



**Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"**  
Repositorio Institucional

# **Caracterización de las microempresas en Villa María y la región**

---

---

Año  
2016

Autor  
Ingaramo, Juan Marcelo

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

Ingaramo, J. M., Beltramino, N. S., Pieckenstainer, A. L. y Gazzaniga, L. C. (2016). *Caracterización 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

V CONGRESO DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

II ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ADMINISTRACIÓN DEL CENTRO DE LA  
REPÚBLICA

I CONGRESO DE CIENCIAS ECONÓMICAS DEL CENTRO DE LA REPÚBLICA

**“DESAFÍOS PARA LA GESTIÓN DE ORGANIZACIONES FRENTE A LAS NUEVAS  
REALIDADES DE LA SOCIEDAD”**

VILLA MARÍA - ARGENTINA - 06 y 07 DE OCTUBRE DE 2016

**CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EN VILLA MARÍA Y LA REGIÓN**

INGARAMO, JUAN MARCELO. AUTOR Y EXPOSITOR  
BELTRAMINO, NICOLÁS SALVADOR. AUTOR Y EXPOSITOR  
PIECKENSTAINER, ANA LAURA. AUTORA Y EXPOSITORA  
GAZZANIGA, LILIA CARINA. AUTORA Y EXPOSITORA

Auspician



Adhieren



# **CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS EN VILLA MARÍA Y LA REGIÓN**

**PALABRAS CLAVES:** MICROEMPRESA - DESARROLLO - COMPETITIVIDAD - GESTIÓN - FORMALIZACIÓN

## **RESUMEN:**

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

## **Objetivo General:**

- Explorar la viabilidad de la capacidad competitiva de las microempresas como generadoras de empleo y desarrollo local/regional.

## **Objetivos específicos:**

- 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.

## **Metodología**

Este trabajo se realizó un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta a más de 600 microempresas de la Región de Villa María, Argentina dirigida al gerente de la empresa. En este trabajo consideramos microempresas aquellas que tienen un rango de trabajadores de 1 a 10 (incluido el propietario). La técnica de recolección de información fue una encuesta personal o telefónica que se realizó durante setiembre a diciembre de 2015.

## **Resultados alcanzados:**

- a. Diagnóstico de la situación real de la microempresas de la región de Villa María.
- b. Determinar la existencia de características diferenciales entre las microempresas Argentinas con las del resto de América Latina.
- c. Establecer sus capacidades competitivas.

## 1. INTRODUCCIÓN Y MARCO TEÓRICO

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; Alburquerque, 2007; Ortiz, 2013). Las microempresas han cobrado cada vez mayor importancia, debido a que tienen la capacidad de producir puestos de trabajo con menores requerimientos de capital, demostrando el potencial innovador para enfrentar la flexibilidad productiva (BEL, 2006).

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

Adicionalmente, la teoría de la heterogeneidad plantea la coexistencia dentro del sistema productivo de sectores económicos que presentan una diferenciación en los niveles de productividad, lo que se traduce en una estructura social muy heterogénea, esta heterogeneidad se ubica en las

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

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

### **Los objetivos del informe son:**

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

- Elaborar propuestas de actuación para la mejora de la competitividad y desarrollo de la microempresa.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 688 microempresas de la Región de Villa María, Argentina dirigida al gerente de la empresa. En este trabajo consideramos microempresas aquellas que tienen un rango de trabajadores de 1 a 10 (incluido el propietario). La técnica de recogida de información fue una encuesta personal y el trabajo de campo se realizó durante los meses de agosto a noviembre de 2015.

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

## **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

### **2.1. Estructura de la muestra**

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta

que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron 20 estratos sectoriales (ver Tabla 1). Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. Y el criterio inicial para determinar el tamaño de la muestra se estableció de forma que el error máximo (supuesto de mayor incertidumbre  $p=q= 0.5$ ) en la estimación de una proporción para el conjunto de la población sea inferior a 5 puntos porcentuales con un nivel de confianza del 95%.

**Tabla 1**  
**Distribución de la muestra por Sector**

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Almacén, Kiosco, Drugstore	202	29,4
Panaderías	31	4,5
Papelerías, Fotocopiadoras e imprentas	30	4,4
Salones de belleza	26	3,8
Talleres mecánicos	22	3,2
Farmacias	32	4,7
Carnicerías	32	4,7
Talleres de maquinado, torneros, soldadores, etc	11	1,6
Manufactura de plástico	1	,1
Servicios de consultoría de empresas	3	,4
Fabricantes de zapatos y Zapateros	10	1,5
Talleres de ropa y confecciones	67	9,7
Industria Agroalimentaria	32	4,7
Muebles y maderas	12	1,7
Comercio de Informática	14	2,0
Servicios de transporte (bus, Taxi, Camiones)	9	1,3
Bares y restaurantes	10	1,5
Talleres artesanales	15	2,2
Hoteles	3	,4
Otros	126	18,3
<b>Total</b>	<b>688</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración Propia, en base a datos relevados

## 2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y nos permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la microempresa. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido al director, dueño o

gerente de la empresa. Con esta herramienta se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha cuidado especialmente su estructuración, una redacción adecuada, clara y con un contenido breve.

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

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

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

### **2.3. Análisis estadístico de los datos**

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

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

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

### **3. CARACTERIZACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS**

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características

- El 97.66 % de las microempresas están ubicadas en zonas urbanas y el 2.34 % en zonas rurales.
- El 42.31 % se localizan en zonas residenciales, el 48.9% en zonas comerciales y el 2.2 % en plazas o malles comerciales, el 3.81 % tienen puestos móviles y el 2.78 % restante en zonas rurales.
- Si analizamos el tipo de local apreciamos que la mayoría de las microempresas de la muestra utilizan locales independientes (70 %), 20 % utilizan locales en un espacio de la misma vivienda y el 10 % locales o kioscos en áreas comerciales.
- El 40.2 % de las empresas tienen una antigüedad superior a 10 años y se califican como maduras y el 59.80 % son empresas jóvenes.

- Respecto a la forma jurídica. la mayoría de las microempresas son empresas individuales registradas (78.2 %). el 11.3 % son empresas individuales no registradas, y tan sólo el 8.8 % tienen figura societaria.
- En cuanto a la propiedad de la microempresa podemos ver cómo en la mayoría de las microempresas la propiedad recae en un solo hombre (37.9 %), el 32.3% en manos de una sola mujer, en el 21.4 % de los casos la propiedad es conjunta entre hombre y mujer, y el resto está constituido por microempresas formadas por varios hombres o mujeres propietarios.(8,4 %)
- La edad media del propietario/a es de 43.6 años
- El nivel de formación mayoritario de las microempresas de la muestra es educación básica o media (59.3 %), el 2.2 % es sin educación formal o reglada, el 14.7 % tienen estudios técnicos y el 23.3 % posee estudios universitarios.
- En lo que se refiere a la cantidad de propietarios al inicio de las actividades podemos observar que en promedio era de 1.33 personas siendo al momento actual 1.38 personas. La dotación total de personal al inicio en promedio era de 2.37 personas pasando al momento actual a 3.19 personas. En cuanto a la cantidad promedio de mujeres observamos al inicio 1, pasando a 1.35 en el momento actual.

## **4. EXPECTATIVAS Y RENDIMIENTO DE LA MICROEMPRESA**

### **4.1. Expectativas**

En este apartado analizaremos las expectativas de empleo y ventas y el clima empresarial de la microempresa en Argentina. Esto nos permitirá verificar la posición de futuro que puede alcanzar la microempresa. Un análisis global de las expectativas y de la percepción del clima empresarial para 2015 nos permite afirmar que el conjunto de empresas encuestadas considera que el año 2015 se va a mantener con respecto al año anterior pues estiman que el nivel de actividad (ventas) van a permanecer constantes (66.6 %) y pronostican un aumento solamente en un 24.6 % de los casos. En lo que respecta a las expectativas en cuanto al empleo, el 63.2 % de las microempresas tienen expectativas de aumentar su empleo, el 29.8 % que lo mantendrá y tan sólo el 5.1 % lo reducirá. El 24.6 % opina que aumentarán sus cifras de ventas, el 66.6 % que se mantendrán y el 4.9 % que disminuirán.

Para concluir la visión global respecto a la confianza empresarial, podemos centrarnos en la calificación (de 0 a 10) que realizan los gerentes sobre el clima empresarial, entendido como la confianza y expectativas globales del empresario sobre el entorno económico que condiciona la actividad de su empresa. La calificación media es de 7.1. Este resultado debe ser interpretado como positivo pues siempre resulta difícil otorgar una alta puntuación en este ítem.

#### **4.2. El futuro de la empresa**

Las expectativas de los propietarios respecto a sus decisiones sobre la evolución de sus negocios es otra variable importante a medir. En este sentido se le preguntó al propietario el futuro de la empresa. El 51.9% de los propietarios afirmaron que su idea de futuro era expandir su negocio, el 41.0% señaló que continuaría con su negocio en el estado actual, el 4.8% dejaría su negocio para iniciar otro, y tan sólo el 1.9 % dejará el negocio por un trabajo de asalariado.

#### **4.3. Rendimiento**

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

En términos generales los resultados muestran un buen comportamiento de los indicadores de rendimiento utilizados. La mayoría de las microempresas, el 48.4%, están satisfechas con su negocio y el 32.8% se encuentran muy satisfechas. Contrariamente, tan sólo el 1.5% están insatisfechas y el 4.2% muy insatisfechas. Mientras que el 12.8 % están más o menos satisfechas. Si analizamos los indicadores de rendimiento de tipo competitivo y económico vemos que todos se sitúan por encima de 3.00 (en una escala de 1 a 5). Esto refleja que los propietarios consideran por término medio que sus negocios mantienen una evolución muy positiva. El ítem con una

mayor valoración es el de “aumento de la satisfacción de los clientes” (4.06), seguido de “la mejora de la calidad del producto o servicio” (3.87). Mientras que los peores valorados fueron: “la motivación de sus trabajadores” (3.09) y “el incremento de la utilidad” (3.48).

## **5. MOTIVOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

### **5.1. Motivos para la creación de la microempresa**

A la hora de crear una empresa o negocio los propietarios tienen diferentes motivaciones para emprender. Los principales motivos por los que las microempresas Argentinas analizadas en la muestra, crean un negocio es principalmente porque quieren ser independientes (valoración de 3,86 en una escala de 1 a 5), seguido del deseo de desarrollarse (3,47) y en tercer lugar les gusta el negocio que han creado (3,49), y encontrar una oportunidad (3,10). Mientras que los motivos que los propietarios otorgaron menor puntuación fueron los de “motivos de despido” (1,01), “tradicción familiar” (1,70), y “por no encontrar empleo como asalariado” (1.33).

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

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

Las principales características personales que impulsaron al propietario a crear su empresa fueron: su visión de futuro (3.59), su audacia (3.40), su intuición (3.25), su eficiencia (3.31), su pasión (3.23), y su creatividad (3.12). Contrariamente, las habilidades menos valoradas fueron: aventura (2.42), dotes de persuasión (2.06) y, adicionalmente, los datos mostraron que la necesidad económica (con una valoración de 4.04) representó un elemento determinante para la creación de su empresa.

## **6. FINANCIACIÓN DE LA MICROEMPRESA E INGRESOS DE LA FAMILIA**

### **6.1. Financiación de la microempresa**

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

Los empresarios revelaron que iniciar sus negocios con ahorros propios o de familiares tiene un mayor grado de importancia (3.32) que otras fuentes de recursos, dado que no implica los compromisos financieros desde el inicio de la empresa. La segunda fuente en importancia para iniciar la actividad empresarial son los préstamos que familiares y amigos (2.30) puedan ofrecerle, pues regularmente están concedidos en condiciones más flexibles. En menor grado se encuentran las fuentes de dinero que deben ser pagadas en términos de plazo y montos fijos, tales como financiamiento de proveedores (1.96) bancos y financieras (1.56), de avances a trabajos (1.29) y prestamistas (1.19). Menor importancia tuvieron al inicio de la actividad los recursos que obtuvieron del gobierno (1.12) o ONGs y cooperativas (1.06).

### **6.2. Ingresos de la familia**

Además del ingreso de la microempresa, en el hogar de los propietarios entran otro tipo de recursos que pueden ser tanto en dinero como en especie, y que complementan los ingresos totales del hogar del propietario. Los sueldos que devengan miembros del hogar (2.95) constituyen la principal fuente de recursos adicionales en importancia para los propietarios de microempresas, en tanto que los aportes que realizan familiares o amigos (1.72) residentes en el país donde funciona el negocio representan la segunda fuente en importancia, seguido de los ingresos de otros negocios (1.66) que funcionen en el mismo lugar o en otro lugar que la empresa principal. Las demás fuentes consultadas fueron calificadas con un menor grado de importancia, tales como las remesas o regalos de familia o amigos que viven en el exterior (1.33), los ingresos de alquileres por propiedades del hogar (1.52), de la agricultura (1.38), de los subsidios y ayudas gubernamentales (1.20) o de pensiones (1.18). Los reducidos niveles de importancia de todas las

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

## **7. INFRAESTRUCTURA Y TIC EN LA MICROEMPRESA**

Podemos apreciar cómo el 95.49% de las microempresas de la muestra tienen servicio de agua potable, el 93.68% cuentan con servicios sanitarios y el 96.2% cuenta con electrificación en su local. En cuanto a las TICs, el 81.80% tienen un sistema de teléfono fijo y el 64.40% tiene correo electrónico. Menos frecuente en la microempresa es utilizar banca electrónica, tan sólo el 32.0% la utiliza, o disponer de página WEB, 24.3% de los casos analizados.

## **8. ADMINISTRACIÓN CONTABLE, ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA MICROEMPRESA**

La práctica administrativa más común en la microempresa es la identificación de los costos de sus mercancías o productos (94.5 %), seguida por el registro de ingresos y egresos (93,2%) y de saber cuánto deben vender o servicios prestar para no perder (88.7%), y contar con recibos o facturas fiscales (83,4%). Por el contrario la práctica menos frecuentes son recibir contar con ingresos suficientes para cubrir los gastos actuales (64.5%). Por otra parte, la microempresa se considera en general que se adaptan fácilmente a los cambios importantes que ocurren en su entorno (83.9%) y el solamente el 4.20% reconoce haber recibido frecuentemente quejas de sus clientes.

## **9. CAPACITACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

En este apartado se analizan las respuestas dadas por las empresas de la muestra a la cuestión relativa a cuáles son las principales áreas de capacitación de sus trabajadores de cara a los próximos años. Si se observa el, destacan como las principales áreas en las que las microempresas precisan formar a su personal las de producción (calidad/gestión de residuos, etc.) con 3.54 puntos, seguido de las áreas de logística (gestión de almacenes / distribución, etc.) y la de comercial y marketing con 3.18 puntos. El área de dirección y/o estrategia empresarial la puntúan con 3.06 puntos. Por el contrario, las áreas en las que las microempresas, demandan menos formación, son las de idiomas (2.34 puntos), gestión de la innovación (2.64 puntos),

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

## **10. PROBLEMAS Y DIFICULTADES A LAS QUE SE ENFRENTA LA MICROEMPRESA**

Los resultados sobre la calificación que, los propietarios de las microempresas, otorgan a los distintos problemas a los que se enfrentan su negocio como podemos apreciar, los problemas categorizados presentan una calificación media con diferencias muy ajustadas, al situarse todos ellos entre las puntuaciones de 1.65 y 2.95. El hecho de que no existan dificultades que destaquen de forma sobresaliente denota que las circunstancias a las que se enfrentan las empresas son ciertamente muy heterogéneas con múltiples facetas que hacen que los problemas sean importantes para unos y, sin embargo, mucho menos importantes para otros.

Dentro de ese nivel de importancia medio en el que se sitúan todos los problemas, podemos establecer un primer nivel, con una puntuación de 2.95, constituido por “Situación macroeconómica”, “Problemas de mercado” (2.91) y “Financieros” (2.81) que podríamos relacionar con la incertidumbre que la evolución de la economía genera sobre la demanda y la disponibilidad de capital. En un segundo nivel, con puntuación entre 2.52 y 2.47, encontramos dos problemas relacionados con la operativa empresarial: “Abastecimiento” y “Administrativos”.

Los problemas considerados menos importantes son los relacionados con los recursos humanos (“Problemas con los trabajadores” 1.65 puntos y “Personales” 1.97 puntos), lo que resulta coherente al estar solo hablando de microempresas, y los de índole jurídico-tributarios (“Tributación/legales” y “Problemas de formalización”, con 2.34 y 1.80 puntos respectivamente) que no deja de ser ciertamente llamativo puesto que las trabas burocráticas y fiscales han sido generalmente aceptadas como importantes barreras que dificultan la regularización de la economía informal.

## 11. FACTORES DETERMINANTES DE LA FORMALIDAD DE LA MICROEMPRESA

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

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

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas comerciales o parques industriales.
- Disponen de local independiente.
- El propietario de la microempresa tiene educación media, técnica o universitaria.
- El propietario es mayoritariamente hombre.
- El tamaño de la microempresa principalmente es de 6 a 10 empleados.
- Son microempresas en gran medida de comercio o servicios.
- Son microempresas maduras.

En lo relativo a los factores personales del propietario, las microempresas formales son aquellas donde su propietario tiene un perfil más emprendedor, destacando sobre todo que tienen una mayor **audacia, pasión, capacidad de liderazgo, creatividad, competitividad, intuición** y

**visión de futuro.** A su vez tienen mayores **habilidades administrativas.** Contrariamente, las microempresas informales tienen mayor **persuasión, eficacia y rasgos de aventura.**

Las microempresas informales **recurren en mayor medida a los** ahorros propios o de familiares o **no necesitaron** que las microempresas formales, que recurren a las otras fuentes. Y las microempresas formales, recurren en mayor medida a prestamistas y ONGs y cooperativas que las microempresas informales. Adicionalmente, podemos apreciar que las microempresas informales tienen una mayor dependencia de la entrada de otros ingresos adicionales a los del propio negocio.

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

Las microempresas formales **están mejor administradas,** desde un punto de vista contable, económico y financiero. Llevan en mayor proporción, un **registro de lo que cobra y paga,** identifican claramente los gastos familiares, personales y del negocio, se **adaptan** más fácilmente a los **cambios importantes,** y conocen cuánto deben vender o servicios prestar para no perder.

## **12. FACTORES DE ÉXITO DE LA MICROEMPRESA**

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

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

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

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

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

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas residenciales o comerciales, particularmente en un puesto fijo en un área comercial.
- Estar gestionadas por propietarios con educación técnica o universitaria
- Trabajar principalmente en el sector de servicios
- Tener una dimensión mayor (microempresas con 6 a 10 empleados)
- Ser una empresa madura (con una antigüedad superior a 10 años)

En lo relativo a los factores personales del propietario, las microempresas formales son aquellas donde su propietario tiene un perfil más emprendedor, destacando sobre todo que tienen una mayor **audacia, pasión, capacidad de liderazgo, creatividad, competitividad, intuición y visión de futuro**. A su vez tienen mayores **habilidades administrativas**. Contrariamente, las microempresas informales tienen mayor **persuasión, eficacia y rasgos de aventura**.

Las microempresas informales **recurren en mayor medida a los** ahorros propios o de familiares o **no necesitaron** que las microempresas formales, que recurren a las otras fuentes. Y las microempresas formales, recurren en mayor medida a prestamistas y ONGs y cooperativas que las microempresas informales. Adicionalmente, podemos apreciar que las microempresas

informales tienen una mayor dependencia de la entrada de otros ingresos adicionales a los del propio negocio.

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

Las microempresas formales **están mejor administradas**, desde un punto de vista contable, económico y financiero. Llevan en mayor proporción, un **registro de lo que cobra y paga**, identifican claramente los gastos familiares, personales y del negocio, se **adaptan** más fácilmente a los **cambios importantes**, y conocen cuánto deben vender o servicios prestar para no perder.

### 13. CONCLUSIONES

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

A modo de síntesis estos han sido los principales resultados:

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

**Expectativas de empleo y ventas y el clima empresarial:** el 39.1% tienen expectativas de aumentar su empleo, el 53.7% que lo mantendrá y tan sólo el 7.2% lo reducirá. El diferencial aumento-disminución tiene un saldo positivo de 31.9 puntos. El 60.5% opina que aumentarán sus cifras de ventas, el 30.7% que se mantendrán y el 8.8% que disminuirán. En este caso el

diferencial aumento-disminución es positivo por 51.7 puntos. La calificación media respecto al clima empresarial en una escala de 0 a 10 es de 6.2.

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

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

**Motivaciones para emprender el negocio:** en una escala de 1 a 5 los principales motivos fueron: les gusta el negocio que han creado (3.89), querer ser independiente (3.76) y por tener experiencia previa en el negocio (3.52). Los menos valorados: motivos de despido (1.74), por tradición familiar (2.38), y por no encontrar empleo como asalariado (2.52).

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

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

**Otros ingresos del hogar del propietario:** el más relevante adicionalmente al que se genera en la microempresa, los sueldos que devengan miembros del hogar (2.51) constituyen la principal

fuentes de recursos adicionales, en tanto que los aportes que realizan familiares o amigos (2.14) residentes en el mismo país donde funciona el negocio representan la segunda fuente en importancia, seguido de los ingresos de otros negocios (2.05) que funcionen en el mismo lugar o en otro lugar que la empresa principal.

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

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

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

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

índole jurídico-tributarios (tributación/legales y problemas de formalización, ambos con 2.10 puntos).

### **DETERMINANTES DE LA FORMALIDAD DE LA MICROEMPRESA**

Las microempresas formales se caracterizan por:

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas comerciales o parques industriales y disponen de un local independiente.
- El propietario de la microempresa tiene educación técnica o universitaria.
- Son microempresas maduras y de mayor tamaño
- Son microempresas en gran medida de industria o comercio.
- Tienen un perfil más emprendedor.
- Recurren en mayor medida a los ahorros propios o de familiares y a bancos y financieras.
- Cuentan en mayor proporción con servicios de agua, servicios des sanitarios y electrificación. Además, las microempresas formales disponen más de teléfono fijo, correo electrónico y disponen de página web que las microempresas informales. Y utilizan más la banca electrónica.
- Estar mejor administradas, desde un punto de vista contable, económico y financiero.
- Dar una mayor importancia a la capacitación de sus empleados.

### **FACTORES DE ÉXITO**

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

- Estar ubicada principalmente en zonas urbanas y zonas residenciales o comerciales, particularmente en un puesto fijo en un área comercial.
- Estar gestionadas por propietarios con educación técnica o universitaria
- Trabajar principalmente en el sector de servicios
- Tener una dimensión mayor (microempresas con 6 a 10 empleados)

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

## 14. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, F. (2007): “Desarrollo local en América Latina: Oportunidades y desafíos para el trabajo decente”, Documento de Trabajo N° 63, Departamento de Integración de Políticas, Grupo de Políticas Nacionales, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- Boletín de Economía Laboral (2006): “La microempresa: una propuesta tipológica y ejercicio de aplicación en Lima sur”, Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo de Perú, Boletín 34, Año 9.
- Cardozo, E.R. (2007): “La conceptualización de microempresa, microemprendimientos y unidad productiva de pequeña escala”, *Revista Copérnico*, Vol. 4 (6), 23-30.
- Dandridge, T y Levenburg, N.M. (2000): “High-tech Potential? An Exploratory Study of Very Small Firms' Usage of the Internet”, *International Small Business Journal*, vol. 18 (2): 81-91.
- González Alvarado, T.E. (2005): “Problemas en la definición de microempresa”, *Revista Venezolana de Gerencia*, Año 10, N° 31, 408-423.
- Heshmati, A. (2001): “On the Growth of Micro and Small Firms: Evidence from Sweden”, *Small Business Economics*, 17, 213-228.

- Orjuela, F.N. (2006): “Elementos para el estudio de la microempresa latinoamericana”, *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, N° 43, 153-174.
- Ortiz Medina, M. (2013): “El fracaso de la microempresa relacionado con las características individuales del propietario: un estudio empírico en Republica Dominicana”, *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, Vol. 2 N° 3, 39-48.
- Pollack, M. y Jusidman, C. (1997): “El sector informal urbano desde la perspectiva de género. El caso de México”, Santiago de Chile, CEPAL.
- Saavedra, M.L. y Hernández, Y. (2008): “Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: un estudio comparativo”, *Actualidad Contable FACES*, Año 11, N° 17, Julio-Diciembre, 122-134.
- Tokman, V.E. (2001): “De la informalidad a la modernidad”, *Economía*, Pontificia Universidad Católica del Perú, Vol. XXIV, n° 48, 153-178.
- Torres, M. (2006): “Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo”, Organización de los Estados Americanos. Secretaría Ejecutiva para el Desarrollo Integral. Departamento de Desarrollo Social y Empleo.
- Tunal, G. (2003): “El Problema de Clasificación de las Microempresas”, *Actualidad Contable FACES*, Vol. 6 (7), Julio-Diciembre, 78-91.