

Realidad organizacional de las microempresas en Villa María y la región

Año
2015

Autor
Beltramino, Nicolás Salvador

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Beltramino, N.S., Ingaramo, J.M., Pieckenstainer, A.L. y Gazzaniga, L.C. (2015). *Realidad organizacional de las microempresas en Villa María y la región*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

IV CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

INSPIRACIÓN E IDENTIDAD PARA LA INTEGRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

VILLA MARIA - 12 Y 13 DE NOVIEMBRE DE 2015

REALIDAD ORGANIZACIONAL DE LAS MICROEMPRESAS EN VILLA MARÍA Y LA REGION

BELTRAMINO, NICOLAS SALVADOR. AUTOR Y EXPOSITOR

INGARAMO, JUAN MARCELO. AUTOR Y EXPOSITOR

PIECKENSTAINER, ANA LAURA. AUTORA Y EXPOSITORA

GAZZANIGA, LILIA CARINA. AUTORA Y EXPOSITORA

REALIDAD ORGANIZACIONAL DE LAS MICROEMPRESAS EN VILLA MARÍA Y LA REGION

PALABRAS CLAVE: Microempresas – Realidad Organizacional – Desarrollo Regional – Gestión De La Administración.

Resumen

En el presente trabajo se realiza un estudio comparativo de la realidad de las microempresas de la región mencionada mediante el cuestionario base desarrollado por la FAEDPYME.

En el estudio se pretende determinar las características que poseen este tipo importante de empresas, en cuanto a su cantidad e impacto en la realidad económica local a efectos de poder identificarlas y analizar sus capacidades y debilidades a los efectos de proponer acciones a efectos de tratar de paliar sus principales problemas.

Para luego efectuar una comparación con respecto a las características identificadas de las microempresas iberoamericanas, mediante a la metodología propuesta por FAEDPYME.

1. Introducción

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

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

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

muy dinámicas y productivas (Dandridge y Levenburg, 2000).

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

La complejidad propia del sector de la microempresa y la ausencia de registros y datos precisos sobre sus características organizativas y dimensiones reales, dificulta la realización de este tipo de estudios (Cardozo, 2007). El objetivo de este trabajo es, por tanto, realizar una radiografía en profundidad de la situación de la microempresa en Villa María, Argentina, para determinar sus fortalezas y debilidades, y aportar estrategias y planes de actuación que redunden en una mejora de su competitividad y desarrollo.

2. Objetivos

Los objetivos específicos del informe son:

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

3. Utilidad e implicaciones del proyecto

Este proyecto resulta relevante y actual, pudiendo ser de gran interés las implicaciones que se derivan del mismo. En efecto, los resultados del estudio pueden ser útiles tanto para la Administración como para la gestión competitiva de la Microempresa. Los resultados pueden ser considerados para el diseño eficaz de la política pública dirigida a apoyar el desarrollo de

la Microempresa. Los resultados también pueden proporcionar guías de actuación útiles para los gerentes o propietarios que deben asegurar la fortaleza competitiva de su empresa y una solidez financiera. Este proyecto contribuye a promover la investigación de calidad en el desarrollo de una línea de trabajo donde se contribuye a resolver problemas de impacto social y económico.

4. Metodología del proyecto

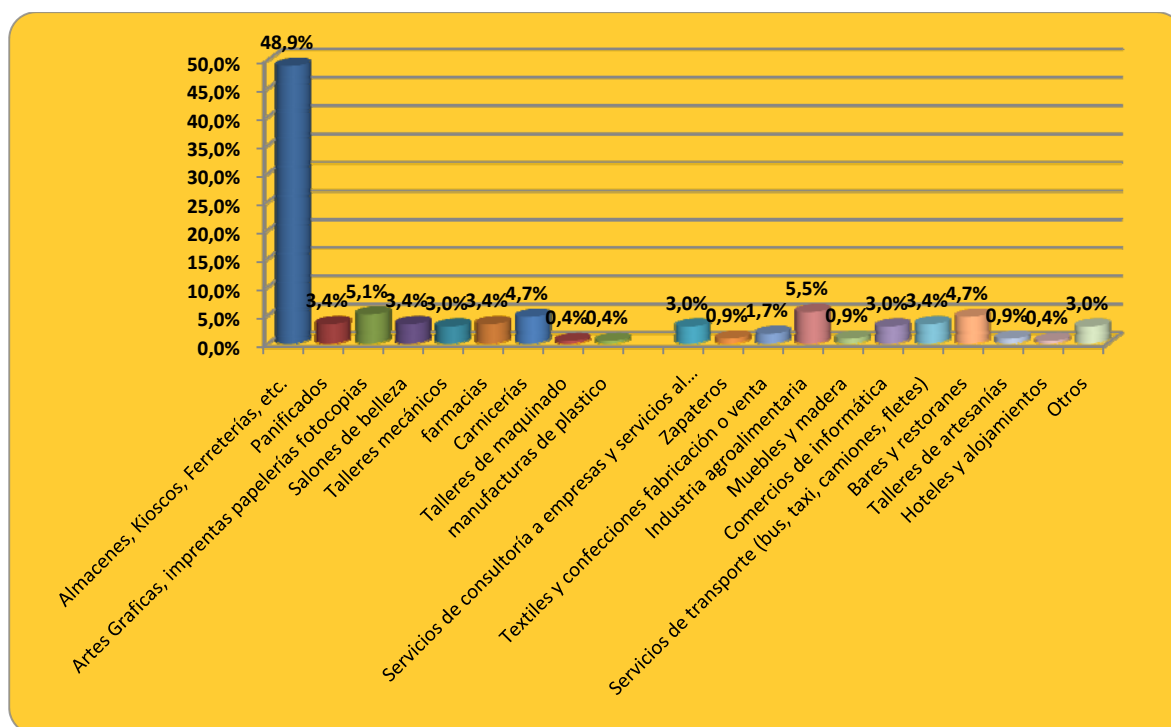
El estudio se llevó a cabo por medio de una muestra de 215 casos tomados de manera aleatoria, sin la utilización de una muestra paramétrica, tratando de obtener una representación de la estructura empresarial de las empresas de la región de Villa María.

Otro aspecto considerado fue la segmentación de la muestra para que pueda darse una comparabilidad entre países. En este trabajo se entenderá en general microempresas aquellas que cuenten entre 1 y 10 empleados (incluido el propietario).

5. Análisis de datos relevados

CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DE LA MUESTRA

De la muestra relevada , observamos que casi la mitad de las empresas se dedican a actividades que no requieren demasiado Know How, ni inversiones tanto físicas como humanas, como lo son los kioscos, despensas, y otros negocios de aprovisionamiento que pueden ser desarrollados en el espacio físico donde vive el núcleo familiar.

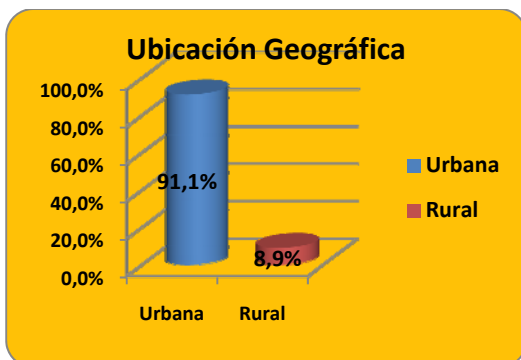


Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Del resto de las actividades vemos que se distribuyen de manera muy pareja en torno al 5 % de la muestra en gran parte de las actividades codificadas, y las que requieren de un conocimiento más artesanal o de alguna técnica en particular.

Localización y Emplazamiento

Analizando la distribución de acuerdo al área geográfica de emplazamiento, observamos que más del 90% se desarrolla en zonas urbanas, quedando menos del 10% para las zonas rurales, siendo sólo las que se dedican a actividades relacionadas con la actividad agropecuaria, ya sea en explotaciones o brindando servicios al sector.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

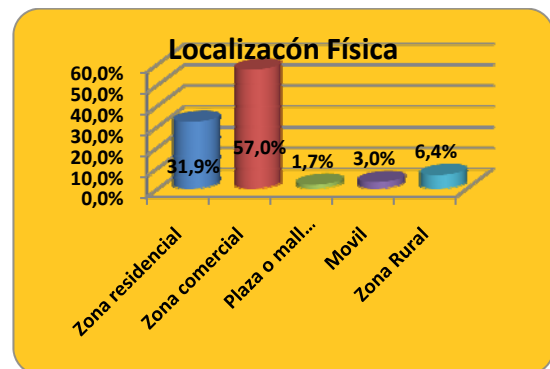
Disponibilidad de Servicios

En cuanto a la disponibilidad de los diferentes servicios se pudo constatar que en casi la totalidad de los casos, un guarismo cercano al 90% de las observaciones poseen los servicios básicos como agua, electricidad y sanitarios instalados. Luego baja a un 75% en el caso de la telefonía fija.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

En lo que respecta a su emplazamiento podemos observar que el 57% de los consultados se emplazan en áreas comerciales, y que un poco más del 30% lo hace en zonas residenciales, optando por emplazamientos móviles solamente un 3 % de los casos. La menor significación es de emplazamientos en centros comerciales, dado los elevados costos de mantenimiento para este tipo de ubicaciones, lo que requieren de estructuras mucho más formalizadas.

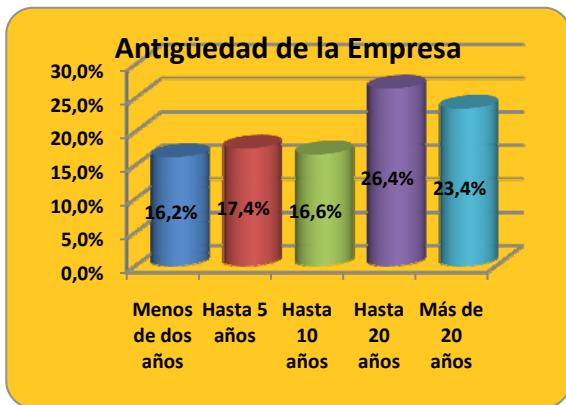


Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

En lo que respecta al uso de las modernas tecnologías de información y comunicación se pudo observar que el 67% tienen y utilizan correo electrónico, pero menos de la mitad de estos usuarios usan la banca electrónica, y solamente un poco más del 10 % poseen página web.

Antigüedad de La Explotación

Tomando en cuenta la antigüedad de las actividades, surge que existe una notoria paridad en la distribución por esta variables entre aquellos emprendimientos que se encuentran con menos de dos años, entre dos y cinco años y los que tienen hasta diez años los que alcanzan un porcentaje de alrededor del 17% para cada una de las categorías, abarcando entre las tres es decir empresas con hasta 10 años poco más del 50%, y que las que tienen mayor antigüedad sean el resto.

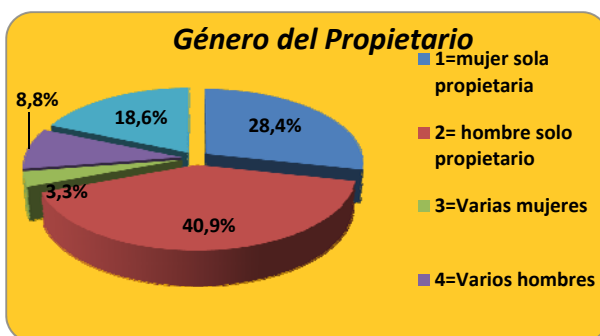


Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Considerando el tipo de empresas mayoritariamente, una tres cuartas partes de la muestra se categorizan como empresas individuales registradas, permaneciendo en el mercado informal, o no registrado menos del 10%, sucediendo

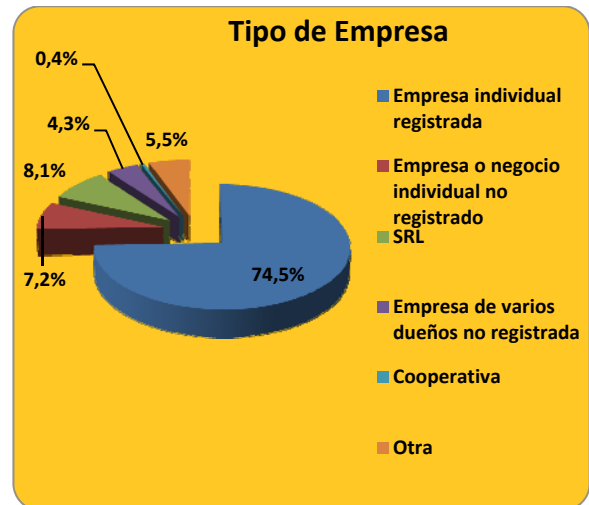
Género de los Propietarios

Habiendo indagado sobre el género de los propietarios de los establecimientos, pudimos obtener que el mayor porcentaje fuera de hombres solos, con más de un 40 % de los casos y que fueran seguidos con poco menos del 30% por mujeres solas propietarias, ubicándose en tercer lugar la propiedad conjunta de hombres y mujeres, con poco menos del 20%.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

lo mismo con empresas de mayor desarrollo jurídico como las S.R.L.

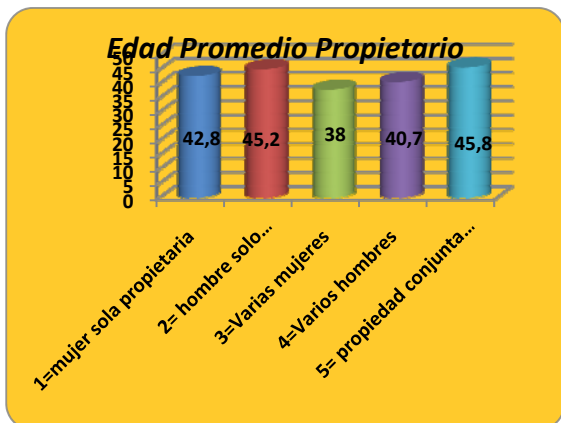


Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados.

Siendo la propiedad de grupos de solo hombres o solo mujeres los menos representativos.

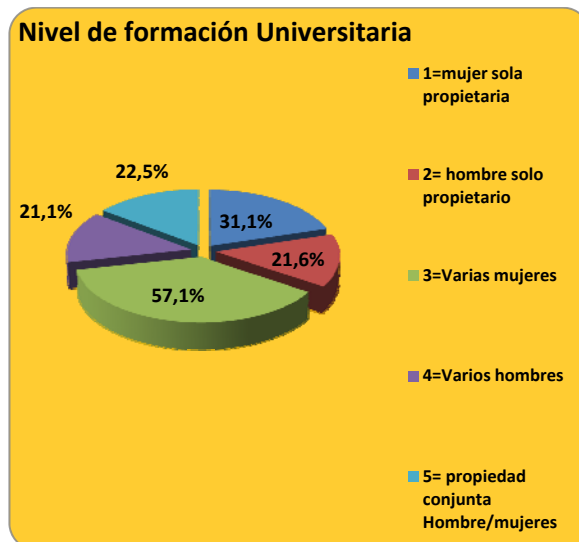
Edad de los Propietarios

En cuanto a la edad promedio de los propietarios de la muestra de 42.5 años, y de los grupos en los que se dividió la muestra los de menor edad el grupo de solo mujeres propietarias, con un promedio de 38 años, y los de mayor edad el de propiedad conjunta de hombres y mujeres. La edad mínima que coincidía en casi todas las categorías fue de 22 años, mientras que la máxima fue de 80 años, registrando una gran diferencia en la máxima el grupo de mujeres propietarias con un máximo de 57 años.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Mostrando el nivel más bajo de formación las empresas dirigidas por un conjunto de hombres.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Nivel de Formación

Analizando el nivel de formación pudimos observar que el nivel más alto de formación universitaria se encuentra en las empresas cuya titularidad es ejercida por un conjunto de varias mujeres, que en más del 50 % poseen este nivel de formación, seguidos por las mujeres solas propietarias que poseen más de un 30%.

Motivaciones personales para crear el negocio

Si tomamos en cuenta las motivaciones desde la óptica de la personalidad que llevaron a la creación de la empresa y al desarrollo de este tipo de actividad nos encontramos que en su gran mayoría, más de un 50% considera que la principal ha sido la necesidad económica, seguidos con porcentajes cercanos al 20 % la visión de futuro, la pasión, la intuición, la audacia, entre las principales.



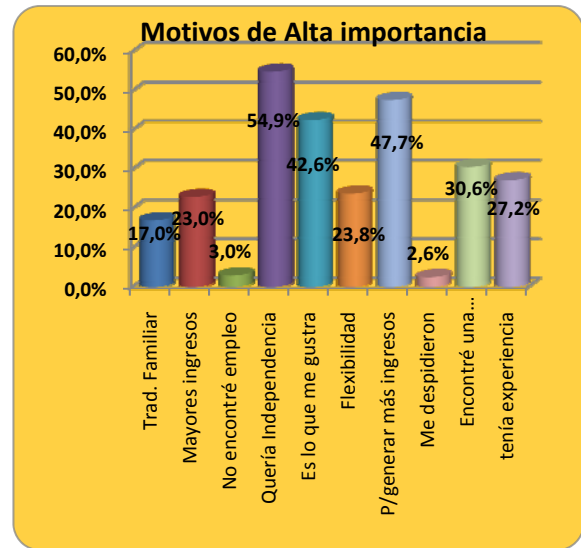
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Ahora bien consultados sobre los motivos racionales que lo llevaron a emprender

ese tipo de actividad, nos respondieron que los llevó a tomar esa decisión fue el

deseo de independizarse con casi un 55 % de las respuestas, seguidos por la generación de mayores ingresos y en tercer lugar que es lo que les gustaba hacer.

Si consideramos los factores que consideran de baja importancia, se destaca en primer lugar el haber sido despedido, con un 83% de las observaciones, seguido por la no consecución de empleo con un 70%.



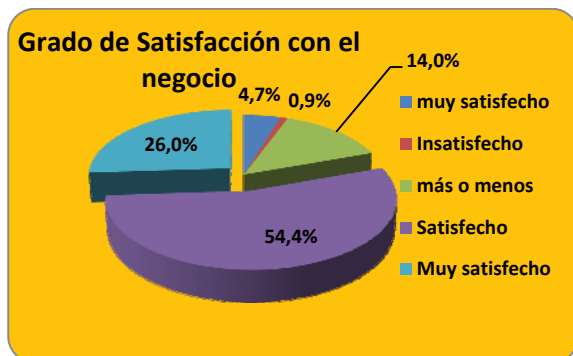
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Nivel de Satisfacción

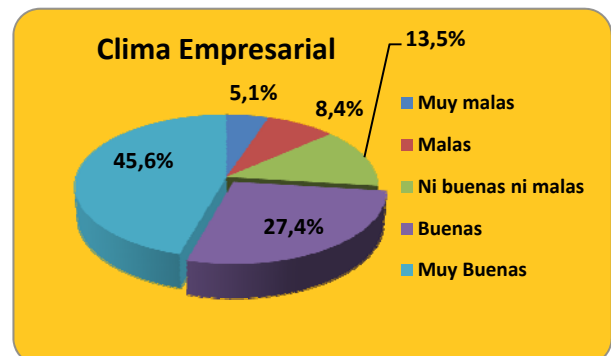
En general con respecto a este aspecto, podemos decir que la mayoría, más del 80% manifestó que se encuentran o satisfechos o muy satisfechos con los resultados obtenidos con el desarrollo de la actividad, a lo que si le sumamos los que no se encuentran ni satisfechos ni

insatisfechos, el porcentaje sube hasta casi el 95 % de las respuestas.

En el mismo sentido anterior se encuentran las respuestas sobre el clima empresarial ya que más de las tres cuartas partes de la muestra respondió que las perspectivas son o buenas o muy buenas y solamente el 13% consideran que la situación será negativa.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados



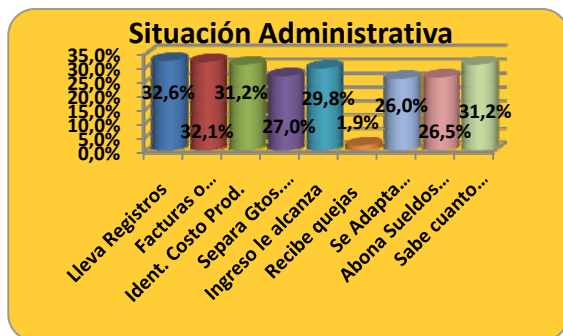
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Gestión administrativa Contable

Al estudiar este aspecto se pudo observar que solamente alrededor de una tercera parte de las empresas indagadas, llevan registros contables, poseen facturación de acuerdo a las normas exigidas por los organismos de fiscalización, pueden identificar los costos de operación del emprendimiento, pueden separar los

gastos personales de los del negocios y que los ingresos de la explotación le son suficientes para soportar sus gastos. Además un poco más de la cuarta parte son capaces de adaptarse con facilidad a los cambios que se producen en el entorno. Abonan sueldos acordes al mercado y además un escaso porcentaje,

solamente menos del 2 % de los encuestados manifestó tener quejas frecuentes de sus clientes.



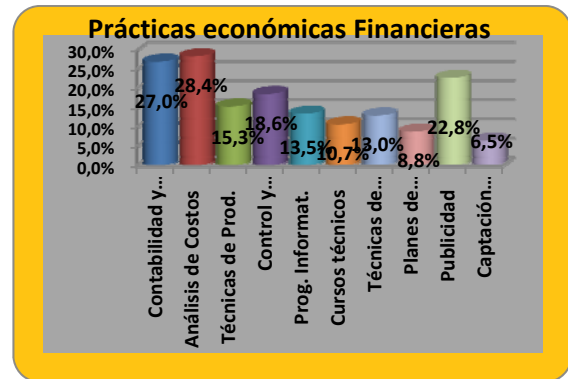
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

En lo relativo a las prácticas económico financieras, observamos que al igual que en punto anterior prácticamente un tercio realizan actividades de contabilidad y finanzas, al igual que análisis de costos. En cuanto a otras prácticas como por ejemplo, publicidad solo un 22,8% la realiza y menor aún es la incidencia de la aplicación de herramientas de gestión de la calidad.

Factores de evolución

Cuando indagamos sobre los factores que más dificultan la evolución del emprendimiento, se presenta con lograr la motivación de los trabajadores, que claramente la definieron como el mayor inconveniente casi en el 20% de los casos. Seguidos en proporciones muy bajas la mejora de la calidad, el incremento de las utilidades y ventas y la mejora de la imagen de la empresa, las que fueron consideradas solamente en alrededor del 7% de las observaciones.

En lo que hace a los aspectos que más favorecen la evolución, nos encontramos que son en primer lugar lograr la satisfacción de los clientes, la mejora de la imagen y de la calidad de la empresa.



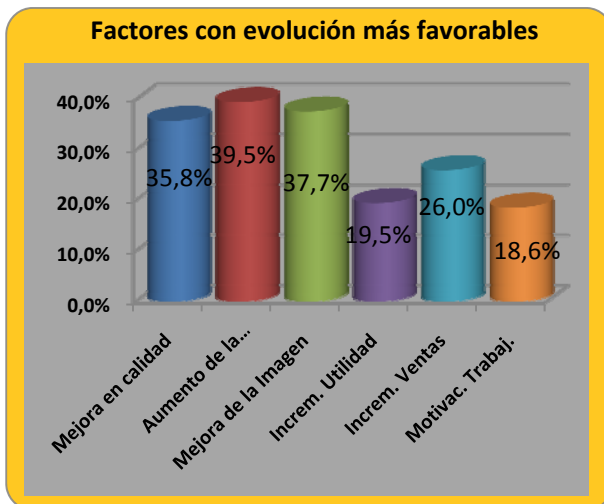
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Con una incidencia mucho menor se encuentran otras prácticas como lo son la realización de cursos, la utilización de programas informáticos, la aplicación de técnicas de producción, el análisis de viabilidad del negocio o la captación de programas de apoyo industrial, los que rondan alrededor del 10 por ciento de las explotaciones.



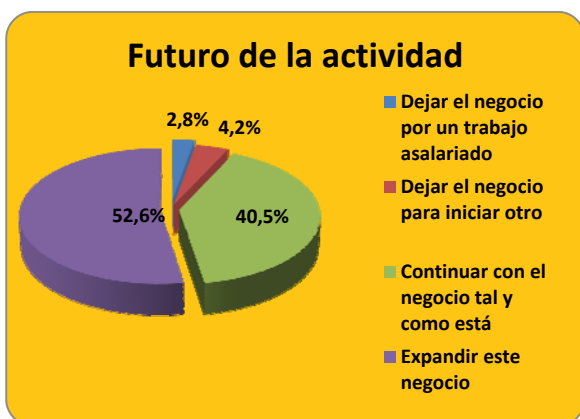
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

En coincidencia con el análisis de los factores más desfavorables, el de menor incidencia aquí es la motivación de los trabajadores, el que fue mencionado por casi un 19 % de los consultados.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Proyecciones Futuras



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Al ser consultados sobre cuáles eran las perspectivas futuras del negocio, más de la mitad, un 52,6 % tienen expectativas de que su actividad siga creciendo y lograr la expansión de su negocio, mientras que una cantidad importante, el 40 % piensa que su actividad seguirá igual que hasta el momento, sin expectativas de crecimiento ni disminución de su negocio. Por lo que si sumamos ambas apreciaciones nos arroja que solamente un escaso número un 7% dejaría la actividad por un trabajo asalariado o iniciaría otro negocio.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Con respecto a las perspectivas en cuanto a la demanda de empleo, solamente la cuarta parte de los consultados piensa que se producirá un aumento en la demanda, siendo que la mayoría (67,9%), opina que se mantendrá estable y solamente un escaso porcentaje estima que habrá una disminución.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Algo muy similar sucede con las perspectivas de ventas, en el que la mayor parte, 61,4% estima que aumentarán, casi una tercera parte piensa

que se mantendrán y casi un 10% sostiene que habrá una caída del nivel de actividad.

Análisis de Ventas



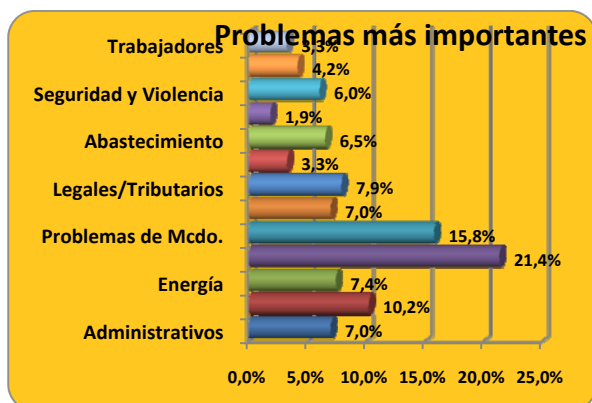
Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

La gran mayoría de los casos estudiados destina sus ventas al mercado de cercanía, realizando sus operaciones con clientes próximos al emplazamiento de lugar de operaciones, poco más de la mitad realizan operaciones con clientes de fuera de su barrio. Siendo aún mucho

menor las que se dedican a efectuar operaciones o servicios a otras empresas en las que solo el 18% de los consultados, respondió esta opción. Son muy raros los casos en los que este tipo de empresas realizan operaciones con el estado, seguramente dado su nivel de informalidad que no les permite llevar adelante este tipo de operaciones, ya que solamente el 3 % de las empresas efectúa este tipo de actividad. Y de manera muy insignificante realizan operaciones con clientes en el extranjero, solo un 0,5%.

Analizando los volúmenes de ventas semanales, podemos observar que el promedio ronda los 20.000 pesos, lo que equivale a unos 2.200 U\$, y un promedio mensual de 67.000 pesos, es decir 7.500 U\$.

Problemas que enfrentan

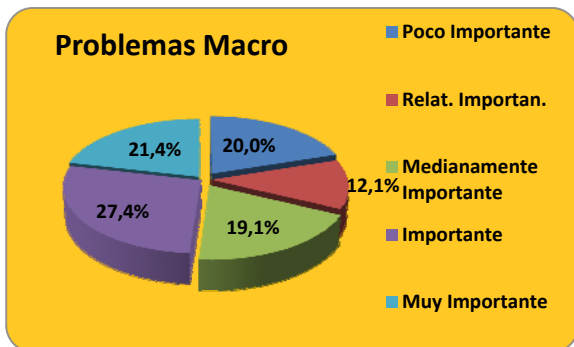


Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Considerando el grado importancia asignado a los problemas, en el caso del de mayor importancia, es decir, los problemas macroeconómicos, se pudo observar que lo consideran de medianamente importante a muy

En relación a los principales problemas a los que deben hacer frente, respondieron que el mayor problema es la situación económica seguida por los problemas de mercado, ambos que casi duplican la cantidad de respuestas positivas frente a otros problemas tipificados en el cuestionario tales como legales o tributarios, de abastecimiento, administrativos o financieros. Siendo los menos mencionados los problemas internos tales como con los empleados, de formalización o personales, entre los principales.

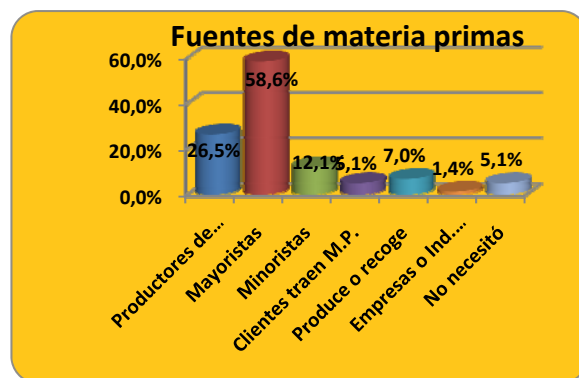
importante prácticamente el 70 % de los consultados, y que solamente lo consideran de bajo nivel de importancia el resto.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Fuentes de Aprovisionamiento

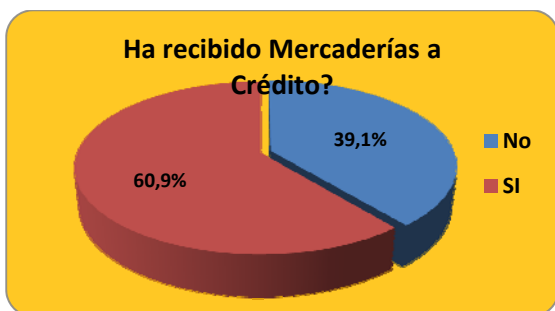
Sin lugar a dudas la principal fuentes aprovisionamiento de materias primas o de mercaderías para la reventa, los son los mayoristas, que abastecen a más de la mitad de los consultados, seguidos por la provisión por parte de los propios fabricantes con un 26,5%, siendo las demás fuentes de menor significado.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

En cuanto a las de menor importancia se destacan, las compras en el extranjero, que los clientes traigan las mercaderías y las empresas le realicen los servicios de

procesamiento o la elaboración de lo que recogen de la actividad extractiva.



Fuente: Elaboración propia en base a datos relevados

Un aspecto llamativo, es que un elevado porcentaje de los consultados, casi un 40% respondió no haber requerido de financiamiento o créditos para la provisión de materias primas, lo que si realizó poco más del 60 % de los indagados.

Conclusiones

Del análisis realizado de los datos, se pueden obtener las siguientes conclusiones, este tipo de emprendimientos se caracterizan por ser:

- Mayormente gestionados de manera individual, ya sea por hombres solos (40%) o mujeres solas (30%).

- 74,5% se encuentran registradas como empresas unipersonales.
- Poseen un alto nivel de informalidad, ya que solo el 30 % lleva registraciones y comprobantes fiscales.
- La antigüedad promedio es de 14 años y más de la mitad poseen más de 10 años.
- La edad promedio de sus directores es de 42,5 años
- Las mujeres propietarias son las que poseen el mayor nivel de formación
- Fueron creadas por necesidades económicas.
- La motivación principal fue para lograr independencia económica.
- Los principales problemas que enfrentan son los macroeconómicos o de mercado.
- Se aprovisionan principalmente de mayoristas.
- Destinan sus ventas principalmente a mercados de proximidad.
- Son optimistas en cuanto a las perspectivas futuras, tanto de la empresa como del medio.

6. Referencias bibliográficas

- ALBURQUERQUE, F. (2007): "DESARROLLO LOCAL EN AMÉRICA LATINA: OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA EL TRABAJO DECENTE", DOCUMENTO DE TRABAJO Nº 63, DEPARTAMENTO DE INTEGRACIÓN DE POLÍTICAS, GRUPO DE POLÍTICAS NACIONALES, OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO, GINEBRA.
- BOLETÍN DE ECONOMÍA LABORAL (2006): "LA MICROEMPRESA: UNA PROPUESTA TIPOLOGICA Y EJERCICIO DE APLICACIÓN EN LIMA SUR", MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DE EMPLEO DE PERÚ, BOLETÍN 34, AÑO 9.
- CARDOZO, E.R. (2007): "LA CONCEPTUALIZACIÓN DE MICROEMPRESA, MICROEMPREDIMIENTOS Y UNIDAD PRODUCTIVA DE PEQUEÑA ESCALA", REVISTA COPÉRNICO, VOL. 4 (6), 23-30.
- DANDRIDGE, T Y LEVENBURG, N.M. (2000): "HIGH-TECH POTENTIAL? AN EXPLORATORY STUDY OF VERY SMALL FIRMS' USAGE OF THE INTERNET", INTERNATIONAL SMALL BUSINESS JOURNAL, VOL. 18 (2): 81-91.
- GONZÁLEZ ALVARADO, T.E. (2005): "PROBLEMAS EN LA DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA", REVISTA VENEZOLANA DE GERENCIA, AÑO 10, Nº 31, 408-423.
- HESHMATI, A. (2001): "ON THE GROWTH OF MICRO AND SMALL FIRMS: EVIDENCE FROM SWEDEN", SMALL BUSINESS ECONOMICS, 17, 213-228.
- ORJUELA, F.N. (2006): "ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA MICROEMPRESA LATINOAMERICANA", LATINOAMÉRICA. REVISTA DE ESTUDIOS LATINOAMERICANOS, Nº. 43, 153-174.
- ORTIZ MEDINA, M. (2013): "EL FRACASO DE LA MICROEMPRESA RELACIONADO CON LAS CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES DEL PROPIETARIO: UN ESTUDIO EMPÍRICO EN REPUBLICA DOMINICANA", REVISTA FIR, FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW, VOL. 2 Nº 3, 39-48.
- POLLACK, M. Y JUSIDMAN, C. (1997): "EL SECTOR INFORMAL URBANO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO. EL CASO DE MÉXICO", SANTIAGO DE CHILE, CEPAL.
- SAAVEDRA, M.L. Y HERNÁNDEZ, Y. (2008): "CARACTERIZACIÓN E IMPORTANCIA DE LAS MIPYMES EN LATINOAMÉRICA: UN ESTUDIO COMPARATIVO", ACTUALIDAD CONTABLE FACES, AÑO 11, Nº 17, JULIO-DICIEMBRE, 122-134.
- TOKMAN, V.E. (2001): "DE LA INFORMALIDAD A LA MODERNIDAD", ECONOMÍA, PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ, VOL. XXIV, Nº 48, 153-178.

- TORRES, M. (2006): "MICROEMPRESA, POBREZA Y EMPLEO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. UNA PROPUESTA DE TRABAJO", ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. SECRETARÍA EJECUTIVA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL. DEPARTAMENTO DE DESARROLLO SOCIAL Y EMPLEO.
- TUNAL, G. (2003): "EL PROBLEMA DE CLASIFICACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS", ACTUALIDAD CONTABLE FACES, VOL. 6 (7), JULIO-DICIEMBRE, 78-91.