 40% de las microempresas establecidas en México consideró muy importantes las dificultades derivadas de la actual situación macroeconómica que vive el país; lo consideró así también 41% en República Dominicana, y 33% en América Latina. El 20% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina consideró que estas dificultades son algo importantes; lo consideró así también 18% en República Dominicana. El 40% de las microempresas en México percibió que este tipo de dificultades no son nada importantes; tampoco lo cree así 41% en República Dominicana ni 47% en América Latina. La mayoría de las microempresas ubicadas tanto en México como en República Dominicana enfrenta serias dificultades con la actual situación macroeconómica de ambos países respectivamente, lo cual repercute en las diversas actividades empresariales de los negocios y, principalmente, en los ingresos derivados de las ventas de sus diversos productos o servicios. Estas dificultades no afectan demasiado a los negocios de América Latina.

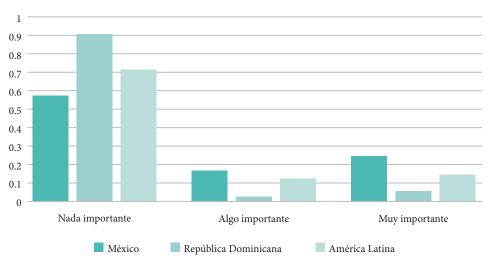
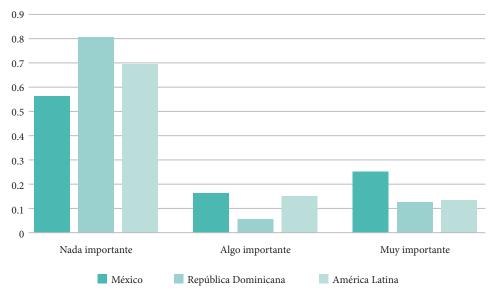


Gráfico 136. Tributación/legales.

El gráfico 136 indica que 25% de las microempresas situadas en México consideró que son muy importantes las dificultades que tiene actualmente; lo consideró así también 6% en República Dominicana y 15% en América Latina. El 17% de las microempresas en México consideró que las dificultades de tributación/legales son algo importantes; lo estimó así también 3% en República Dominicana y 13% en América Latina. El 58% de las microempresas en México consideró que las dificultades de tributación/legal no son nada importantes; tampoco las consideró así 91% en República Dominicana ni 72% en América Latina. La mayoría de las microempresas manifestó no tener dificultad alguna con la tributación/legal de la organización, pues es bien sabido que la mayoría de las microempresas de los países de América Latina no están registradas ante las autoridades hacendarias de sus respectivos países, sino que realizan sus actividades empresariales en la informalidad, por lo cual no pagan los impuestos correspondientes y no les afectan los problemas de tributación.

Gráfico 137. Personales.



El gráfico 137 muestra que 26% de las microempresas establecidas en México consideró que las dificultades personales que actualmente presenta son muy importantes; lo percibió así también 13% en República Dominicana y 14% en América Latina. El 17% de las microempresas en México consideró que las dificultades personales son algo importantes; lo consideró así también 6% en República Dominicana y 16% en América Latina. El 57% de las microempresas en México percibió que las dificultades personales no son nada importantes; lo percibió así también el 81% en República Dominicana y 70% en América Latina. Entonces, las dificultades personales no son importantes, ya que los propietarios pasaron ya por otros obstáculos para emprender su propio negocio y, a pesar de que su establecimiento, estos obstáculos pudieran incrementar cada vez más, ya que es común que estos negocios no cuenten con apoyos por parte de las autoridades gubernamentales de los países donde se encuentran ubicadas.

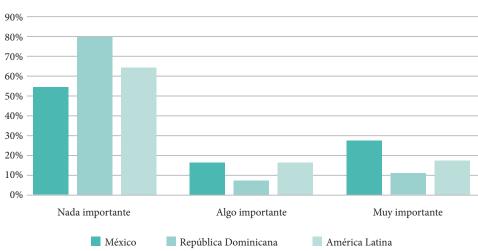


Gráfico 138. Abastecimiento.

En el gráfico 138 se indica que 28% de las microempresas ubicadas en México consideró que las dificultades de abastecimiento de materiales que tienen en la actualidad son muy importantes; lo consideró también así 11% en República Dominicana y 18% en América Latina. El 17% de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina consideró que las dificultades de abastecimiento son algo importantes; también lo consideró así 8% en República Dominicana. El 55% de las microempresas en México consideró que las dificultades de abastecimiento no son nada importantes; tampoco lo consideró así 81% en República Dominicana ni 65% en América Latina. Estos resultados exhiben una fuerte coincidencia entre las microempresas de estas ubicaciones, pues la mayoría consideró que las dificultades de abastecimiento que tienen en la actualidad no son importantes para el desarrollo de sus actividades empresariales ya que, por lo común, los propietarios de estos negocios buscan la manera de obtener los propios.

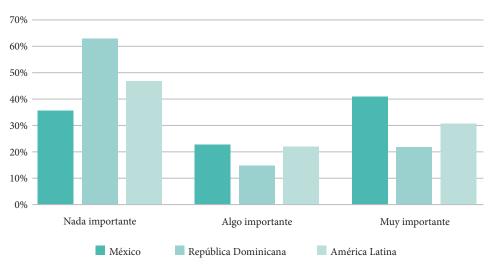


Gráfico 139. Problemas de mercado.

El gráfico 139 muestra que 41% de las microempresas establecidas en México consideró que los problemas de mercado que sufre en la actualidad son muy importantes; lo consideró así también 22% en República Dominicana y 31% en América Latina. El 23% de las microempresas en México consideró que los problemas de mercado son algo importantes; coincidió con esta respuesta 15% en República Dominicana y 22% en América Latina. El 36% de las microempresas en México consideró que los problemas de mercado no son nada importantes; tampoco los consideró así 63% en República Dominicana ni 47% en América Latina. Para las microempresas mexicanas y latinoamericanas, los problemas de mercado que tienen actualmente sí son importantes; no lo son así para las empresas en República Dominicana, las cuales no tienen este tipo de problema, posiblemente porque son empresas de servicios que tienen un mercado local que no ha sido atendido.

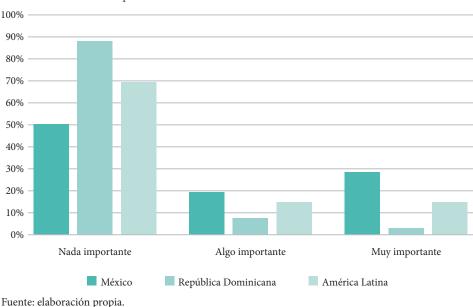


Gráfico 140. Problemas de producción.

El gráfico 140 indica que 29% de las microempresas ubicadas en México consideró que los problemas de producción que enfrenta en la actualidad son muy importantes; lo consideró también así 3% en República Dominicana y 15% en América Latina. El 20% de las microempresas en México consideró que los problemas de producción son algo importantes; lo percibió así también 8% en República Dominicana y 15% en América Latina. El 51% de las microempresas en México consideró que los problemas de producción no son nada importantes; tampoco lo son así para 89% en República Dominicana ni para 70% en América Latina. Coincidieron las tres ubicaciones en que los problemas de producción que actualmente sufren no son nada importantes, y ello pudiera explicarse no solamente porque un elevado porcentaje de este tipo de negocios se dedica a la prestación de servicios, sino también porque pueden aumentar su nivel de producción; sin embargo, éste se ve mermado porque los negocios no cuentan con el mercado necesario para el consumo de sus productos.

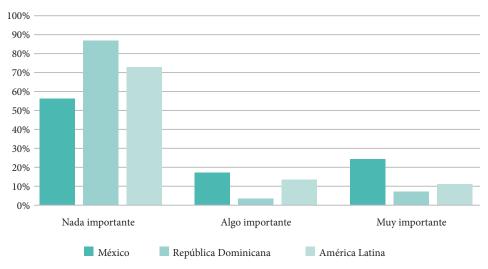


Gráfico 141. Problemas de formalización.

El gráfico 141 muestra que 25% de las microempresas asentadas en México percibió que los problemas de formalización son muy importantes; los consideró así también 8% en República Dominicana y 12% en América Latina. El 18% de las microempresas en México consideró que los problemas de formalización son algo importantes; coincidió con esta respuesta el 4% en República Dominicana y 14% en América Latina. El 57% de las microempresas en México consideró que los problemas de formalización no son nada importantes; tampoco los consideraron así 88% en República Dominicana ni 74% en América Latina. Estos resultados exhiben que las microempresas de estas ubicaciones no tienen problema alguno con la formalización de los negocios ya que, la mayoría de ellas, realiza sus actividades empresariales en la informalidad y, generalmente, no tienen ningún incentivo por parte de las autoridades hacendarias para realizar sus operaciones de manera formal.

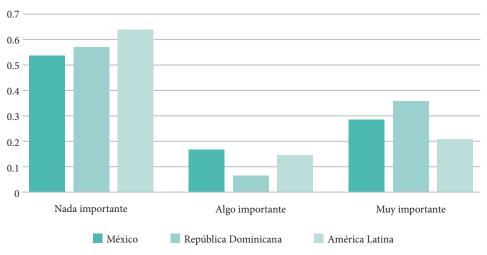


Gráfico 142. Problemas de seguridad.

El gráfico 142 indica que 29% de las microempresas ubicadas en México consideró que los problemas de seguridad que actualmente viven los barrios o localidades donde se localiza son muy importantes; lo consideró también así 36% en República Dominicana y 21% en América Latina. El 17% de las microempresas en México consideró que los problemas de seguridad son algo importantes; lo consideró también así 7% en República Dominicana y 15% en América Latina. El 54% de las microempresas en México manifestó que los problemas de seguridad no son nada importantes; tampoco los consideró así 57% en República Dominicana ni 64% en América Latina. La muestra coincidió en que considera que los problemas de seguridad que actualmente enfrentan no tienen importancia. Sin embargo, un porcentaje importante de las microempresas sí consideró que tiene problemas de seguridad, y posiblemente sean aquellos negocios que se encuentran ubicados en los barrios más marginados de las grandes ciudades.

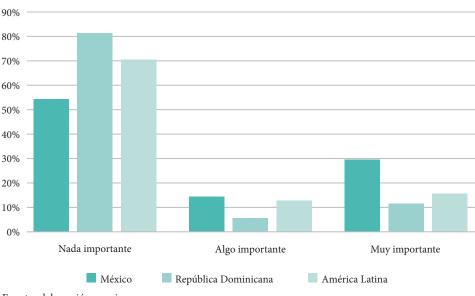


Gráfico 143. Problemas de maquinaria y equipo.

El gráfico 143 muestra que 30% de las microempresas situadas en México consideró que los problemas de maquinaria y de equipo que actualmente tienen son muy importantes; lo percibió también así 12% en República Dominicana y 16% en América Latina. El 15% de las microempresas en México estimó que estos problemas son algo importantes; lo consideró también así 6% en República Dominicana y 13% en América Latina. El 55% de las microempresas en México percibió que los problemas de maquinaria y equipo no son nada importantes; tampoco los consideró así 82% en República Dominicana ni 71% en América Latina. Las microempresas consideraron que no tienen ningún problema en la maquinaria y equipo que requieren para su producción o servicios, sin embargo, un número importante de microempresas mexicanas sí percibe que presentan este tipo de problemas ya que, generalmente, no cuentan con un financiamiento que les permita la adquisición de la maquinaria y del equipo necesario para sus operaciones empresariales.

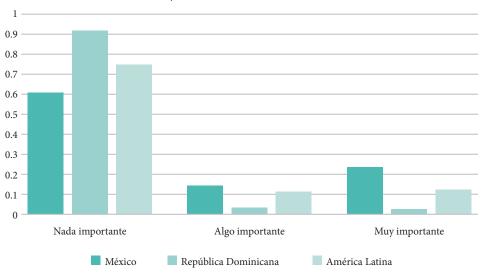


Gráfico 144. Problemas con los trabajadores.

El gráfico 144 indica que 24% de las microempresas ubicadas en México consideró que los problemas que actualmente presenta con sus trabajadores son muy importantes; los consideró también así 3% en República Dominicana y 13% en América Latina. El 15% de las microempresas en México consideró que los problemas con sus trabajadores son algo importantes; coincidió con esta respuesta el 4% en República Dominicana y 12% en América Latina. El 61% de las microempresas en México consideró que los problemas con sus trabajadores no son nada importantes; tampoco lo consideró así 93% en República Dominicana ni 75% en América Latina. Las microempresas coincidieron en que los problemas que enfrentan actualmente con sus trabajadores carecen de importancia. Esto es entendible ya que la mayoría de las microempresas tienen como trabajadores o empleados a sus propios familiares, e incluso la propia familia es la que labora en la microempresa, por lo cual los posibles problemas que pudieran surgir se pueden solucionar sin problema alguno en el seno de la misma familia.



Factores de éxito en las microempresas

Las micro, pequeñas y medianas empresas juegan hoy en día un papel fundamental en la economía y en la sociedad tanto de los países desarrollados como de los países en vías de desarrollo ya que, por ejemplo, mientras que en los países europeos este tipo de empresas aportan alrededor de 80% del PIB y emplean 80% de la población económicamente activa, en los países latinoamericanos este tipo de empresas aportan un poco más del 50% del PIB y emplean a un poco más de 80% de la población económicamente activa. En la actualidad y en cualquier país del mundo, las micro, pequeñas y medianas empresas, pero sobre todo las primeras, están participando cada vez más en el desarrollo de la economía y se está incrementando exponencialmente su número en la actividad empresarial, por lo cual las autoridades de los tres niveles de gobierno deberían implementar mecanismos para su apoyo, ya que las microempresas no sólo actúan como elementos auxiliares sino también como

agentes económicos que propician el crecimiento y desarrollo de la economía (Pletnev y Barkhatov, 2016).

Con algunas pocas excepciones de las microempresas que operan en un comercio *on line* y en el sector de las tecnologías de la información, la mayoría de ellas ofrece productos o servicios de primera necesidad que van dirigidos comúnmente a las personas que viven en la misma comunidad o colonia donde se localizan. Asimismo, en la economía de cualquier país de América Latina existen muchos ejemplos del éxito que han logrado diversas microempresas, por lo cual sería importante conocer cuáles son los requisitos para llegar a ese nivel; éstos les han permitido aprovechar las oportunidades para mejorar o crecer significativamente, aun cuando existe un medioambiente de los negocios que no les es muy favorable (Pletnev y Barkhatov, 2016). Por lo tanto, los factores del éxito de las microempresas se están convirtiendo en un tema que cada vez está ganando más adeptos entre los investigadores, académicos y profesionales del campo de las ciencias empresariales y de la gestión, quienes buscan una explicación de éstos.

Los factores de éxito de las microempresas han sido analizados por diversos autores, como es el caso de Jensen (2001), quien buscó resolver la contradicción existente en dos indicadores del éxito de los negocios: minimización de los costos y el mejoramiento social; o el de Romar (2009), quien analizó la relación existente entre las expectativas estratégicas y el éxito de los negocios en varias empresas, y encuentra una relación positiva y significativa entre ambos constructos; o el caso de Sieger (2011), quien realizó una estimación del éxito de las empresas familiares a largo plazo, o Bronsteen *et al.* (2013), quienes analizaron, en un número importante de empresas, una nueva dimensión o factor del éxito de los negocios: el bienestar como una alternativa del análisis de los beneficios de la reducción de los costos, y se encuentra una relación positiva y altamente significativa entre ambos constructos.

Se han considerado otros factores que influyen de manera importante en el éxito de las microempresas. Particularmente, se ha hecho énfasis en los factores relacionados con el capital intelectual de los gerentes que tienen mayor influencia en el éxito de los negocios (Pletnev y Barkhatov, 2016). Tal es el caso de Brown (2006), quien consideró las fallas o errores empresariales como un factor de éxito, o bien Wang *et al.* (2011), quienes tomaron en cuenta las habilidades motivacionales como uno de los factores del éxito empresarial, y establecieron los efectos de las relaciones informales en el éxito de las empresas.

Berger-Walliser *et al.* (2011) analizaron la importancia de las relaciones contractuales como factores de éxito en las pequeñas empresas, y utilizaron una nueva forma de contrato, al que denominaron como visualización; en su estudio, encuentran una relación positiva y significativa entre ambos constructos, lo cual les permitió la creación de un nuevo formato.

También se han identificado otros factores de éxito empresarial, tales como el género de los gerentes o propietarios de las empresas, la atractividad como un elemento del capital intelectual de los gerentes, o la inteligencia emocional de los gerentes, la cual ha sido reconocida como uno de los factores que tienen un mayor nivel de impacto en la fidelidad de los empleados y en el buen involucramiento de éstos en los procesos de producción (Pfann *et al.*, 2006; Gottschalk y Niefert, 2011; Webb, 2011; Pletnev y Barkhatov, 2016). También existe una serie de estudios publicados en la literatura que han detectado diversos factores que inciden en el éxito de las microempresas como, por ejemplo, el estudio realizado por el grupo de investigadores de la Universidad de San Gallen, quienes se percataron de que las cualificaciones profesionales de los empleados, la infraestructura, la facilidad de acceso a los recursos financieros y los valores sociales tienen un efecto positivo y significativo en el éxito de las empresas (Success Factors, 2013).

Chittithaworn *et al.* (2011) analizaron los principales factores del éxito de los negocios a través de algunas características específicas de la economía donde están localizadas las empresas. Consideraron para ello una encuesta con diversos ítems, la cual fue aplicada a un número importante de negocios, y encontraron que los principales factores que influyen positiva y significativamente al éxito empresarial son: las relaciones con los consumidores, la forma de gestión de las empresas, la cooperación con sus proveedores, el acceso al financiamiento y otro tipo de recursos y, finalmente, el ambiente externo. Por el contrario, los factores como la gestión de las innovaciones, los servicios posventa y la estrategia del negocio no tuvieron ningún efecto significativo en el éxito de las empresas. Sin embargo, este estudio no analizó ni consideró ningún factor relacionado con los recursos humanos, posiblemente porque en el país que realizaron dicho estudio (Tailandia), las condiciones laborales de los empleados y trabajadores de las microempresas son demasiado homogéneas (Pletnev y Barkhatov, 2016).

Además, Jasra et al. (2011) realizaron un estudio demasiado minucioso de los principales factores del éxito empresarial en las microempresas de

Pakistán, y encontraron que los siete factores considerados en la encuesta aplicada tuvieron un efecto positivo y significativo, siendo éstos los recursos financieros y tecnológicos, las habilidades de emprendimiento, los apoyos gubernamentales, la estrategia de mercadotecnia, la calidad de la planeación del negocio y el acceso a la información. Sin embargo, en este estudio tampoco se consideró el factor humano, como la profesionalización de los empleados y las cualidades de éstos posiblemente porque la mayoría de las micro, pequeñas y medianas empresas en Pakistán están concentradas en la industria metalúrgica y de la electricidad, en las cuales las condiciones laborales son usualmente las mismas y no existe una diferenciación en las mismas.

Se han estudiado también otros factores externos al negocio y cómo afectan al éxito de las pequeñas empresas, por ejemplo, en los diversos apoyos que brindan las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, en el otorgamiento de créditos y apoyos financieros que otorgan los bancos privados y los apoyos que otorga el sistema legislativo. Sin embargo, estos autores han recibido bastantes críticas que señalan que se debería prestar más atención a los principales factores internos que tienen una fuerte influencia en el éxito de las microempresas porque, en realidad, éstos tienen una mayor relevancia que los externos. Sin embargo, coincidieron plenamente en que la responsabilidad social de las empresas es uno de los factores más importantes del éxito empresarial, ya que no solamente está relacionado con los gerentes y los empleados, sino también con otros factores externos a la organización, por lo cual se relaciona tanto lo interno como lo externo. Aun cuando la responsabilidad social es normalmente considerada en los grandes corporativos internacionales y las grandes empresas, existen diversos artículos publicados que han aportado evidencia teórica y empírica de su importancia y aplicación en las micro, pequeñas y medianas empresas como, por ejemplo, los trabajos de Donaldson y Preston (1995), Regil (2003) y Barhatov et al. (2013). La propuesta principal de estos estudios es que la responsabilidad social provoca una eficiencia en las empresas que afecta de manera directa e indirecta a todos los empleados a través del proceso de distribución de las ganancias, las cuales son generadas por la preferencia de la compra de productos o servicios por parte de los clientes al considerarla como una empresa socialmente responsable con el medioambiente.

Sin embargo, y a pesar de la enorme importancia de las microempresas en la economía y en la sociedad de la mayoría de los países en vías de desarrollo o de economía emergente, existe una marginación social casi total hacia este tipo de empresas, por lo que es necesario que las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, al igual que las asociaciones y cámaras empresariales, implementen las actividades necesarias que permitan un mayor grado de integración social para las microempresas. Así, existen distintos grados de integración social en la estructura económica de cualquier país del mundo, mediante la cual se establecen diversos niveles de aceptación para todas y cada una de las personas (Ranci, 1996), y la categoría de los inadaptados es la más común de las personas, quienes comúnmente son excluidos de todas las formas de toma de decisiones acerca del uso y distribución de los distintos recursos que ofrece la administración pública (Gallino, 1993).

Además, la marginación social de las microempresas provoca un mayor nivel de pobreza, y se observa en personas que no cuentan con los recursos económicos necesarios para sobrevivir o que no tienen satisfechas sus necesidades primordiales, lo cual provoca un bajo incremento en el nivel de vida de la sociedad y de la riqueza de las naciones (Barkhatov *et al.*, 2016). Al aplicar esta teoría económica, se puede considerar que estas personas son las que más sufren por la marginación social de los programas y recursos públicos, por lo cual es de suma importancia que se trate de resolver la actual crisis económica en los países latinoamericanos para que se diseñen y apliquen los programas y políticas que generen mayores oportunidades para el emprendimiento, crecimiento y desarrollo de las microempresas y, con ello, tengan mayores factores de éxito empresarial internos y externos.

Existe en la actualidad una ineficiencia en la economía de los países en vías de desarrollo, por lo cual, probablemente, ésta sea la causa principal del bajo nivel de tecnología y de la mala organización del trabajo y de los trabajadores en las microempresas, así como de la inapropiada subdivisión del trabajo (Vinarelli *et al.*, 2004; Dosi y Marengo, 2011). También, es muy probable que la ineficiencia de la economía existente en los países que interesan en esta investigación, sea causada porque los trabajadores de las microempresas no trabajan para maximizar los resultados de la organización, lo cual podría considerarse como un factor interno del éxito de los negocios, ya que la tecnología y la localización de los recursos no afecta directamente la ineficiencia laboral (Liebenstein, 1957).

Finalmente, la marginación social de las microempresas latinoamericanas puede considerarse que afecta de manera negativa al éxito de los negocios, por lo cual, para revertirlo, será necesario eliminar paulatinamente el grado de marginación, a través del emprendimiento de nuevas microempresas como resultado de un cambio en las políticas y programas de apoyo a este importante sector, lo cual podría provocar un cambio significativo en las condiciones de vida de los gerentes y de todo el personal de la organización (Collins *et al.*, 1964). Sin embargo, el análisis de la última década de la economía mundial muestra que este proceso ha sido muy lento y que no ha frenado de manera significativa la marginación de las microempresas latinoamericanas, al contrario, parece que se está trabajando en la dirección opuesta, razón por la cual un elevado porcentaje de microempresas están cerrando sus puertas y despidiendo a un elevado número de trabajadores (Barkhatov *et al.*, 2016).

Resultados

El análisis y la medición de la mejor o peor situación que enfrentan las microempresas ubicadas en el territorio de estos países, relacionándolas de manera directa con sus principales competidores, se realizará a través de los tres indicadores más utilizados y aceptados por la literatura para la medición del rendimiento empresarial, que son: incremento de las utilidades, incremento de las ventas, y mejora en la calidad de los productos o servicios. A partir de estos tres indicadores, se ha construido un indicador global del éxito de las microempresas, y se calcula como la media de las puntuaciones que los gerentes o propietarios otorgaron a cada una de las tres variables que se han considerado para este fin.

Sobre la base de la variable general, que fue creada para la medición del rendimiento de las empresas, se consideró pertinente la división de la muestra en dos subgrupos: en primer lugar, se agruparon las microempresas que tienen puntuaciones a la media del indicador global del rendimiento empresarial, o éxito de las microempresas, considerándolas básicamente como microempresas que tienen una posición competitiva peor que sus competidores. En segundo lugar, se agruparon todas aquellas microempresas que tuvieran puntuaciones superiores a la media del indicador global del rendimiento empresarial, agrupándolas prácticamente como microempresas que tienen una posición competitiva mejor que sus competidores, lo cual permitió realizar un análisis comparativo entre las microempresas en México, en República Do-

minicana y en el resto de los países de América Latina para estimar si existían diferencias significativas entre ellas.

Esta clasificación permitió conocer cuáles eran las principales características o factores esenciales que explican, en menor o mayor medida, el éxito competitivo de las microempresas ubicadas en estos países, para lo cual se procedió al análisis de las variables fundamentales que se consideraron a lo largo de esta investigación. Se utilizaron tablas de contingencia o el análisis de la varianza de un factor (ANOVA), en función del tipo de medida de cada variable considerada. En las siguientes tablas se observan los principales factores de éxito que tienen las microempresas:

Tabla 8. Caracterización de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

,		México		Repúl	República Dominicana	inicana	A	América Latina	tina
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Ubicación geográfica									
Zona urbana	46	54	*	54	46		43	57	*
Zona rural	49	51	*	0	0		37	63	*
Localización de la empresa									
Zona residencial	45	55	* *	52	48		41	59	* *
Zona barrio humilde	53	47	* *	52	48		52	48	* *
Zona comercial	43	57	* *	09	40		41	59	* *
Parque industrial	52	48	* *	0	0		40	09	* *
Tipo de local									
Local independiente	45	55	* *	51	49		45	55	* *
Espacio en la misma vivienda	53	47	* *	61	39		41	59	* *
Puesto fijo o kiosco en área comercial	44	56	* *	55	45		36	64	* *
Categoría de definición de la empresa									
Empresa industrial registrada	47	53		48	52		43	57	* *
Empresa industrial no registrada	48	52		26	44		41	59	* *
Empresa registrada como sociedad	42	58		29	41		38	62	* *
Empresa de varios dueños no registrada	46	54		50	50		39	61	* *
Cooperativa	47	53		0	0		81	19	* *
Otra forma de registro	56	44		0	0		26	44	* *

 a Porcentajes Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

La tabla 8 indica que las microempresas tienen una posición competitiva mejor que sus competidores, y se caracterizan, principalmente, por:

- Ubicarse en las zonas urbanas (México y República Dominicana).
- Ubicarse en las zonas rurales (América Latina).
- Localizarse en las zonas residenciales (México y República Dominicana).
- Localizarse en parques industriales (América Latina).
- Tener un puesto fijo o kiosco en área comercial (México y América Latina).
- Tener un local independiente (República Dominicana).
- Tener una categoría de empresa registrada como sociedad (México y América Latina).
- Tener una categoría de empresa industrial registrada (República Dominicana).

En los resultados anteriores se puede observar que existen diferencias significativas entre las ubicaciones geográficas de las microempresas ya que, mientras que en México y en República Dominicana se cuenta con un mayor nivel competitivo, pues son las microempresas ubicadas en las zonas urbanas, en América Latina sucede lo contrario, es decir, las microempresas más competitivas se localizan en las zonas rurales. Asimismo, en referencia a la localización de las microempresas, en México y en República Dominicana las microempresas más competitivas se localizan en las zonas residenciales, mientras que en América Latina se localizan en los parques industriales. Igualmente, en cuanto al tipo de local, las microempresas más competitivas en México y en América Latina se caracterizan por tener un puesto fijo o kiosco en un área comercial, pero en República Dominicana, son las que cuentan con un local independiente. Además, las microempresas más competitivas en México y en América Latina se caracterizan por estar registradas como una sociedad, y en República Dominicana por ser una empresa industrial registrada.

Como se puede apreciar en los resultados presentados en la tabla 8, existe una diferencia significativa en la caracterización de las microempresas más competitivas de los tres países analizados. Aun cuando existen varias similitudes entre las microempresas en México y en República Dominicana, también existen diferencias entre ellas, y aún más a comparación con las microempresas de América Latina.

Tabla 9. Caracterización de los propietarios de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

V. (12: :: 77		México		Repúl	República Dominicana	inicana	Am	América Latina	ina
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Género del propietario principal									
Mujer sola propietaria	49	51	*	57	43	*	45	55	*
Hombre solo propietario	45	55	*	53	47	*	45	55	*
Varias mujeres propietarias	41	59	*	25	75	*	41	29	*
Varios hombres propietarios	42	58	*	59	41	*	35	65	*
Propiedad conjunta de mujer(es) y hombre(s)	20	50	*	20	50	*	37	63	*
Edad del propietario principal									
Jóvenes (≤35 años)	46	55	*	46	54	* *	38	62	* *
Adultos (36 a 60 años)	47	53	*	54	46	* *	43	57	* *
Adultos mayores (> 60 años)	45	54	*	74	26	* *	53	47	* *
Formación académica del propietario principal									
Sin educación formal	53	47	* *	41	29	*	40	09	* *
Educación básica o media	50	50	* *	26	44	*	48	52	* *
Educación técnica	44	26	* *	46	54	*	37	63	* *
Educación universitaria	42	58	* *	56	44	*	39	61	* *

^a Porcentajes

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la caracterización de los propietarios, la tabla 9 indica que las microempresas que tienen una posición competitiva mucho mejor que sus competidores se caracterizan porque:

- Los propietarios principales son varias mujeres (México y República Dominicana).
- Los propietarios principales son varios hombres (América Latina).
- El propietario principal tiene una edad de 18 a 35 años [Jóvenes] (México, República Dominicana y América Latina).
- El propietario principal cuenta con educación universitaria (México).
- El propietario principal no cuenta con educación formal (República Dominicana).
- El propietario principal cuenta con educación técnica (América Latina).

En los resultados presentados en la tabla 9 se puede observar la existencia de diferencias significativas en el género del propietario principal ya que, mientras que tanto en México como en República Dominicana predominan las microempresas de varias mujeres, en América Latina son las microempresas de varios hombres las que predominan. Asimismo, con respecto a la edad del propietario principal, existe una clara similitud entre las microempresas de las tres ubicaciones, ya que los propietarios son jóvenes (mujeres y hombres), con edades entre los 18 y los 35 años. De igual manera, en cuanto a la formación académica del propietario principal de las microempresas, existen diferencias claramente marcadas ya que, mientras que en México los propietarios tienen estudios universitarios, en República Dominicana no tienen una educación formal y en América Latina tienen una educación técnica, lo cual pudiera explicar los resultados encontrados en cada uno de los países analizados.

Como se aprecia, existen diferencias claramente significativas en cuanto a la caracterización de los propietarios de las microempresas más competitivas ubicadas en estos países pues, aun cuando se identifican diversas similitudes entre los propietarios principales de las microempresas en México y en República Dominicana, también existen diferencias, pero son más marcadas las de estos dos países en comparación con las microempresas en América Latina. En general, y a pesar de estos resultados, se tienen muchas más similitudes que diferencias entre las microempresas de todos los países de América Latina.

Tabla 10. Motivos para la creación de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

V7. a. 2.1.1		México		Repúl	República Dominicana	ninicana	Am	América Latina	ina
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Peor Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Principales motivos para iniciar su microempresa									
Tradición familiar	2.30	2.54	*	2.21	2.01	*	2.25	2.43	* *
Por un mayor ingreso que como asalariado	2.35	3.43	* *	3.36	3.46	* *	3.30	3.94	* *
No encontré empleado como asalariado	2.83	2.92	* *	2.17	1.98	* *	2.04	2.10	* *
Quería ser independiente	3.29	3.65	* *	4.04	4.10	*	3.90	4.33	* *
Esto es lo que me gusta	3.75	4.11	* *	3.59	2.51	* *	3.64	4.05	* *
Flexibilidad de horario/tiempo	3.56	3.92	* *	3.10	3.32		2.78	3.46	*
Para desarrollar lo que estudié	2.65	3.03	* *	2.07	2.08	* *	3.29	2.84	* *
Me despidieron	1.92	2.04	* *	1.43	1.27	*	1.44	1.44	
Encontré una oportunidad de negocio	2.99	3.37	* *	4.03	4.14	*	3.36	4.04	*
Tenía experiencia previa en esto	3.39	3.82	* *	3.19	3.43	*	3.14	3.59	* *

 $^{\text{a}}$ Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (ANOVA) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

En lo referente a los principales motivos para la creación de las microempresas, la tabla 10 muestra que las microempresas tienen una posición competitiva mejor que sus competidores debido a que:

- Esto es lo que les gusta hacer a los propietarios (México y América Latina).
- Encontraron flexibilidad de horario/tiempo (México).
- Tenían experiencia previa en el negocio (México).
- Aspiraban un mayor ingreso que como asalariado (República Dominicana y América Latina).
- Encontraron una oportunidad de negocio (República Dominicana).
- Querían desarrollar lo que estudiaron (República Dominicana).
- Querían ser independientes (América Latina).

En los resultados presentados en la tabla 10 se observan las diferencias significativas existentes entre los principales motivos que orillaron a los propietarios a emprender. En México predominan los motivos de flexibilidad del horario y contar con experiencia previa en el negocio, y solamente existen similitudes con las microempresas en América Latina en cuanto a que eso es lo que les gusta hacer a los propietarios. Con respecto a República Dominicana, predominan los motivos de que los propietarios encontraron una oportunidad de negocio y para desarrollar lo que estudiaron, y se tiene sólo una similitud con las microempresas en América Latina en cuanto al motivo de obtener un mayor ingreso que como asalariado. En cuanto a América Latina, predomina el motivo de querer ser independiente, y existen claras coincidencias con los motivos de los propietarios de las microempresas en México y en República Dominicana.

Como se observa en la tabla 10, existe una diferencia significativa en la caracterización de las microempresas más competitivas de los tres países analizados ya que, aun cuando existen similitudes entre éstas, son más las diferencias existentes, y son mucho más marcadas las que existen entre México y República Dominicana, lo cual permite inferir que existe una diversidad de motivos totalmente distintos para iniciar una microempresa.

Tabla 11. Características para la creación de las microempresas con respecto a sus principales competidores^a.

v · D		México		Repúb	lica Domi	nicana	Am	érica Lati	na
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Principales características	que ayu	daron a la	creaci	ón de la	microem	presa			
Audacia	3.23	3.74	***	3.62	4.01	***	3.24	3.65	***
Pasión	3.39	3.93	***	3.71	3.88	**	3.42	3.88	***
Creatividad	3.44	4.00	***	3.88	4.17	**	3.42	3.87	***
Liderazgo	3.50	4.13	***	3.72	4.06	**	3.42	3.91	***
Competitividad	3.56	4.14	**	3.61	4.09	***	3.28	3.74	***
Intuición	3.55	3.92	**	3.50	3.85	***	3.30	3.53	***
Visión de futuro	3.64	4.11	***	3.97	4.24	***	3.69	4.18	***
Persuasión	3.48	3.91	***	3.08	3.17	**	2.94	3.36	***
Eficacia	3.36	3.91	***	3.66	3.90	**	3.30	3.80	***
Habilidad administrativa	3.44	3.92	***	3.76	4.10	***	3.38	3.86	***
Aventura	2.99	3.50	***	2.26	2.08	***	2.39	2.77	***
Necesidad económica	3.50	3.92	**	4.22	4.10	**	3.79	3.97	**

^a Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (ANOVA) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las principales características para la creación de las microempresas, la tabla 11 indica que las microempresas que tienen una posición competitiva mejor colocada, se caracterizan fundamentalmente por los siguientes rasgos:

- Liderazgo (México y América Latina).
- Visión de futuro (México, República Dominicana y América Latina).
- Creatividad (México y República Dominicana).
- Habilidad administrativa (República Dominicana).
- Pasión (América Latina).

En los resultados presentados anteriormente a través de la tabla 11, se observan las diversas similitudes entre las principales características que apoyaron la creación de las microempresas. En México y en América Latina predominan las características de liderazgo y visión de futuro, y entre México y República Dominicana predominan las características de creatividad y visión de futuro; pero existen discrepancias con República Dominicana en cuanto a las características de habilidad administrativa, y con América Latina en cuanto a la característica de la pasión. Sin embargo, como se puede observar en la misma tabla, prácticamente existen mayores coincidencias en las características principales para la creación de las microempresas.

Como se puede apreciar, existe una clara coincidencia significativa que caracteriza a las microempresas más competitivas de los tres países analizados, lo cual establece que las características principales que ayudaron a los propietarios para la creación de su propia empresa son prácticamente las mismas en todos los países de América Latina.

Tabla 12. Expectativas y satisfacción con las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

		A f (;		17n			*	7-1-:	
Vosiobles		Mexico		Kepub	Kepublica Dominicana	nicana	An	America Latina	na
Valiadies	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Expectativas y satisfacción para el año 2015ª									
Expectativas de empleo ^d	42	58	* *	42	58	* *	33	29	* *
Expectativas de ventas ^d	35	65	* *	46	54	* *	34	99	* *
Situación del clima laboral°	4.99	5.92	* *	6.21	6.28	* *	6:29	7.63	* *
Nivel de satisfacción	34	99	* *	30	70	* *	21	79	* * *
Evolución de indicadores en los dos últimos años ^b	•								
Mejora en la calidad de los productos o servicios	3.37	4.50	* *	3.79	4.52	* *	3.63	4.62	* *
Aumento de la satisfacción de los clientes	3.68	4.57	* *	3.97	4.53	* *	3.86	4.64	* *
Mejora de la imagen de la empresa	3.45	4.36	* *	3.49	4.11	* *	3.46	4.48	* *
Incremento de las utilidades	2.93	4.49	* *	2.92	4.13	* *	2.74	4.49	* *
Incremento de las ventas	2.90	4.48	* *	3.03	4.23	* *	2.82	4.56	* *
Motivación de los trabajadores	3.08	4.14	* *	2.91	3.64	* *	2.86	4.00	* *
Prioridad de indicadores de cara al futuro de la microempresaª	icroempr	esaª							
Dejar el negocio por un trabajo asalariado	77	23	* *	09	40	* *	89	32	* *
Dejar el negocio para iniciar otro	26	21	* *	94	9	* *	29	33	* *
Continuar con el negocio tal y como está	58	42	* *	75	25	* *	57	43	* *
Expandir este negocio	39	61	* *	44	99	* *	36	64	* *
Abrir adicionalmente otro negocio	30	70	* *	55	45	* *	32	89	* *

^a Porcentajes

^b Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (ANOVA)

[°] Media de la Evaluación de 0 a 10

d Aumento

Diferencias estadísticamente significativas: (*); p < 0.1; (**); p < 0.05; (***); p < 0.01

Con base en las diversas variables que establecen las expectativas, satisfacción y prioridades de cara al futuro de las microempresas, la tabla 12 establece que las microempresas que han logrado una posición mejor que sus competidores, tienen las siguientes características:

- Tienen muchas expectativas de aumentar el empleo (México, República Dominicana, América Latina).
- Tienen muchas expectativas de aumentar las ventas (México, República Dominicana, América Latina).
- Valoran medianamente las expectativas del clima laboral (México, República Dominicana, América Latina).
- Tienen un alto nivel de satisfacción (México, República Dominicana, América Latina).
- Tienen un aumento en la satisfacción de los clientes (México, República Dominicana, América Latina).
- Se ha mejorado la calidad de sus productos o servicios (México, República Dominicana, América Latina).
- Se han incrementado sus utilidades (México, República Dominicana, América Latina).
- Tienen como prioridad expandir el actual negocio (México, República Dominicana, América Latina).
- Piensan abrir adicionalmente un nuevo negocio (México, República Dominicana, América Latina).

En los resultados presentados con anterioridad por medio de la tabla 12, se observan similitudes en las expectativas y satisfacción de las microempresas, ya que en las expectativas de empleo y ventas coinciden plenamente las microempresas en México, en República Dominicana y en el resto de los países de América Latina, al igual que en el nivel de satisfacción y en la evaluación de la situación del clima laboral, aunque en esta última variable las microempresas de América Latina lo valoran mejor. En cuanto a la evolución de los principales indicadores empresariales, también existe una coincidencia en las microempresas de estos tres países, pero no así en la prioridad de indicadores de cara al futuro, ya que aun cuando se tiene coincidencia en dos de ellos, es muy claro que existen discrepancias en priorizar sus metas de cara al futuro entre las microempresas.

Como se observa, existe una coincidencia altamente significativa que caracteriza a las microempresas más competitivas de los tres países analizados, lo cual permite inferir que las expectativas y satisfacción que tienen todas las microempresas de los países de América Latina son muy similares.

Tabla 13. Financiación e ingresos de las microempresas con respecto a sus principales competidores^a.

		México		Repúbl	lica Domi	inicana	Am	iérica Lat	tina
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Financiación actual de la microempresa									
Ahorros propios o de familiares	2.55	2.67	***	3.54	3.68	***	3.53	3.57	**
Préstamos de familiares o amigos	2.59	2.57	*	1.26	1.34	***	2.19	2.18	
Prestamistas	2.07	2.07		1.39	1.46	***	1.95	1.86	**
Bancos y financieras	2.11	2.04	**	2.05	2.40	***	2.56	2.56	
ONG's y cooperativas	2.05	1.99	***	1.20	1.14	***	1.92	1.75	***
Colaboradores	1.80	1.83	***	2.00	2.08	***	2.47	2.59	***
Gobierno	1.91	1.95	*	1.04	1.06	**	1.83	1.72	***
Factoraje	2.19	2.21	*	1.38	1.19	***	2.16	2.10	***
No necesita	1.99	1.98		1.02	1.03		2.06	2.02	**
Ingresos adicionales									
Remesas o regalos de familia o amigos en el exterior	2.08	2.21	***	2.08	1.89	***	1.56	1.73	***
Aportaciones de la familia o amigos en el país	2.31	2.40	***	1.64	1.48	***	1.73	2.02	***
Ingresos de otra empresa ubicada en este u otro lugar	2.22	2.37	***	2.14	2.44	***	1.55	1.77	***
Sueldos de miembros del hogar	2.47	2.61	***	3.25	3.30	***	2.15	2.55	***
Ingresos de la agricultura	2.33	2.32		1.21	1.20		1.33	1.54	***
Alquileres de propiedades del hogar	2.02	2.11	***	1.50	1.47	**	1.63	1.93	***
Ayudas del gobierno	2.08	2.13	***	1.59	1.49	***	1.31	1.47	***
Pensiones	1.96	1.96		1.22	1.17	***	1.44	1.56	***

 $^{^{\}rm a}$ Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (anova) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

En cuanto al financiamiento e ingresos adicionales de las microempresas, la tabla 13 establece que las microempresas que han logrado una mayor posición competitiva que sus principales competidores, se caracteriza básicamente por:

- Tener como principal fuente de financiamiento los ahorros propios o de la familia (México, República Dominicana, América Latina).
- Tener préstamos de sus colaboradores como una segunda fuente de financiamiento (México, República Dominicana, América Latina).
- Tener como principal fuente de ingresos adicionales los sueldos de miembros del hogar (México, República Dominicana, América Latina).
- Tener como ingresos adicionales las remesas o regalos de la familia o amigos en el extranjero (México, República Dominicana, América Latina).

En los resultados presentados anteriormente en la tabla 13, se pueden observar las divergencias altamente significativas que tienen en la financiación y en los ingresos adicionales de las microempresas ya que, aun cuando se tienen dos similitudes, los ahorros propios de las familias y colaboradores como principales fuentes de financiamiento, en la mayoría de las restantes fuentes de financiamiento existen claras diferencias. Con respecto a los ingresos adicionales, también se tienen dos similitudes, los sueldos de miembros de la familia y las remesas de amigos o familiares en el extranjero, como principales fuentes de ingresos adicionales; en las restantes fuentes de ingresos adicionales se tienen claras divergencias entre dichas empresas.

Tabla 14. Infraestructura y TICs en las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

		México		Repúb	República Dominicana	nicana	Ar	América Latina	la
Variables									
	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Infraestructura									
Servicios de agua potable	46	51	*	54	45	* *	39	52	*
Servicio sanitario	45	50	*	54	45	* *	41	55	*
Sistema de descarga	39	44	*	53	45	*	40	52	*
Sistema de electrificación	46	52	*	54	46	* *	42	56	*
TICS									
Teléfono fijo	38	43	*	54	46	* *	38	50	*
Teléfono celular	40	44	*	54	46	* *	41	54	*
Correo electrónico	31	35	*	54	46	* *	35	47	*
Utiliza banca electrónica	22	25	*	54	46	* *	33	42	*
Dispone de página Web	19	21	*	54	46	* *	32	41	*

^a Porcentajes de Sí Fuente: elaboración propia.

Con base en las diversas variables que miden la infraestructura y el uso de las TICS en las microempresas, la tabla 14 demuestra que las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que la obtenida por sus principales competidores, se caracterizan esencialmente por:

- Tener mejores servicios de agua potable (México y América Latina).
- Tener mejores servicios sanitarios (México y América Latina).
- Tener mejores servicios de descarga (México y América Latina).
- Tener mejores servicios de electrificación (México y América Latina).
- Utilizar más los servicios de telefonía fija (México y América Latina).
- Utilizar más los servicios de telefonía celular (México y América Latina).
- Utilizar más los servicios de correo electrónico (México y América Latina).
- Utilizar más los servicios de banca electrónica (México y América Latina).
- Utilizar más los servicios de página Web (México y América Latina).

Es posible observar la existencia de divergencias y similitudes altamente significativas que tienen las microempresas en infraestructura y en TICS. Se tiene una similitud entre las cuatro infraestructuras que fueron analizadas, así como entre las cinco TICS en las microempresas tanto en México como en América Latina, pero no así en las microempresas en República Dominicana, las cuales son totalmente distintas en términos de la evaluación de la infraestructura y TICS con las que disponen, ya que las microempresas no están mejor que sus principales competidores, sino igual que ellos, lo cual establece que en República Dominicana la totalidad de las microempresas tienen disponibles la misma infraestructura y utilizan las mismas TICS en sus actividades empresariales.

Existe una clara similitud entre las microempresas más competitivas sólo de dos de las ubicaciones analizadas (México y América Latina), ya que prácticamente coinciden en toda la infraestructura y las TICS, pero no así con las diversas microempresas en República Dominicana, con las cuales se presenta una total divergencia; este tipo de empresas no se asemejan en absoluto a las existentes en el resto de los países de América Latina.

Tabla 15. Administración de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

Voicelle		México		Repúb	República Dominicana	nicana	Am	América Latina	na
variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Administración contable, económica y financiera									
Lleva un registro de lo que cobra y paga	8	13	* *	32	34		35	47	* *
Cuenta con facturas o recibos fiscales para la venta de sus productos o servicios	5	10	* * *	12	13		31	39	* * *
Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercan- cías o productos	8	14	* * *	37	36		39	48	* * *
Identifica claramente los gastos familiares, personales y del negocio	7	13	* * *	33	34		36	47	* *
Con lo que vende actualmente o con los servicios que presta es suficiente para pagar todos sus gastos	9	12	* * *	37	38		35	48	* * *
Recibe quejas por parte de sus clientes con mucha frecuencia	2	ε		9	ĸ		7	16	* * *
Se adapta fácilmente a los cambios importantes	9	12	* *	45	43		35	47	* *
Considera que su negocio brinda prestaciones y sueldos similares a las de otros negocios	5	10	* * *	29	31		29	41	* * *
Sabe cuánto debe vender o cuáles servicios prestar para no perder	7	12	* * *	36	37		36	48	* * *
Su empresa está inscrita en el registro mercantil	5	8		7	6		17	34	* *

 a Porcentajes de Sí Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las variables que definen la administración contable, económica y financiera que realizan las microempresas en la actualidad, la tabla 15 muestra que las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que la lograda por sus principales competidores, se caracterizan esencialmente porque:

- Identifica cuánto le cuesta comprar sus mercancías o productos (México y América Latina).
- Lleva un registro de lo que cobra y paga (México y América Latina).
- Con lo que vende actualmente o con los servicios que presta es suficiente para pagar todos sus gastos (México y América Latina).
- Sabe cuánto debe vender o cuáles servicios prestar para no perder (México y América Latina).

En los resultados presentados con anterioridad en la tabla 15 se observa que, aun cuando se tiene prácticamente una total similitud en todas las variables que miden la administración contable, económica y financiera de las microempresas ubicadas tanto en México como en América Latina, también se tiene una total divergencia en estas mismas variables con las microempresas en República Dominicana. Esto se debe a que sus microempresas no están mejor que sus principales competidores, sino que tienen exactamente las mismas oportunidades para crear ventajas competitivas, pues la administración contable, económica y financiera es prácticamente la misma en todas las microempresas en este país y totalmente distintas éstas de las existentes en el resto de los países de América Latina.

Como se observa, existe una similitud altamente significativa que caracteriza a las microempresas más competitivas en México y en América Latina ya que, aun cuando se tiene una clara divergencia en todas las variables que miden la administración contable, económica y financiera, también es cierto que existe una total similitud de estas mismas variables entre las microempresas en México y en América Latina.

Tabla 16. Capacitación de los empleados de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

Verifical of		México		Repúb	República Dominicana	nicana	An	América Latina	na
variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig
Capacitación de los empleados									
Producción (calidad - gestión de residuos, etc.)	3.51	3.82	* *	2.82	3.31	* *	3.35	3.58	* *
Logística (gestión de almacenes – distribución, etc.)	2.85	3.39	* *	2.67	3.24	* *	3.28	3.52	* *
Comercial y <i>marketing</i>	2.75	3.34	* *	2.84	3.38	* *	3.36	3.60	* *
Dirección o estrategia empresarial	2.71	3.24	* *	2.81	3.38	* *	3.25	3.36	* *
Programas de informática	2.48	2.94	* *	2.59	3.13	* *	2.72	2.81	* *
Nuevas tecnologías (TICS, diseños web, etc.)	2.34	2.88	* *	2.47	2.91	* *	2.96	2.98	* *
Contabilidad – finanzas	2.69	3.18	* *	2.82	3.27	* *	2.82	3.14	* *
Recursos humanos (trabajo en equipo, incentivos)	2.63	3.12	* *	3.00	3.37	* *	3.20	3.31	* *
Idiomas	2.16	2.56	* *	2.41	2.69	* *	2.59	2.48	* *
Gestión de la innovación	2.21	2.70	* *	2.65	3.31	* *	3.00	3.11	* *
Cursos técnicos - operativos	2.34	2.84	* *	2.57	3.15	* *	2.99	3.08	* *

 $^{\text{a}}$ Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (ANOVA) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

Con base en las variables que determinan la capacitación de los empleados de las microempresas, la tabla 16 indica que las que tienen una posición competitiva mejor que la obtenida por sus principales competidores, se caracterizan principalmente porque:

- Capacitan constantemente a sus empleados en actividades comerciales y de *marketing* (México, República Dominicana y América Latina).
- Capacitan a sus empleados en actividades de producción (México, República Dominicana y América Latina).
- Capacitan constantemente a sus empleados en actividades logística (México, República Dominicana y América Latina).

En los resultados presentados en la tabla 16 se observa que, prácticamente en la totalidad de dichas variables, se presentan coincidencias entre las microempresas, lo cual indica que las necesidades de capacitación de los empleados de éstas son totalmente similares en cualquier país de América Latina, pero no se descarta de ninguna manera que pudieran existir algunas divergencias en términos de capacitación de los gerentes de las microempresas.

Como se puede apreciar en los resultados presentados en la tabla 16, existe una similitud significativa entre las microempresas más competitivas. Esto se debe a que todas y cada una de las variables que se utilizaron para la medición de las necesidades de capacitación de los empleados de las microempresas son similares entre ellas, lo cual permite inferir la de una necesidad de programas de capacitación del personal de las microempresas en América Latina.

Tabla 17. Abastecimiento y ventas en las microempresas con respecto a sus principales competidores ª.

V. (12:::- 7X		México		Repúb	República Dominicana	nicana	An	América Latina	na
Variables	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Abastecimiento de mercancías o materias primas									
Productores de materias primas	2.63	3.20	* *	2.07	1.99	* * *	2.34	3.00	* *
Vendedores mayoristas (al por mayor)	3.28	3.70	* *	3.49	3.67	* *	3.67	4.15	* *
Vendedores minoristas (al por menor)	3.37	3.55	* *	2.73	2.97	* *	2.61	3.10	* *
Los clientes traen la mercancía	2.36	2.42	* *	1.81	1.61	* *	1.68	1.97	* *
Produce o recoge sus materiales	1.98	2.16	* *	1.15	1.28	* * *	1.66	2.05	* *
Empresas o individuos del extranjero	1.68	1.85	* *	1.47	1.58	* * *	1.44	1.75	* *
No necesitó	1.97	1.73	* *	1.07	1.01	*	1.50	1.74	* *
Es importante haber recibido mercancías a crédito	2.26	2.43	* *	3.57	3.61	*	3.31	3.50	* *
Principales destinos de las ventas									
Individuos del barrio o poblado	3.75	4.15	* *	4.28	4.56	* *	4.16	4.36	* *
Individuos fuera del barrio o poblado	3.81	4.12	* *	3.83	4.23	* * *	3.71	3.84	* *
Empresas	2.80	3.18	* *	1.75	2.04	* *	2.22	2.74	* *
Gobierno local o estatal	2.09	2.46	* *	1.15	1.14		1.51	1.89	* *
Empresas o individuos del extranjero	1.81	2.08	* *	1.44	1.68	* * *	1.48	1.90	* *

 a Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (ANOVA) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

Con base en las variables que determinan el abastecimiento de mercancías o materias primas y el destino de las ventas, la tabla 17 muestra que las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que la lograda por sus principales competidores, se caracterizan esencialmente porque:

- Compran sus materias primas o mercancías esencialmente a los vendedores mayoristas (México, República Dominicana y América Latina).
- Compran sus materias primas o mercancías en segundo término a los vendedores minoristas (México, República Dominicana y América Latina).
- Producen o recogen sus materiales (México, República Dominicana y América Latina).
- Venden sus mercancías o servicios esencialmente a los individuos del barrio o poblado donde se ubican (México, República Dominicana y América Latina).
- Venden sus mercancías o servicios en segundo término a los individuos de fuera del barrio o poblado donde se ubican (México, República Dominicana y América Latina).
- Venden sus mercancías o servicios en tercer lugar a las empresas (México, República Dominicana y América Latina).

En la tabla 17 se observa la existencia tanto de similitudes como de divergencias altamente significativas entre las variables que miden el abastecimiento de mercancías o materias primas, y en los principales destinos de las ventas de las microempresas. Se puede inferir que la mayoría de las microempresas de cualquier país de América Latina tiene las mismas necesidades, ya que la mayoría de las variables que se utilizaron para la medición, tanto del abastecimiento de las mercancías o materias primas como de los principales destinos de las ventas de las microempresas, son demasiado similares entre ellas.

Tabla 18. Dificultades y problemas actuales de las microempresas con respecto a sus principales competidoresª.

		México		Repúb	República Dominicana	nicana	An	América Latina	ina
Variables				-					
	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.	Peor	Mejor	Sig.
Principales dificultades									
Administrativas	2.45	2.69	* *	1.73	1.46	* *	2.13	2.35	* *
Financieras	2.93	3.08	* *	2.55	1.87	* *	2.51	2.52	
Energía	2.69	2.83	* * *	2.26	2.31	* *	1.91	2.19	* *
Situación macroeconómica	2.86	2.95	*	3.00	2.70	* *	2.63	2.66	*
Tributación – legales	2.19	2.37	* * *	1.33	1.30		1.83	2.00	* *
Personales	2.25	2.41	* *	1.76	1.39	* *	1.90	1.96	*
Abastecimiento	2.29	2.51	* * *	1.62	1.55	* *	2.02	2.17	* *
Principales problemas									
De mercado	2.94	3.01	*	2.33	1.88	* *	2.65	2.63	
De producción	2.41	2.62	* *	1.45	1.34	* * *	1.83	2.08	* *
De formalización	2.25	2.41	* *	1.47	1.29	* *	1.75	1.90	* *
De seguridad y violencia	2.37	2.56	* *	2.44	2.35	* *	2.01	2.28	* *
De maquinaria y equipos	2.29	2.62	* * *	1.64	1.50	* *	1.77	2.06	* * *
Con trabajadores	2.09	2.37	* *	1.21	1.22		1.67	1.90	* *

 $^{\text{a}}$ Varía en una escala de 1 = Poco Importante a 5 = Muy Importante (anova) Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01 Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en lo referente a las variables que determinan las principales dificultades y problemas que enfrentan actualmente las microempresas, la tabla 18 muestra que las microempresas que tienen una posición competitiva mejor que la obtenida por sus principales competidores, se caracterizan básicamente porque:

- Tienen como segunda dificultad la situación macroeconómica que enfrenta el país (México, República Dominicana y América Latina).
- Tienen como segunda dificultad los elevados costos de la energía eléctrica (México, República Dominicana y América Latina).
- Tienen como tercera dificultad la administración (México y América Latina).
- Tienen como principal problema la capacidad de producción (México y América Latina).
- Tienen como segundo problema de seguridad y violencia (México y América Latina).
- Tienen como tercer problema lo obsoleto de la maquinaria y de equipo que disponen (México y América Latina).

En los resultados de la tabla 18 se puede observar que, a pesar de las similitudes en las tres principales dificultades entre las microempresas tanto en México como en América Latina, también existe total divergencia en estas mismas variables entre las microempresas de las tres ubicaciones. De igual manera, existe una clara similitud en los tres principales problemas que aquejan a las microempresas en México y en América Latina, pero existe una total divergencia entre las microempresas del total de la muestra, lo cual permite inferir que las microempresas ubicadas en República Dominicana no tienen los mismos problemas y dificultades que tienen todas las empresas de cualquier país de América Latina.

En los resultados presentados anteriormente a través de la tabla 18, se fundamenta la necesidad de apoyar a las microempresas a través de programas de capacitación de cualquier país de América Latina, y con especial atención a las microempresas en República Dominicana, pues enfrentan otros problemas y dificultades.



Conclusiones generales

La actual literatura presenta diversos enfoques relativos a la problemática que enfrentan las microempresas de cualquier país del mundo, aunque se ha hecho más énfasis en los países en vías de desarrollo o de economía emergente que en los desarrollados, pues en éstos se brindan mejores condiciones económicas, financieras y de recursos para que este tipo de negocios puedan desarrollar sus actividades empresariales sin muchos problemas. Sin embargo, las microempresas ubicadas en los diversos países de América Latina tienen problemáticas similares pues se comparte una misma cultura empresarial y organizacional y, generalmente, los propietarios de este tipo de negocios buscan un objetivo común.

Asimismo, se ha señalado la importancia de las microempresas tanto para el crecimiento y el desarrollo de la economía de cualquier país, como para el desarrollo social, ya que es común que las microempresas representen la mayor cantidad de negocios existentes en los países en vías de desarrollo, y que contribuyan de manera importante al Producto Interno Bruto de la economía. Además, son las que dan empleo a la mayoría de las personas. A pesar de que influyen en todos estos rubros, un elevado porcentaje de ellas no cuenta con acceso a los créditos y financiamientos que otorgan tanto la banca comercial como la banca gubernamental de primer y segundo pisos, mucho menos cuentan con programas gubernamentales que estén destinados a su crecimiento y fortalecimiento.

A continuación, se concluirá cada uno de los seis bloques que se contemplaron para este estudio empírico, a saber: 1) motivos para la creación de la microempresa; 2) expectativas y satisfacción con la microempresa; 3) financiación de la microempresa e ingresos de la familia; 4) infraestructura y TICS en la microempresa; 5) administración de la microempresa; y 6) problemas y dificultades a los que se enfrenta la microempresa. Esta separación se realiza con el afán de concluir lo más detalladamente posible los efectos que tienen estas seis actividades en las microempresas establecidas en estos países que se analizaron.

1) Motivos para la creación de la microempresa

En la literatura se pueden encontrar diversos motivos para la creación de microempresas por parte de los emprendedores, pero existe uno de ellos que es el que más destaca, que es tener un mayor ingreso para la familia. Los propietarios de las microempresas en América Latina no están exentos de estos motivos y, en términos generales, se puede concluir, de acuerdo con los resultados encontrados en el estudio, que el principal motivo que orilló a los propietarios a emprender su propia microempresa fue el ser independiente ya que, en promedio, entre 7 y 8 de cada 10 microempresarios de la muestra así lo consideraron. Esto se debe a que la experiencia, las habilidades y el conocimiento adquirido en sus anteriores empleos funcionan como referencia para aplicarlos en su negocio y, así, obtener un beneficio personal para no depender de una empresa.

Aunado a esta razón, también es posible concluir que los pequeños propietarios buscan obtener un mayor ingreso que como asalariados. Es decir, las personas buscan constantemente mejorar sus condiciones de vida y de su familia, por lo que no es de extrañarse que pretendan obtener más y mejores ingresos económicos. Sin embargo, es importante reconocer que

no todos los pequeños empresarios logran este objetivo, ya que un elevado porcentaje de microempresas desaparece en su primer año de operación; aunque, cabe destacar, también un número igual o mayor de ellas se establece durante ese mismo período. Sólo pocas microempresas logran permanecer en el mercado en el primer año de actividades empresariales.

2) Expectativas y satisfacción con la microempresa

Cuando una persona decide emprender su propia microempresa, tiene infinidad de expectativas tanto internas como externas a la organización, ya sean éstas de corto, mediano o largo plazo. Sin lugar a dudas, una de las principales expectativas para cualquier empresa es que el negocio permanezca en el mercado. Bajo este supuesto, es posible concluir, de manera general, que la expectativas que tienen las microempresas de estos países referente al empleo, es que para el siguiente año se permanezca, según lo manifestó alrededor del 65% de los gerentes. En cuanto a las expectativas de sus ventas, alrededor del 60% de ellas manifestó que tendrán un aumento en el próximo año, lo cual permite concluir que, aun cuando las microempresas no contemplan contratar a más personal, sí consideran que tendrán mejores niveles de ventas de sus productos o servicios para el siguiente año, lo cual podría mejorar sus ingresos.

Además, también es posible concluir que las microempresas de estos países tienen buenas expectativas del clima empresarial ya que le otorgaron una evaluación promedio de 7.5 sobre una escala de 0 a 10, y esta información es congruente con las expectativas de ventas de las mismas, ya que una buena evaluación del medioambiente de los negocios puede generar un incremento significativo de sus ingresos mediante el aumento de sus ventas. Aun con los diversos problemas económicos y financieros que enfrentan actualmente los países de América Latina, los propietarios de las microempresas creen que las políticas económicas que está aplicando la administración pública de los tres niveles de gobierno pueden generar las condiciones económicas mínimas necesarias para lograr un clima empresarial favorable, que permita tanto alcanzar un mayor nivel de crecimiento como mejorar el nivel de desarrollo de los negocios. Esto facilita el tránsito de economías de escala en las microempresas.

Asimismo, con respecto al nivel de satisfacción, es posible concluir que los propietarios de las microempresas de los países foco de esta investigación

están muy satisfechos con su actual negocio. Es decir, el haber emprendido su propia microempresa fue una decisión acertada para ellos, aun con los problemas y dificultades que actualmente enfrentan, e incluso alrededor de 85% de este tipo de negocios tiene expectativas de mejorar significativamente la satisfacción de sus actuales clientes y consumidores, y alrededor de 80% de ellas también contempla como una segunda expectativa el mejorar la calidad de sus productos y servicios. También es factible concluir que cerca de 55% de las microempresas de toda América Latina tiene como expectativa la expansión del actual negocio, lo cual es totalmente congruente con la información anterior.

3) Financiamiento de los negocios

Se ha estimado que uno de los principales problemas a los que se enfrentan las microempresas de los países en vías de desarrollo o de economía emergente es la falta de financiamiento ya que, generalmente, no existen programas de apoyo crediticio o financiamiento con tasas preferenciales para las microempresas, o bien los bancos privados de algunos países de América Latina ofrecen ciertos créditos a este tipo de negocios con tasas demasiado elevadas que éstos no pueden cubrir. Por ello, es posible concluir que la falta de créditos con tasas preferenciales para las microempresas de cualquier país de América Latina se ha convertido en la actualidad en uno de los principales problemas financieros tanto al inicio del negocio, como en el crecimiento y desarrollo del mismo.

Entonces, ¿a qué recurren las microempresas de estos países para financiar sus actividades empresariales? De acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio, alrededor de 75% de este tipo de negocios está supliendo la falta de financiamiento, tanto de la banca comercial como de las dependencias de la administración pública de los tres niveles de gobierno, con los ahorros propios o de la familia, tanto al momento de emprender el negocio como en el desarrollo de éste. Por lo tanto, el apoyo de los familiares es fundamental para el financiamiento de las distintas actividades que realizan las microempresas, no sólo para la adquisición de las materias primas y del equipo que requieren para la elaboración de sus productos, sino además para la comercialización y prestación de sus servicios, por lo cual los ingresos económicos de los familiares y del mismo propietario del negocio se han convertido en los principales motores de financiamiento de las microempresas en América Latina.

Con esto no se está asegurando la inexistencia de programas de apoyo financiero y de otorgamiento de créditos para las microempresas por parte de las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno de cualquier país de América Latina. Lo que se señala es que dichos programas de financiamiento no cumplen con las expectativas de los propietarios de los pequeños negocios; es decir, la mayoría de ellos no cuenta con los diversos requerimientos que solicitan para otorgar el crédito, y mucho menos cuenta con los fondos para abarcar las altas tasas de interés derivadas de estos préstamos. Por lo tanto, se sugiere que las autoridades gubernamentales diseñen e implementen programas de financiamiento que respondan a las necesidades de las microempresas, y con las condiciones de pago que éstas puedan solventar para que realmente se cuenten con las condiciones financieras necesarias para crecer y permanecer en el mercado actual en el que participan.

4) Infraestructura y TICs

Se ha señalado que un elevado porcentaje de las microempresas de estos países realiza sus operaciones empresariales o presta sus servicios en la misma vivienda en donde habita la familia, ya que generalmente no cuenta con un espacio en una zona comercial o parque industrial. En este sentido, es posible concluir que las microempresas de cualquier país de América Latina cuentan con la infraestructura y los servicios necesarios para la realización de sus actividades empresariales, tales como el agua potable, servicio de sanitario y electrificación; las que están instaladas en las zonas comerciales y en los parques industriales, desde su emprendimiento ya contaban con la infraestructura y los servicios necesarios para operar.

En cuanto a las TICS, las microempresas ubicadas en estos países, al igual que muchas de éstas que se encuentran establecidas en la mayoría de los países en vías de desarrollo, utilizan muy poco las TICS, y se debe a que, aun cuando disponen de éstas, no les dan el uso adecuado. Por ello, es factible concluir que las microempresas de cualquier país de América Latina utilizan muy poco las herramientas tecnológicas de las cuales disponen, y sólo le dan un mayor uso al teléfono fijo y celular, pero no a la banca comercial ni a las páginas web. Las autoridades gubernamentales de los tres niveles de gobierno, al igual que las cámaras y asociaciones empresariales, tendrían que diseñar e implementar programas de capacitación en el uso adecuado de las TICS, de tal

manera que las microempresas puedan aprovechar las diversas herramientas tecnológicas de las cuales disponen.

5) Administración

Uno de los temas de los que más adolecen los propietarios de las microempresas de cualquier país en vías de desarrollo es la adecuada administración o gestión del negocio, la cual generalmente tiene serios efectos en el crecimiento y sobrevivencia de éste. Se concluye, de manera general, que las microempresas no llevan un registro de lo que cobran y pagan, particularmente las ubicadas en México, y tampoco cuentan con recibos fiscales o facturas para la venta de sus productos o servicios, mucho menos identifican con claridad el costo que tienen sus mercancías. Esta falta de control administrativo de los ingresos, los egresos y los costos totales en los que incurren las microempresas, las deja totalmente indefensas en términos administrativos o de gestión.

De igual manera, también es posible concluir que las microempresas no tienen identificados los gastos familiares, personales y del negocio como tal. Esto provoca una descapitalización de éste: la microempresa se queda sin recursos económicos para la compra de sus materiales y materias primas que requiere para la producción de sus mercancías o servicios, lo cual las obliga a recurrir constantemente a solicitar préstamos personales o créditos con condiciones totalmente desfavorables para la organización. Además, la mayoría de las microempresas en América Latina, con sus ventas actuales, no cubren todos sus pagos y deudas, lo cual es sinónimo de graves problemas financieros pues, al tener ingresos inferiores a sus gastos, aunado a una mala gestión de los recursos del negocio, provoca que muchos tengan que desaparecer del mercado en su primer año de operación, pues desconocen cuánto deben vender para no tener pérdidas y carecen de un control administrativo, contable y financiero adecuado.

Esta situación que viven constantemente las microempresas de estos países pudiera explicarse porque la mayoría de ellas no están inscritas en el registro mercantil de sus respectivos países. Es decir, realizan sus actividades empresariales en la informalidad, lo cual reduce significativamente el acceso a los distintos programas y apoyos existentes en la administración pública de los tres niveles de gobierno. Aunado a lo anterior, es posible concluir también que las microempresas tienen serias limitaciones en la capacitación de sus emplea-

dos y trabajadores, e incluso del mismo gerente del negocio, en temas importantes como la producción, la logística, el *marketing*, la gestión, la contabilidad y los recursos humanos. Entonces, es natural que este tipo de negocios tengan que cerrar sus puertas apenas iniciadas sus operaciones ya que no cuentan con el personal capacitado, e incluso el mismo gerente carece de los conocimientos básicos de administración y gestión del negocio.

Adicionalmente, también es factible concluir que las microempresas de estos países generalmente compran sus materias primas a vendedores mayoristas y minoristas que se encuentran cercanos a la ubicación del negocio, lo cual indica que buscan, en la medida de sus posibilidades, reducir los costos de transporte de las mismas. Además, la mayoría de ellas han recibido sus materias primas a crédito. También es posible concluir que este tipo de empresas venden más sus mercancías a personas del barrio o localidad donde se ubican, y menos a personas fuera del barrio o localidad, y aún más pocas de ellas tratan de vender sus productos a otras de mayor tamaño, lo cual demuestra que las microempresas de América Latina tienen un mercado demasiado estrecho y local y, generalmente, no está dentro de sus planes a corto o mediano plazo vender sus mercancías a otras empresas o, incluso, a otros países.

6) Problemas y dificultades

Se han estudiado los problemas y las dificultades que enfrentan las microempresas de estos países y se ha concluido que el principal obstáculo es el financiamiento. Las microempresas de América Latina no están ajenas a esta problemática mundial y, de acuerdo con la información obtenida en este estudio empírico, se concluye que el financiamiento se ha convertido en el principal problema que tienen este tipo de negocios, lo cual también pudiera ser una de las principales causas por las cuales las microempresas establecidas en América Latina tienen un elevado porcentaje de deceso en su primer año de operación.

Además, las microempresas de América Latina también presentan serios problemas de inseguridad, sobre todo las ubicadas en México, ya que la delincuencia organizada está presente en la mayoría de los países y extorsionan a los empresarios cobrando los llamados derechos de piso, que no es otra cosa que cobrarles por brindarles seguridad. Aunado a este problema, también se presentan dificultades para permanecer en el mercado en el cual participan,

pues no se debe olvidar que su mercado es comúnmente local y, como máximo, regional, lo cual las limita demasiado: al establecerse más microempresas en el mismo barrio o localidad, se contrae el mercado y es, por lo general, cuando comienzan los problemas de este rubro, y se añade que ofrecen sólo un producto o servicio igual que las demás empresas de su competencia, por lo cual no tienen una diferenciación de sus productos o servicios.

Adicionalmente, también es posible concluir que las microempresas de estos países tienen serias dificultades con la situación macroeconómica por las que están atravesando sus respectivos países, ya que aún no han podido superar la crisis económica mundial. Esto ha ocasionado que la administración pública de los tres niveles de gobierno, a la fecha, no hayan impulsado las políticas ni los programas necesarios para apoyar y fortalecer a las microempresas. Además, esta situación macroeconómica también puede considerarse como una oportunidad para que muchas mujeres y hombres latinoamericanos tomen la decisión de emprender su propio negocio debido a la falta de un empleo bien remunerado o de un empleo formal.

En resumen, es posible concluir que las microempresas ubicadas en estos países no sólo presentan una variedad de adversidades, problemas y dificultades que deben esquivar para mantenerse en un mercado altamente competitivo y en una economía totalmente globalizada, sino que también cuentan con diversas oportunidades para permanecer y crecer en el mercado en el cual participan, ya que este tipo de negocios puede adaptar sus procesos productivos fácilmente a las necesidades y requerimientos de sus clientes y consumidores, pues producen las mercancías o servicios de manera personalizada, lo que es casi imposible efectuar en las grandes empresas. Por lo tanto, bajo este contexto, las microempresas tienen más oportunidades que amenazas, y sólo faltaría que la administración pública de los tres niveles de gobierno realice las políticas económicas e implemente los programas adecuados para capacitar a los propietarios, más el otorgamiento de créditos y financiamiento con tasas preferenciales para el desarrollo de sus actividades empresariales.

Recomendaciones generales

Se ha observado en la literatura que las pequeñas y medianas empresas representan la mayoría de las unidades económicas en el mundo. Sin embargo, son relativamente pocos los estudios teóricos y empíricos que analizan la importancia que también tienen las microempresas, sobre todo en los países en vías de desarrollo, y son más escasos los estudios científicos que han analizado y discutido la problemática que enfrentan actualmente este tipo de empresas, aun cuando en los países de América Latina las microempresas representan más de 50% del total de empresas asentadas, proporcionan un porcentaje importante al Producto Interno Bruto (PIB) de las economías y dan empleo o más de la mitad de la población económicamente activa.

En este sentido, este trabajo de investigación aporta evidencia empírica relevante sobre la situación actual que guardan las microempresas establecidas en México y en República Dominicana, a través de un análisis comparativo con las microempresas de

algunos países de América Latina, de tal manera que permita al lector tener una idea sobre las similitudes y las diferencias de la problemática que presenta este tipo de negocios en los países analizados. Además, de acuerdo con los resultados obtenidos en este estudio, se considera factible la realización de una serie de recomendaciones generales a las microempresas de México, República Dominicana y América Latina con el único objetivo de contribuir tanto a la mejora de la situación y problemática que enfrentan actualmente este importante tipo de negocios, como del medioambiente de éstos y de la situación económica, social y legal que enfrentan, para lo cual las recomendaciones se dividirán en dos grandes grupos: las primeras, dirigidas al sector empresarial y las segundas, al gubernamental.

Sector empresarial

Es esencial que los gerentes y propietarios de las microempresas asentadas en estos países consideren las siguientes recomendaciones generales al momento de diseñar e implementar sus estrategias empresariales ya que, con ellas, la organización podría lograr una mejor posición en el mercado, y obtener o incrementar sus ventajas competitivas en relación con sus principales competidores, así como lograr un mayor nivel de crecimiento, desempeño y sobrevivencia:

a. Aun cuando el principal motivo que orilló a los propietarios a emprender su propio negocio fue el ser independiente y tener un mayor ingreso (en promedio 75%), es importante que las personas, antes de establecer su microempresa, busquen la información referente a los trámites necesarios para realizarla, así como informarse sobre los diversos beneficios fiscales y económicos a los que pueden acceder si la registran ante las autoridades hacendarias, porque posiblemente esta alternativa les pueda facilitar un mayor nivel de ingresos. De lo contrario, les puede llevar más tiempo lograrlo o incluso puede ser que vean frustradas sus aspiraciones al no contar con los apoyos necesarios para consolidarla, lo cual, por ende, genera la pérdida total del poco patrimonio familiar del cual disponen, y puede provocar que busquen un empleo en las empresas donde antes laboraban.

- b. Cuando ya se ha emprendido la microempresa y se cuentan con buenas expectativas para el futuro del negocio, es recomendable que los propietarios recaben, en la medida de sus posibilidades, la información máxima posible de sus clientes y consumidores, ya que ello les permitirá tener una base de datos para dar seguimiento a los gustos y necesidades adicionales que tengan éstos, o bien para que se facilite la aplicación de algunas encuestas que permitan una evaluación de la calidad de los productos o servicios de las microempresas; también serviría para la creación de nuevos productos o servicios adicionales que requieran sus clientes, pues de lo contrario será demasiado difícil que puedan mejorar sus productos o servicios.
- c. A pesar de que son escasos los programas de financiamiento para las microempresas de América Latina, es recomendable para los propietarios de las mismas que busquen, en la medida de sus posibilidades, un crédito con las instituciones financieras o dependencias gubernamentales, para que no dependan constantemente de los ingresos o de los ahorros propios o de la familia, ya que estos ingresos se terminarán en un determinado momento. Si la microempresa no logra las ventas para obtener los ingresos necesarios para seguir operando, no sólo se perderá el negocio sino que, además, el poco patrimonio también sufrirá el mismo destino, por lo cual los gerentes deben buscar las fuentes de financiamiento adecuadas a sus ingresos y formas de pago, para que su pequeño negocio tenga mayores posibilidades de permanecer o crecer en el mercado en el cual participa, y para sobrevivir en una economía altamente globalizada.
- d. En una sociedad del conocimiento y de la tecnología, cualquier empresa, por pequeña que ésta sea, tiene acceso a una serie de herramientas y tecnologías de la información y comunicación existentes en el mercado y a la venta del mejor postor, y las microempresas en América Latina, si bien disponen de diversas herramientas de este tipo, no las aprovechan al máximo. Se recomienda que los propietarios o gerentes busquen cursos o talleres de capacitación en el uso y el manejo adecuado de las TICS, con la firme intención de utilizar al máximo este tipo de herramientas tecnológicas, sobre todo en la comercialización de sus productos o servicios. La mayoría de los clientes actuales están inmersos en las redes sociales, y éstas se convierten

- en una estrategia importante para captar nuevos clientes y consumidores, o bien para estar en contacto permanente con este segmento del mercado.
- e. Para emprender un negocio propio no basta con el deseo de hacerlo, sino que se necesita que los gerentes tengan una serie de conocimientos y de habilidades para que la microempresa tenga mayores posibilidades de sobrevivir y de permanecer en un mercado altamente competitivo. Se recomienda a los propietarios o gerentes que, antes o una vez iniciadas las operaciones de su negocio, se capaciten a través de cursos o talleres en las áreas de administración, contabilidad y finanzas, de tal manera que adquieran los conocimientos y habilidades básicas para poder gestionar adecuadamente su microempresa; de lo contrario, esta falta de conocimiento y habilidades puede ser un factor esencial para que no se tenga un control adecuado del negocio y se corra el riesgo de concluirlo.
- Finalmente, ninguna empresa, independientemente tanto de su taf. maño y sector de actividad económica como del país en donde se encuentre, está exenta de problemas y dificultades. Todas enfrentan, en mayor o en menor medida, diversas barreras que tienen que derribar para que sus procesos productivos y sus actividades de comercialización avancen. Las microempresas no están excluidas de tener problemas y dificultades; al contrario, son el tipo de negocio que puede tener más problemas y dificultades que otras empresas de mayor tamaño, por lo cual se recomienda que los propietarios o gerentes realicen actividades de colaboración o de cooperación con otras empresas de su mismo sector o con sus principales proveedores, de tal manera que puedan disminuir sus costos totales, compartir riesgos, tener fuentes de financiamiento y elaborar los productos o servicios que requieren sus clientes y consumidores, con lo cual se pudieran disminuir de manera significativa sus problemas y dificultades.

Sector gubernamental

Sería adecuado que se tomara en cuenta esta información al momento de diseñar las políticas gubernamentales tendientes a apoyar y mejorar las condiciones de las microempresas, y para el desarrollo e implementación de programas específicos que busquen mejorar la situación económica, financiera y social de las microempresas en general, lo cual puede mejorar sustancialmente tanto el crecimiento de este tipo de negocios como el desarrollo de la economía local, nacional y del total de América Latina:

- a. Diseñar e implementar programas de apoyo técnico y financiero dirigidos a todas las microempresas ubicadas en estos países a través de las distintas dependencias gubernamentales de los tres niveles de gobierno para el desarrollo e implementación de las actividades de producción y comercialización. Como se estableció anteriormente, existe un número importante de microempresas que desconoce cierta información, como las ventajas que ofrece la implementación de este tipo de estrategias empresariales, la importancia que tiene actualmente en el mercado que las microempresas tengan una mayor relación con sus clientes y consumidores, y que sus productos y servicios se estén innovando constantemente para permanecer en el mercado y lograr un mayor nivel de competitividad.
- b. Diseñar e implementar programas específicos de capacitación y adiestramiento en las áreas de gestión, contabilidad, finanzas, producción, logística y recursos humanos que vayan dirigidos tanto a los gerentes o propietarios de las microempresas como al personal de éstas para estimular su implementación tanto al interior como al exterior de los pequeños negocios, de tal manera que se genere una cultura organizacional en la que impere el trabajo en equipo y la disponibilidad en la realización de cambios o mejoras, tanto en las actividades propias de sus trabajo como en los productos o servicios que generan. Esto pudiera mejorar significativamente no sólo el nivel de crecimiento y competitividad de las empresas, sino también su situación económica y financiera, y se facilitaría con ello la sobrevivencia y permanencia de la microempresa en el mercado en el cual participa.

- c. Diseñar e implementar las políticas económicas necesarias que fomenten el crecimiento y el desarrollo de las microempresas asentadas en estos países, lo cual puede conllevar tanto un crecimiento sustancial en la economía como una mejor condición de vida de la sociedad de todos los países de América Latina. De igual manera, estas políticas deberán de promover la implementación de una cultura organizacional de mejora continua entre todas las microempresas de cada uno de los países que integran América Latina, principalmente en las actividades de gestión de productos, procesos, mercadotecnia, logística, finanzas, contabilidad y recursos humanos.
- d. Fomentar y apoyar la creación de un centro de generación y transferencia de conocimiento y tecnología, para apoyar la totalidad de las microempresas de América Latina y lograr la implementación de una cultura innovadora. Para ello, es necesario que se involucren con las universidades públicas y privadas, con los centros de investigación de las distintas cámaras y asociaciones empresariales, y con los clústeres empresariales de estos países, con la finalidad de generar y compartir conocimiento y experiencias, y potenciar las habilidades de los gerentes o propietarios de las microempresas y el personal de las organizaciones. Así, se fortalecería y acrecentaría el nivel de innovación y tecnología empresarial.

Estas recomendaciones tienen como objetivo mejorar las condiciones económicas, financieras y de gestión de las microempresas ubicadas en estos países, lo cual pudiera permitir, en términos generales, que las microempresas no tengan que cerrar sus puertas durante el primer año de operación, que puedan lograr un aumento significativo en su actual participación en el mercado, y que obtengan algunas ventajas competitivas y un mayor nivel de crecimiento, los cuales les facilitaría la generación de los recursos económicos necesarios para continuar con sus actividades empresariales. Asimismo, también es importante considerar que el mercado está totalmente globalizado y es altamente competitivo, por lo cual las microempresas en América Latina están compitiendo en su propio mercado con corporativos internacionales y empresas transnacionales, lo que genera una fuerte competencia entre ellas por mantener su cuota de mercado y por adquirir una mayor cantidad de consumidores de sus productos y servicios. Las microempresas, por ende,

tienen que conservar su segmento de clientes para que no decidan comprar los productos o servicios que se ofrecen en las grandes empresas.

En este sentido, las microempresas de México, República Dominicana y el resto de los países de América Latina tienen que mejorar para competir con las grandes empresas, no únicamente en el mercado del país en el cual se encuentren establecidas, sino también en el mercado internacional. Será imprescindible que se elabore un programa empresarial sólido que promueva y fomente tanto la capacitación de los pequeños empresarios en temas de gestión, como en el otorgamiento de créditos y financiamiento con tasas preferenciales que respondan a las necesidades y formas de pago de las microempresas, para mejorar con ello las condiciones económicas y financieras de este importante tipo de empresas.



Referencias

- Acosta, G. (2015). Compilación teórica: Emprendimientos en la República Dominicana. *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 14(2), 181–192.
- Aggrey, N., Ogwal, M., Ochai, M., y Mukasa, I. (2012). The effects of investment climate on manufacturing firms' growth in Uganda. Research Report No. 19/12 ICBE-RF, Dakar.
- Aguilar, R. y Kimuyu, P. (2002). Firm growth. In Bigsten, A. and Kimuyu, P. (Eds.) *Structure and Performance of Manufacturing in Kenya*. Estados Unidos de América: Palgrave.
- Aguilar, S. (2017). Diagnóstico de la infraestructura y el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las microempresas de Monclova Coahuila, México. *Vincula-Tégica*, *3*(1), 45–50.
- Alba, C. y Kruijt, D. (1995). *La utilidad de lo minúsculo. Informalidad y macroempresa en México*. México: El Colegio de México.

- Alonso, L. (2001). Centralidad del trabajo y cohesión social: ¿Una relación necesaria? *Alaluf*, *2*(1), 1–18.
- Altenburg, T. y von Drachenfelds, C. (2006). Creating better business environment for enterprise development: Asian and global lessons for more effective donor practices. *Proceedings from the Asia Regional Consultative Conference*. Tailandia.
- Ampudia, M. (2008). Micro empresa y pobreza, financiamiento y contribución al desarrollo. *Economía Informa*, 355(1), 136–149.
- Ampudia, R. (2006). Referentes teóricos-conceptuales y desarrollo de redes de las Pymes en el contexto local-regional-global. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 15(30), 229–256.
- André, L. (2015). Structural change, sectorial specialization and growth rate differences in an evolutionary growth model with demand stocks. *Journal of Innovation Economics y Management*, 1(16), 217-248.
- Arias, P. (1997). Crisis metropolitana, especialización económica y nuevas relaciones espaciales en México. *Espiral*, 4(10), 143–166.
- Astebro, T., Thompson, P. y Chen, C. (2008). Stars and misfits: A theory of occupational choice. *Department of Economics Working Paper*. Florida International University.
- Aynadis, Z. y Mohammednur, M. (2014). Determinants of growth of micro and small enterprises in Ethiopia: A case of MSEs in Mekelle City, Tigray. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, *2*(6), 149-157.
- Ayyagari, M., Demirguç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (2014). Who creates jobs in developing countries? *Small Business Economics*, 43(1), 75-99.
- Ayyagari, M., Demirguç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (2008). How important are financing constraints? The role of finance in business environment. *The World Bank Economic Review*, 22(3), 483-516.
- Ayyagari, M., Beck, T. y Demirguç-Kunt, A. (2007). Small and medium enterprises across the globe. *Small Business Economics*, 29(4), 415-434.
- Bacq, S., Ofstein, L., Kickul, J., y Gundry, L. (2016). Perceived entrepreneurial munificence and entrepreneurial intentions: A social cognitive perspective. *International Small Business Journal*, *3*(4), 1–21.
- Bah, E. y Cooper, G. (2015). Constraint to the growth of small firms in Northwest Myanmar. *Journal of Asian Economics*, 39(1),108-125.

- Banco Mundial (2003). *Perspectivas para la Economía Mundial*. Estados Unidos de América.
- Barkhatov, V., Nikolaeva, E. y Pletnev, D. (2013). The possibilities of positive use of residual control and income rights of stakeholders in the corporation. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 124(3),521-527.
- Barkhatov, V., Pletnev, D. y Campa, A. (2016). Key success factors and barriers for small businesses: Comparative analysis. *Procedia–Social and Behavio-ral Science*, 221(1), 29-38.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur human capital inputs and small business longevity. *The Review of Economics and Statistics*, 72(4), 551-559.
- Beck, T. y Demirguç-Kunt, A. (2006). Small and medium enterprises: Access to finance as growth constraints. *Journal of Banking and Finance*, 30(11), 2931-2943.
- Belausteguigoitia, I. (2004). *Retos de las empresas familiares en México*. México: Cedef-Itam.
- Belausteguigoitia, I. (1996). La influencia de la familia en las organizaciones familiares mexicanas. México: Cedef-Itam.
- Berger-Walliser, G., Bird, R., y Haapio, H. (2011). Promoting business success through contract visualization. *Journal of Law, Business, and Ethics*, 17(1), 55-75.
- Bizberg, I. (2010). *Tipos de capitalismo en América Latina*. México: El Colegio de México.
- Bizberg, I. (2004). *La fragilidad de las micro-empresas en México*. México: El Colegio de México.
- Blanchard, O. (2006). *Macroeconomics*. Estados Unidos de América: Pearson Education.
- Block, J. y Wagner, M. (2006). Necessity and opportunity entrepreneurs in German: Characteristics and earnings differentials. *MPRA Working Paper 610*, University of Munich.
- Bond, E., Tybout, J., y Utar, H. (2015). Credit rationing, risk aversion, and industrial evolution in developing countries. *International Economic Review*, *56*(3), 695-722.
- Boyer, R. y Freyssenet, M. (2003). *Los modelos productivos*. España: Editorial Fundamentos.
- Braguinsky, S. y Ohyama, A. (2008). Where does entrepreneurship pay? Returns to ability in technology-oriented vs. non-technology-oriented

- business. *Department of Economics Working Paper*. State University of New York at Buffalo.
- Bronsteen, J., Buccafusco, C. y Masur, J. (2013). Well-Being analysis vs. cost benefit analysis. *Duke Law Journal*, 62(1), 1603-1689.
- Brown, S. (2006). Fail better! Samuel Beckett's secrets of business and branding success. *Business Horizons*, 49(2), 161-169.
- Carreto, S. (2013). Marshall y los sistemas productivos locales. *Economía Informa*, 383(1), 90–106.
- Chakraborty, P. (2016). Judicial quality and regional firm performance: The case of Indian states. *Journal of Comparative Economics*, 44(4), 902-918.
- Chen, M. (2005). Reforming the business environment. *Proceedings from the Committee of Donor Agencies for Small Enterprises Development Conference*. Egipto.
- Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and profiting from Technology. Estados Unidos de América: Harvard Business School Press.
- Chittithaworn, C., Islam, A., Keawchana, T. y Hasliza-Muhd, Y.D. (2011). Factors affecting business success of small y medium enterprises (SMES) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180-190.
- Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386-405.
- Cohen, E., Kritz, E., Martínez Nogueira, R., y Mizrahi, R. (1989). *Microempresas y Economía Popular*. Guatemala: ILPES.
- Collins, O., Moore, D. y Unwala, D. (1964). *The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*. Estados Unidos de América: Meredith.
- CONAPO (2016). Yearbook of Migration and Remittances: México 2016. México: CONAPO.
- Cota, M. (2012). *Reestructuración productiva y las redes de producción*. México: Universidad de Guadalajara.
- Cota, M. (2004). Reestructuración productiva y formas empresariales de organización: el caso de un distrito industrial mexicano (industria de la confección en Zapotlanejo). En *Latin American Studies Association*. Estados Unidos de América.
- Cull, R. y Xu, L. (2005). Institutions, ownership and finance: The determinants of profit reinvestment among Chinese firms. *Journal of Financial Economics*, 77(1), 117-146.

- De Clercq, D., Honig, B., y Martin, B. (2013). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, *31*(6), 652–676.
- De la Garza, E. (2001). Subjetividad, cultura y estructura. *Revista Iztapalapa*, 50(1), 83–104.
- De la Garza, E., Salas, C., Iranzo, C., Taddei, E. H., Richter, J., Carrillo, J., y Novick, M. (2000). *Reestructuración productiva, mercado de trabajo y sindicatos en América Latina*. Argentina: CLACSO.
- De Soto, H. (1987). El otro sendero. México: Diana.
- Del Castillo, S. (2001). Algunas consideraciones sobre el financiamiento de la micro, pequeña y mediana empresa industrial en México. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Deli, F. (2011). Opportunity and necessity entrepreneurship: Local unemployment and the small firm effect. *Journal of Management Policy and Practice*, 12(4), 38-57.
- Demirguç-Kunt, A. y Maksimovic, V. (1998). Law, finance and firm growth. *The Journal of Finance*, 53(6), 2107-2137.
- Donaldson, T. y Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Donor Committee for Enterprise Development (2009). *Business Environment Reforms and the Informal Economy*. Maryland: University of Maryland Press.
- Dosi, G. y Marengo, L. (2011). Toward formal representations of research process and routines in organizational problem solving: An assessment of the state-of-the-art. *Seoul Journal of Economics*, 24(1), 247-286.
- Douglas, E. y Dean, S. (2002). Self-employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurial Theory and Practice*, 26(3), 81–90.
- Downing, J. (1991). Gender and the growth of microenterprises. *Small Enter-prise Development*, 2(1), 4-12.
- Elfving, J., Brännback, M. y Carsrud, A. (2009). Toward a contextual model of entrepreneurial intentions. En Casruds, A. y Brännback, M. (Eds.) *Understanding the Entrepreneurial Mind*. Inglaterra: Springer.
- El Banco Mundial. (2008). *Republic of Bolivia: Policies for Increasing Firms' Formality and Productivity.* Estados Unidos de América.

- El Banco Mundial. (2004). World Bank Development Report 2005: A Better Investment Climate for Everyone. Estados Unidos de América.
- El Banco Mundial. (2003). *Small and Medium Enterprises, Growth and Poverty: Cross-Country Evidence*. Estados Unidos de América.
- Esquivel, H. (2015). Desigualdad extrema en México. Concentración del poder económico y político. México: OXFAM.
- Evans, D. (1987). The relationship between firm growth, size and age: Estimates for 100 manufacturing industries. *The Journal of Industrial Economics*, 35(4), 567-581.
- Febles, J. y Oreja, J. (2009). Factores externos e internos determinantes de la orientación de la cultura estratégica de las empresas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 14(1), 13–32.
- Ferraro, C., Goldstein, E., Zuleta, L. y Garrido, C. (2011). Eliminando Barreras: El Financiamiento a las Pymes en América Latina. Santiago de Chile: ONU y CEPAL.
- Gallegos, R., Grandet, C. y Ramírez, P. (2014). Los Emprendedores de TIC en México: Recomendaciones de Política Pública para su Nacimiento, Crecimiento y Consolidación. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gallino, L. (1993). Dizionario di Sociología. Torino.
- García, A. y Maza, O., (2013). El prestigio ocupacional en «La tienda de ropa más grande de México». Elementos para la estimación del Capital Social en Uriangato, Guanajuato. *Empiria, Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 26(2), 117-147.
- García, S. (2009). Clima organizacional y su diagnóstico: Una aproximación conceptual. *Cuaderno de Administración*, (42), 43–62.
- Gibb, A. (1993). Entrepreneurship, small business, enterprise. The challenge to Economics. Presidential address to the UK Economics Association Annual Conference. June, Durham.
- Gibrat, R. (1931). *Les Inégalités Économiques*. Francia: Librairie du Recueil. Gitonga, A. (2008). Factors affecting growth of micro and small enterprises in Kenya. Discussion Paper No. 88/2008, KIPPRA, Nairobi.
- Gonzáles Rocha, E. (2012). The impact of the business environmental on the size of the micro, small and medium enterprises sector: Preliminary findings from a cross-country comparison. *Procedia Economics and Finance*, *4*(1), 335-349.

- Gosttschalk, S., y Niefert, M. (2011). Gender differences in business success of gender start-up firms. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 18(1), 15-46.
- Guaipatín, C. (2003). Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la región. Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Guyo, S. y Galgallo, B. (2017). Determinants of micro and small enterprises growth in Kenya. *Journal of Small Business Development*, 24(1), 105-118.
- Hallberg, K. (2001). A market oriented strategy for small and medium scale enterprises. Discussion Paper No. 48, IFC, Estados Unidos de América.
- Hamilton, B. (2000). Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604-631.
- INEGI. (2016). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). México: INEGI.
- INEGI. (2010). Encuesta Nacional de Micronegocios ENAMIN 2010. México: INEGI.
- INEGI. (2009). Tabulados básicos. Censos Económicos 2009. México: INEGI.
- International Finance Corporation. (2000). *A Market-Oriented Strategy for Small and Medium-Scale Enterprises*. Estados Unidos de América: Hallberg K.
- International Labour Organization. (2005). Assessing the Influence of the Business Environment on Small Enterprise Employment. Geneva, Switzerland: White S.
- International Labour Organization. (2004). Impact of National Policy and Legal Environments on Employment Growth and Investment in Micro and Small Enterprises. Suiza: Dyring and Goedhuys Edit.
- International Labour Organization. (2002). Small Enterprises, Big Changes: A Literature Review on the Impact of the Policy Environment on the Creation and Improvement of Jobs within Small Enterprises. Suiza: Reinecke G.
- IРУМЕ. (2007). *Logística y competitividad de las РУМЕS*. División de informacion, documentación y publicaciones.
- Jasra, J., Khan, M.A., Hunjra, A.I., Rehman, R., y Azam, R.I. (2011). Determinants of business success of small and medium enterprises. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 274-281.
- Javanovic, B. (1982). Selection and evolution of industry. *Econometrica*, 50(3), 649-670.

- Jensen, M. (2001). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*, 14(3), 8-21.
- Jodelet, D. (1988). La representación social: fenómenos, concepto y teoría en Moscovici. España: Editorial Paidós.
- Johnson, S. (2004). Gender norms in financial markets: Evidence from Kenya. *World Development*, *32*(8), 1355-1374.
- Johnson, S., McMillan, J. y Woodruff, C. (2002). Property rights and finance. *American Economic Review*, 92(5), 1335-1356.
- Kushnir, K., Mirmulstein, M. y Ramalho, R. (2010). *Micro, Small, and Medium Enterprises Around the World: How Many Are There, and What Affects the Count?* Estados Unidos de América: World Bank.
- Lacayo, M. y García, S. (2011). Principales problemas que impiden la permanencia y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Asociación española de contabilidad y administración de empresas ACA*, 62(2), 1–22.
- Leibenstein, H. (1957). The Theory of underemployment in densely populate backward areas. En Leibenstein, H. (Ed.) *Economic Backwardness and Economic Growth: Studies in the Theory of Economic Development*. Estados Unidos de América: John Wiley and Sons.
- Licht, A. y Siegel, J. (2006). The social dimensions of entrepreneurship. En Casson, M. *et al.* (Eds.) *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Inglaterra: Oxford Press.
- Loayza, N. y Serven, L. (2010). *Business Regulation and Economic Performance*. Estados Unidos de América: The World Bank.
- López, C. (2010). ¿Tiene sentido rescatar a los informales como microempresarios? En вір (Ed.) El fenómeno de la informalidad en el siglo ххі: medición, análisis y retos. Estados Unidos de América: вір.
- Macías, S. (2008). Productividad y competitividad en las Pymes: una visión estratégica para el desarrollo económico y social. España: AECID.
- Maldonado, G., Martínez, S., García, P., Aguilera, E. y González, A. (2010). La influencia de las TICs en el rendimiento de la Pyme de Aguascalientes. *Investigación y ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, (47), 57–65.
- Maqueda, J., Olamendi, G. y Parra, F. (2003). *Tu propia empresa: un reto perso-nal*. España: Editorial ESIC.
- Maza, O. *et al.* (2016). Discusión sobre la informalidad en el mercado de trabajo de Uriangato, Gto. *Cadernos do CEAS*, 239(1), 852-870.

- Maza, O. y Chávez, M. (2017). El camino a Textitlán. Avances para un concepto de comunidades altamente especializadas. *Trabajo*, 9(14), 133-162.
- Mazumdar, D. y Mazaheri, A. (2003). *The African Manufacturing Firm: An Analysis Based on Firm Surveys in Seven Countries in Sub-Saharan Africa*. Inglaterra: Routledge.
- McPherson, M. (1996). Growth of micro and small enterprises in South Africa. *Journal of Development Economics*, 48(1), 253-277.
- Mead, C. y Liedholm, C. (1998). The dynamics of micro and small enterprises in developing countries. *World Development*, *26*(1), 61-74.
- Min, P. (1984). From white-collar occupations to small business: Korean immigrant's occupational adjustment. *Sociological Quarterly*, 11(1), 333-352.
- Moyi, E. (2013). Credit and employment growth among small enterprises in Kenya. *International Journal of Business and Economics Research*, 2(3),69-76.
- Mueller, D. (1972). A life cycle theory of the firm. *The Journal of Industrial Economics*, 20(3), 199-219.
- O'Farrell, P. y Hitchens, D. (1988). Alternative theories of small-firm growth: A critical review. *Environment and Planning*, *20*(10), 1365-1383.
- Obando, M., Rojas, M. y Zevallos, V. (2008). Características de las microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana. República Dominicana: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana.
- OCDE. (2000). Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach. Policy Brief, 1–8. Recuperado de http://www.oecd.org/dataoecd/3/30/1918307.pdf
- OECD. (2016). Entrepreneurship at a Glance 2016. Francia: OECD Publishing.
- Organización Internacional del Trabajo. (2007). La promoción de empresas sostenibles. Informe VI. Suiza.
- Ortiz, M. (2001). *Pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana*. República Dominicana: FondoMicro.
- Ortiz, M. (2013). El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: Un estudio empírico en República Dominicana. *FIR: Faedpyme International Review*, *2*(3), 39–48.
- Ortiz, M., Cabral, M. y Mena, R. (2014). *Micro, pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana 2013*. República Dominicana: FondoMicro.
- Page, J. (2012). Can Africa industrialize? *Journal of African Economies*, 21(2), 86-125.

- Papail, J. (2002). De asalariado a empresario: la reinserción laboral de los migrantes internacionales en la región centro-occidente de México. *Migraciones Internacionales*, 1(3), 79–102.
- Parida, V., Patel, P., Wincent, J., y Kothamäki, M. (2016). Network partner diversity, network capability, and sales growth in s mall firms. *Journal of Business Research*, 69(6), 2113-2117.
- Penning, J. (1982). The urban quality of life and entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 25(1), 63-79.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Estados Unidos de América: Oxford University Press.
- Pfann, G., Biddle, J., Hamermesh, D. y Bosman, C. (2006). Business success and businesses beauty capital. *Economics Letters*, 93(1), 210-207.
- Pletnev, D. y Barkhatov, V. (2016). Business success of small and medium sized enterprises in Russia and social responsibility of managers. *Procedia Social and Behavioral Science*, 221(1), 185-193.
- Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (1990). *Industrial Districts and Inter-Firm Co-Operation in Italy*. Suiza: International Institute for Labour Studies.
- Rajan, R. y Zingales, L. (1998). Financial dependence and growth. *The American Economic Review*, 88(3), 51-69.
- Ranci, C. (1996). Marginalità sociale. In *Enciclopedia delle Science Sociali*. Italia: MGE.
- Regil, A. (2003). *Corporate Social Responsibility Without Living Wages is Irresponsible and Unsustainable*. Estados Unidos de América: TLWNSI.
- Reinikka, R. y Svensson, J. (2002). Coping with poor public capital. *Journal of Development Economics*, 69(1), 51-69.
- Riaño, P. (2015). Dónde, cuándo y cómo: las claves del aprovisionamiento en moda. *Moda.es Dossier*. 7-12.
- Rocha, E. (2012). The impact of business environment on the size of the micro, small and medium enterprises sector: Preliminary findings from a cross-country comparison. *Procedia Economics and Finance*, 4(1), 335-349.
- Román, P., González, J., y Soberón, J. (2014). El caso de las pequeñas y medianas empresas mexicanas, ¿micronegocios viables o sobrevivientes? *COFACTOR*, 5(9), 150–178.
- Romar, E. (2009). Strategic intent, confusion harmony and firm success. *Acta Polytechnica Hungarica*, *6*(3), 57-67.

- Rosen, S. (1981). The economics of superstars. *American Economic Review*, 71(6), 845-858.
- Rueda, D. (2003). *Improvisación en la administración*, ¿lastre empresarial? México: Universidad de las Américas.
- Salas, C. (2006). El sector informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina. En De la Garza, E y Belmont, E. (Eds.), *Teorías Sociales y Estudios del Trabajo: Nuevos Enfoques.* México: Anthropos.
- Salas, C. y Mendoza, M. (2005). Derechos laborales y entorno macroeconómico en América Latina. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/284714372_Derechos_laborales_y_entorno_macroeconomico_en_America_Latina
- Sánchez García, J. (2013) The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447–465
- Santandreu, E. (2005). La empresa familiar. *Centremetal.Lúrgic UMPBALL*, *1*(6), 47-57.
- Saraví, G. (1998). Cultura empresarial en un distrito industrial mexicano: comunidad y relaciones inter-firmas. Estados Unidos de América: Latin American Studies Association.
- Schott, T., y Jensen, K. (2016). Firms' innovation benefiting from networking and industrial support: A global analysis of national and firm effects. *Research Policy*, 45(6), 1233-1246.
- Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (2008). *Pymes: una visión estratégica para el desarrollo económico y social*. Chile.
- Shapero, A. (1982). The social dimension of entrepreneurship. En Kent, C., Sexton, D. y Vesper, K. (Eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sieger, P. (2011). Long-term success of family firms: Investigating specific aspects of firm-level entrepreneurship and individual-level antecedents. Tesis de doctorado. Niedermann Druck AG, St. Gallen.
- Sosa, V. (2014). El financiamiento de los micronegocios en México. México: Universidad.
- Srebrisky, T. (2014). *Infraestructura sostenible para la competitividad y el crecimiento inclusivo*. Estados Unidos de América: Banco Interamericano de Desarrollo.

- Success Factors. (2013). Success Factors for Swiss smes: Company succession in practice. Swiss: University of St. Gallen and Credit Swiss Global Research.
- Tefera, H., Gebremichael, A. y Albera, N. (2013). Growth determinants of micro and small enterprises: Evidence from Northern Ethiopia. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(9), 127-134.
- Tybout, J. (2000). Manufacturing firms in developing countries: How well do they do, and why? *Journal of Economic Literature*, 38(1), 11-44.
- Valencia, M. (2008). Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa. España: Ediciones de La Universidad Castilla de La Mancha.
- Vivarelli, M., Piga, C. y Piva, M. (2004). Il triangolo competitivo: Innovazione, organizzazione e lavoro qualificato. *L'industria*, *Società Editrice il Mulino*, 4(1), 655-674.
- Wang, S., Hong, Y., Archer, N. y Wang, Y. (2011). Modeling the success of small and medium sized online vendors in business to business electronic marketplaces in China: A motivation–capability framework. *Journal of Global Information Management*, 19(4), 45-75.
- Wang, Y. (2016). What are the biggest obstacles to growth of SMEs in developing countries? An empirical evidence from an enterprise survey. *Borsa Istanbul Review*, 16(3), 167-176.
- Webb, K. (2011). *Emotional intelligence and business success*. Working Paper. Recuperado de http://ssrn.com/abstract=1948065
- Williamson, O. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. *Journal of Economic Literature*, 38(1), 595–613.
- World Economic Forum (2009). *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. Geneva, Switzerland.
- Wrigley, W. (2015). Comportamiento organizacional. México: McGraw-Hill.
- Zeballos, E. (2008). *Pymes: una visión estratégica para el desarrollo económico y social*. Santiago de Chile: Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

La microempresa en América Latina Un análisis comparativo entre México

Primera edición 2018 (versión electrónica)

El cuidado y diseño de la edición estuvieron a cargo del Departamento Editorial de la Dirección General de Difusión y Vinculación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.