

Página | blanca

Página | blanca

Página | blanca

Página | blanca



**Características
de las microempresas
y sus necesidades de formación
en Centroamérica
y República Dominicana**



Autores:

Juan Carlos Obando Montero Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (OLACD)
Lilliana Rojas Molina Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (OLACD)
Emilio Zevallos Vallejos Consultor Internacional Experto en Micro, Pequeña y Mediana Empresa

338.642
O-12c Obando Montero, Juan Carlos
 Características de las microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana / Lilliana Rojas Molina, Emilio Zevallos Vallegos. -- 1ª. ed. -- San José, C.R. : Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC), 2008. 288 p. ; 28 x 21 + CD

 ISBN 978-9968-818-45-2

 I. Microempresas – América Central.
 2. Microempresas – República Dominicana.
 I. Rojas Molina, Lilliana. II. Zevallos Vallegos, Emilio. III. Título.

Editor responsable:

Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC)

Diseño portada:

OLACD y Emilio Zevallos con imágenes tomadas del Proyecto de Petroglifo de Ometepe, Nicaragua [www.culturelink:info/petro/tour_page2.htm](http://www.culturelink.info/petro/tour_page2.htm)

Diagramación e impresión:

Editorama, S.A.

Cualquier observación puede ser remitida a las siguientes direcciones:

jobando@sj.oit.or.cr

lrojas@sj.oit.or.cr

Ofi plaza del Este Edificio B. III piso, Barrio Betania, Montes de Oca-San José, Costa Rica.
Teléfono (506) 207- 8735 Fax (506) 224-2678

El presente informe puede ser consultado las siguientes páginas Web:

- www.oit.or.cr

- www.aeci.es

Primera edición:

agosto de 2008

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo, la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana y El Programa Regional FOIL de la Agencia Española de Cooperación Internacional, sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que las organizaciones mencionadas las sancione.

Las referencias a firmas, procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por parte de las organizaciones mencionadas, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Advertencias:

- El uso de un lenguaje, que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de nuestras organizaciones. Sin embargo, su utilización en nuestra lengua plantea soluciones muy distintas, sobre las que los lingüistas aún no han conseguido un acuerdo.

En tal sentido, y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por utilizar el clásico masculino genérico, en el entendido de que, todas las menciones en tal género representan siempre a todos/as, hombres y mujeres, abarcando claramente ambos sexos.

- Los datos que se presentan en el presente estudio se refieren exclusivamente a la muestra de establecimientos encuestados, por lo que no necesariamente representan de forma estricta al colectivo de los establecimientos en los distintos países y Subregión. Sin embargo, a modo de simplificación, y para evitar el excesivo empleo de la expresión “de la muestra encuestada”, algunas veces se remite directamente al origen geográfico de los datos (por ejemplo, empresas hondureñas, establecimientos de la Subregión, negocios en Nicaragua, etc.).

Página | blanca

Página | blanca

Índice General

Índice General	7
Reconocimientos	9
Presentación	11
Introducción	13
I. Marco analítico de la investigación	19
1.1 Antecedentes.....	19
1.2 Las micro y pequeñas empresas en América Latina.....	20
1.3 Marco teórico.....	26
1.3.1 El concepto de sector informal y microempresa.....	26
1.3.2 Impacto de los programas de capacitación al estrato microempresarial.....	33
1.3.3 Necesidades de formación.....	37
1.3.4 Marco institucional y legal de apoyo a las MYPE.....	46
1.4 Posibles hallazgos de la investigación.....	53
II. Marco metodológico	55
<i>Diseño e implementación de grupos focales</i>	55
<i>Elaboración e implementación de encuestas</i>	57
III. Descripción y análisis de los resultados	60
3.1 Resultados de los grupos focales.....	60
3.1.1 Opiniones de los microempresarios sobre las temáticas planteadas.....	62
3.1.2 Consideraciones finales de las sesiones de grupo.....	77
3.2 Resultados de las encuestas.....	79
3.2.1 Características las unidades económicas estudiadas.....	80
3.2.2 Características del empresario y los trabajadores.....	128
3.2.3 La problemática interna y del entorno.....	173
IV. Capacitación	181
4.1 Aspectos generales de la capacitación en las microempresas.....	181
4.2 Administración.....	203
4.3 Mercadeo.....	208
4.4 Producción.....	213
4.5 Recursos Humanos.....	218
4.6 Seguridad y Salud.....	222
4.7 Computación e idiomas.....	228
4.8 Contabilidad.....	234
4.9 Modalidades de capacitación preferidas por los encuestados.....	238

Conclusiones y recomendaciones	247
Bibliografía	257
Anexos	263
Anexo No.1	264
Anexo No.2	271

Documentos de CD

Pdf del libro

Marco institucional de apoyo a las MYPE
Resumen General Grupos Focales por país
Cuadros encuesta por país

Reconocimientos

A Teresa Esteban, Directora del Programa FOIL Regional de la Agencia Española de Cooperación Internacional (FOIL/AECI), Virgilio Levaggi, Director de la Oficina Subregional para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Marvin Herrera ex Secretario General de la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana y María Eugenia Paniagua Padilla, actual Secretaria General de la Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, por el apoyo brindado al Proyecto del Observatorio Regional.

A Ignacio Nicolau, ex Director Programa FOIL Regional de la Agencia Española de Cooperación Internacional (FOIL/AECI), Pedro Parra Oncins del Ministerio de Trabajo de España, por el apoyo brindado en la revisión y envío de observaciones del documento aquí presentado, las cuáles permitieron enriquecer el mismo.

A Leonardo Ferreira Neves, Especialista de Política Económica e Instituciones del Mercado de Trabajo de la Oficina Subregional para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por sus aportes al documento.

A los Especialistas de la Oficina Subregional para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por sus aportes al documento.

Al Programa de Asistencias Técnicas del Ministerio de Trabajo e Inmigración de España por el apoyo al fortalecimiento institucional de los Observatorios de la Subregión.

A Ingrid Figueroa y Edgar Lara de CEMPROMYPE por el apoyo en la organización y seguimiento de los grupos focales en los países.

A Luis Fernando Chaves, ex Director de la Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME, Costa Rica), Lic. Frider Peña, Jefe Dpto Servicio al Cliente y Rosario Hernández, Coordinadora Servicio al Cliente Región Central Departamento de Guatemala, del Instituto Técnico de Capacitación y Productividad de Guatemala (INTECAP) y Jorge Raúl Fiallos, Jefe del Departamento de Industria del Instituto Nacional de Formación Profesional de Honduras (INFOP), por la entrevista ofrecida.

A las siguientes personas, las cuales nos apoyaron con la aplicación de entrevistas en los diferentes países, así como por su participación en las sesiones de los grupos focales, aspecto fundamental para la elaboración del presente informe:

- Celso Matamoros, Coordinador del Observatorio del Mercado Laboral de Honduras, por la entrevista realizada a funcionarios del Instituto de Formación de Honduras (INFOP)
- Oscar Barrios, ex Coordinador del Observatorio del Mercado Laboral de Guatemala, por la entrevista realizada a funcionarios del Instituto de Formación de Guatemala (INTECAP)
- Lynel Polanco y Máximo Contreras, del Observatorio del Mercado Laboral de República Dominicana
- Diana Próspero, Coordinadora del Observatorio del Mercado Laboral de Panamá por su apoyo en el seguimiento de la implementación de los grupos focales en sus países.

A las siguientes personas, por sus aportes en la sesión de especialistas realizada en Costa Rica:

- Leda Flores Aguilar. Encargada de Proceso de Planeamiento Estratégico, Instituto Nacional de Aprendizaje (INA -UDE)
- Maricela Rojas Jiménez. Encargada de Centro de Formación de Mora, INA-UDE
- Aurea Corrella González. Directora, Instituto Profesional Educación Comunitaria (IPEC) María Pacheco, Ministerio Educación Pública (MEP)
- Ana Vega Loría. Docente, IPEC María Pacheco, MEP
- Willie Calderón Tabash. Docente T.M., INA
- Ma. Auxiliadora Alfaro A. Jefatura, Núcleo, INA-NPA
- Ana Cristina Bermúdez. Negocios, CEGESTI
- Diana Sánchez Jiménez. ex Directora de Operaciones, FUNDES Costa Rica
- Francisco Sánchez Montero. Encargado de CF Hatillo, INA
- Mauricio Salazar J. Gerente Comercial, FUNDES Costa Rica
- Eduardo Olmos. Asesor de la Subgerencia Técnica del INA, por su apoyo en la organización de esta sesión de trabajo.

Al equipo de CID/Gallup Latinoamérica por su trabajo en la aplicación de los grupos focales y encuestas en todos los países de la Subregión, así como por sus aportes en la elaboración de los instrumentos metodológicos.

Y muy especialmente a todos/as los/as microempresarios/as que nos brindaron su valioso tiempo y experiencia, sea con su participación en los grupos focales o a través de las encuestas, insumos que fueron fundamentales para la elaboración del presente estudio.

Presentación

La Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC) del Sistema de Integración Centroamericano (SICA), la Oficina Subregional de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana y la Dirección del Programa de Formación Ocupacional e Inserción Laboral (FOIL), financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), se congratulan en presentar el estudio *Características de la microempresas y sus necesidades de formación en Centroamérica y República Dominicana*, elaborado por el Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (OLACD).

El presente estudio, que continua la línea de productos y actividades que ha desarrollado el Observatorio Regional desde su nacimiento en 2006, analiza tanto las carencias como las posibilidades de formación y las competencias de las microempresas que se encuentran en el umbral de la formalidad en Centroamérica y República Dominicana.

Fue durante el proceso de elaboración del *Primer Informe del mercado de trabajo de la Subregión* cuando se detectó la carencia de estudios y diagnósticos referidos a las microempresas situadas en la difusa frontera de la formalidad y que, paradójicamente, constituyen una proporción muy importante de la población ocupada de la Región.

Con el presente informe se pretende contribuir a cubrir dicha carencia y, a su vez, poner en manos de los responsables en materia de empleo y formación una herramienta que pueda facilitar el desarrollo de programas y políticas adaptados al comportamiento de las unidades económicas de los distintos países de la Región. Ello permitirá corregir inercias en la programación de acciones de capacitación y a su vez facilitará que se adapten a las realidades del mercado de trabajo regional.

Mejorar la calidad de los empleos existentes y generar mejores empleos con impacto en la reducción de la pobreza, pasa por mejorar las condiciones en que operan las microempresas, elevar su productividad y su capacidad de formalizarse. Para ello es esencial la oferta de capacitación adecuada a las necesidades de este segmento de actividad. Este objetivo está presente en la Agenda Hemisférica de Trabajo Decente aprobada durante la XVI Reunión Regional de la OIT, en Brasilia (mayo del 2006), donde se expresa la meta de mejorar significativamente, en un plazo de 10 años, el porcentaje de trabajadores de las MYPE que están cubiertos por las políticas y los servicios empresariales de fomento a la productividad y que tienen acceso a mercados y niveles mínimos de protección en todos los países de la región.

Los objetivos del estudio que se ha llevado a cabo, coinciden con las propuestas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para generar trabajo decente. Desde él se han detectado las deficientes condiciones de trabajo y falta de reconocimiento de los derechos laborales que afectan a un gran número de trabajadores y empresas que no están reconocidos ni protegidos por los marcos jurídicos y reglamentarios, especialmente a las mujeres y trabajadores jóvenes con bajo nivel de calificación. Son precisamente estos colectivos los prioritarios para el Programa Regional de Formación Ocupacional e Inserción Laboral (FOIL), el cual entre su población meta considera a los trabajadores de los sectores menos formales de la economía, así como a desempleados. Además, dentro de sus líneas estratégicas y prioritarias este Programa considera que la formación profesional y ocupacional debe adaptarse a las posibilidades del mercado laboral.

Así mismo, este estudio, como el resto de los ofrecidos por el Observatorio Regional, responden al proceso de integración centroamericana y proporciona insumos regionales de conjunto, que hacen posible emprender acciones para facilitar la armonización de políticas de empleo y formación, destinadas al cumplimiento de la Declaración Tripartita para el Fomento del Empleo y el Trabajo Decente en Centroamérica y República Dominicana, impulsada por la OIT y suscrita por los Ministros de Trabajo, los representantes de las organizaciones de empleadores y trabajadores de la Subregión, firmado en Tegucigalpa el 30 de junio de 2005 y posteriormente, ratificada por los jefes de Estado y de gobierno de los países del Sistema de Integración Centroamericano (SICA).

Así pues, con el presente estudio el OLACD ofrece un aporte al cumplimiento de los objetivos de las tres instituciones que lo han auspiciado, y proporciona a los responsables políticos, agentes sociales y técnicos de empleo y formación un instrumento con el cual se puede mejorar la competitividad de las microempresas y las condiciones laborales de sus trabajadores.

Virgilio Levaggi

*Director
Oficina Subregional de la Oficina
Internacional de Trabajo (OIT) para
Centromérica, Haití, Panamá y
República Dominicana*

María Eugenia Paniagua

*Secretaria General
Coordinación Educativa y Cultural
Centroamericana (CECC)*

Teresa Esteban

*Coordinadora Técnica
Programa Regional Formación
Ocupacional e Inserción Laboral
(FOIL)*

Introducción

El presente documento se enmarca en el Proyecto “Necesidades formativas en Centroamérica y República Dominicana”, desarrollado por el Observatorio Regional del Mercado Laboral (ORML).

El estudio busca conocer los rasgos distintivos así como los obstáculos al desarrollo de los microempresarios considerados como dinámicos¹ y a su vez, identificar necesidades de formación y asistencia técnica para mejorar su competitividad, aumentar sus ingresos y generar empleos de mayor calidad (empleo decente).

Al mismo tiempo, el presente documento se dirigió a analizar las posibilidades de formación y las competencias necesarias para un desempeño adecuado de las microempresas que se encuentran en el umbral del dinamismo en Centroamérica y República Dominicana. Con ello, se espera contribuir a generar cambios en el enfoque básico a la formación y desarrollo de habilidades, los programas de capacitación y a una mejora de la situación de quienes se encuentran en el estrato microempresarial.

Es importante mencionar que, si bien es cierto el estudio se centra en Centroamérica y República Dominicana, en algunos casos se hará referencia a datos provenientes de otros países o regiones. En primer lugar, con esto se busca contextualizar y comparar la situación de la Subregión y, en segundo, corroborar o refutar algunos de los hallazgos que se presentan a lo largo del documento.

Tal como se señaló anteriormente, la investigación se enfoca en las denominadas microempresas dinámicas (o al menos que van más allá de la mera subsistencia), las cuales se han aproximado como unidades económicas que van desde 3 y hasta 8 trabajadores (incluido el dueño). Esto en la medida que se considera que estas unidades pueden tener un objetivo empresarial superior a la subsistencia y, por ende, podrían ser sujetas de acciones de fomento y no de asistencia social. Éstas se diferenciarían de las denominadas microempresas tradicionales que tendrían un “bajo umbral de logro” y probablemente, el tipo de acción de apoyo para ese grupo sería

¹ El documento parte de la hipótesis de la existencia de al menos dos grupos de microempresas: (i) las llamadas tradicionales, que tienen un patrón orientado a la subsistencia (sin estrategia visible, más bien con conductas adaptativas a la situación del mercado); y (ii) las dinámicas, que además de contar con una estrategia empresarial (aunque no sea explícita), buscan el desarrollo como parte de la misma.

diferente que para el primero. Lo anterior significa que estaríamos frente a dos grupos de unidades económicas, por un lado (y más allá de las razones esgrimidas para iniciar su propio negocio) unas con un afán competitivo y de desarrollo, y otras que solo buscan a través de su negocio satisfacer sus necesidades básicas². Aunque ambos grupos se caracterizan por prácticas informales en sus relaciones económicas, jurídicas, etc., sus objetivos de mediano y largo plazo son los que establecen las mayores diferencias entre ellos.

En este sentido, las propuestas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para generar trabajo decente (de manifiesto en la 90 Conferencia Internacional del Trabajo) señalan la necesidad de prestar atención al gran número de trabajadores y empresas que no están reconocidos ni protegidos por los marcos jurídicos y reglamentarios caracterizados por un alto grado de vulnerabilidad y pobreza, así como remediar los déficit de trabajo decente asociados a ellos que se producen más en la economía informal, especialmente en el extremo inferior que constituyen las mujeres y los trabajadores jóvenes. Más en el ámbito de la región latinoamericana, durante la XVI Reunión Regional de la OIT, en Brasilia 2006, se aprobó la Agenda Hemisférica de Trabajo Decente. Ésta propone políticas para el respeto a los derechos laborales fundamentales en el trabajo, la generación de más y mejores empleos a través del crecimiento sostenido, mayor eficiencia y cobertura de la protección social y la promoción del tripartismo y el diálogo social. Algunas de esas políticas giran en torno al tema de las microempresas. Particularmente, se pretende mejorar significativamente, en un plazo de 10 años, el porcentaje de trabajadores de las MYPE (micro y pequeña empresa) que están cubiertos por las políticas y los servicios empresariales de fomento a la productividad y que tienen acceso a mercados y niveles mínimos de protección en todos los países de la región³.

Estos mismos colectivos se sitúan entre las líneas estratégicas y prioritarias del Programa Regional de Formación Ocupacional e Inserción Laboral (FOIL), el cual ha identificado como población meta a los excluidos del sistema de educación formal, a trabajadores de los sectores menos formales de la economía, así como a desempleados. Además, dentro de sus líneas estratégicas y prioritarias considera que la formación profesional y ocupacional debe adaptarse a las posibilidades del mercado laboral.

Este estudio consta de cinco capítulos. El primero parte de una caracterización general de la Subregión, donde se identifican brevemente los rasgos más comunes de las microempresas de la región centroamericana y de América Latina. Posteriormente, se hace un análisis de los conceptos del sector informal y microempresa y la relación entre ambos. Seguidamente, se revisa el impacto de los programas de capacitación al estrato microempresarial y las necesidades de formación del sector a partir de un análisis de la literatura existente. Por último se hace una breve descripción sobre las políticas, leyes, decretos que existen en los países del área, así como algunos programas de instituciones públicas y privadas que apoyan a este estrato, tanto a nivel regional como local.

² Para más detalles ver Zevallos, Emilio (2001). "Empresa media: una nueva clasificación", *Comercio Exterior*, México, diciembre.

³ OIT (2006). Trabajo decente en las Américas: la agenda Hemisférica, 2006-2015.

El capítulo II hace referencia al marco metodológico utilizado en la presente investigación, el cual combina técnicas cualitativas (sesiones de grupo) y cuantitativas (encuestas).

En el capítulo III se presentan los principales resultados que se obtuvieron en las sesiones de grupo y en las encuestas, poniendo de relieve aspectos sobre las características de los dueños de las microempresas, la problemática que enfrentan y las potenciales necesidades de formación. El capítulo, a su vez, se divide en dos secciones; (i) la correspondiente a la composición y resultado de los grupos focales a nivel regional, y (ii) la concerniente al desarrollo de las encuestas, subdividida en dos apartados: empresa y sus características y el empresario y sus trabajadores.

La capacitación como eje principal de la investigación, constituye el tema central del capítulo IV. En él se profundizan aspectos como la percepción que tienen los microempresarios sobre la importancia de la capacitación en el desarrollo de sus negocios, su participación en los procesos de formación, las áreas en las cuales se han capacitado, las instituciones que les brindaron asistencia y el tipo de modalidad de aprendizaje recibida. Por último, se abordan los temas de capacitación que los jefes de establecimientos consideran prioritarios para mejorar la competitividad de las empresas. Esto último con el propósito de recomendar a las instituciones responsables de la formación en los diferentes países de la Subregión, el establecimiento de líneas de trabajo relevantes para los empresarios de este estrato.

Finalmente, el capítulo V está dedicado a destacar los puntos más relevantes del documento, así como al establecimiento de algunas recomendaciones tanto para los tomadores de decisiones, como para los propios operadores de estos programas.

Justificación de la investigación

La importancia de analizar las necesidades y carencias formativas en Centroamérica y República Dominicana es reconocida por los distintos agentes que participan en el mercado de trabajo; así lo detectó el Observatorio Regional durante el proceso de elaboración de su primer informe, en el que empresarios y analistas señalaron las debilidades que presentan los trabajadores en diversas competencias, las cuales era necesario ir incorporando en la oferta formativa, especialmente por parte de los Institutos de Formación u otros actores relevantes. Si bien es cierto que los últimos han asumido un papel proactivo en la transmisión a los trabajadores de las destrezas que les garanticen una inserción laboral exitosa, es muy común que se les atribuya también parte de la responsabilidad por la carencia relativa de mano de obra calificada. A su vez, se reconoce el hecho de que la mejora en la calidad del recurso humano va mucho más allá de la mera formación profesional.

Por otro lado, una de las limitaciones a las que se enfrentó el Observatorio Regional al elaborar su primer informe fue falta de información sobre las características de las microempresas de la Subregión, y el peso relativo de este estrato en algunas variables de nivel macro (como el empleo, producción y exportaciones), lo que dificultó el análisis de una parte sustancial del mercado de trabajo en ese nivel.

En el contexto actual se destaca la necesidad de disponer de una fuerza de trabajo de calidad, con un buen nivel de educación y formación, como condición necesaria (esencial e indispensable) para alcanzar los objetivos de desarrollo económico y social de Centroamérica y República Dominicana, lo cual contribuiría directamente a la reducción de los índices de pobreza. En este sentido varios fenómenos han despertado preocupación entre las instituciones de formación profesional y las han llevado a la consiguiente búsqueda de un nuevo enfoque en sus políticas de formación. Entre ellas, se puede señalar el agotamiento de la capacidad de absorción de sus egresados por el sector formal de la economía; la comprobación de que las unidades productivas pequeñas emplean la mayor parte de los trabajadores, y que esa participación, lejos de disminuir con el crecimiento económico, ha aumentado. Asimismo, la reducción del empleo público y la reestructuración productiva que expulsaron una cantidad importante de trabajadores; y, por último, el auge de la subcontratación y la globalización, las cuales suponen nuevos nichos para las micro y pequeñas empresas.

Es importante señalar que Centroamérica y República Dominicana han mostrado durante los últimos años un desarrollo insuficiente del trabajo asalariado, ya que solo un poco más de la mitad de su población ocupada está incorporada en el mercado de trabajo bajo una relación salarial. En este contexto, fenómenos como el autoempleo, las microempresas o la informalidad (así como combinaciones de ellos), cobran especial relevancia. Es evidente que cualquier diagnóstico que se realice sobre necesidades y carencias formativas y sobre los desequilibrios entre los perfiles requeridos por el mercado de trabajo y la oferta de capacitación, debe incluir un análisis del conjunto del tejido empresarial y económico de la Subregión; sin limitarse únicamente al ámbito de la formalidad y la gran empresa, como ha ocurrido con distintos estudios que se han venido realizando durante los últimos años.

Una parte significativa del sector informal y microempresarial tiene poco acceso a la capacitación, pues los esquemas de formación profesional responden prioritariamente al trabajo en unidades económicas más estructuradas (tales como las del sector formal). Los pocos esfuerzos destinados a apoyar a las microempresas se tienden a centrar en el sector industrial, cuando en realidad la mayor parte de esas unidades productivas se encuentran en los servicios y el comercio. Para agravar un poco más la situación, la formación vocacional formal y de aprendizaje de oficios tal como está planteada hoy en día, requiere de alguna educación formal previa, y no necesariamente está diseñada para contemplar a las personas con niveles básicos de educación (o aún sin ellos). El acceso a la capacitación formal sigue estando limitado a una minoría con alguna formación educativa. Pero para la vasta mayoría de los trabajadores, la formación (si es que la hay) es a menudo transmitida de generación en generación por medio del aprendizaje informal de oficios o el aprendizaje en el trabajo mismo.

A pesar del creciente interés por asistir a este estrato, llama la atención los pocos trabajos existentes dirigidos a analizar las condiciones de viabilidad de las microempresas en Centroamérica y República Dominicana y, particularmente, sobre las posibilidades de formación y las competencias necesarias para un desempeño adecuado de estas unidades productivas, tanto en términos de productividad como de ingresos⁴. La capacitación a los empresarios es

⁴ Una de las investigaciones pioneras a nivel regional fue la realizada por el Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENPROMYPE) para analizar los sistemas de apoyo en calidad (Q), producción (P) e investigación y desarrollo (I&E) para, MIPYME en Centroamérica. Para más información ver CENPROMYPE (2006a).

un asunto del que se viene hablando hace tiempo, pero pocos esfuerzos han sido encaminados de manera sistemática a estructurar propuestas educativas que lleguen a las necesidades de los empresarios y que además logren un impacto en sus microempresas. Por este motivo, los resultados de la investigación que aquí se presenta tratan de contribuir a responder a las preocupaciones sobre ¿cómo generar mayores niveles de eficiencia en la microempresa?, ¿cómo fortalecer a los líderes de las unidades económicas más pequeñas?, ¿cómo deben ser los programas de capacitación y entrenamiento para proveer de herramientas de gestión?, ¿cómo garantizar que aquello que se les enseña sea: (i) relevante para ellos, (ii) asimilado o aprendido por los empresarios?

Es factible pensar que si se alcanzan mayores niveles de eficiencia en las microempresas, se puede contribuir a lograr mayores niveles de competitividad, más empleo, o cuando menos mejorar la situación de quienes se encuentran en los micronegocios por medio de un proceso de formalización o mejora en las condiciones del trabajo. La mejora en la productividad e ingresos en este importante segmento de la actividad productiva y del mercado laboral, tiene repercusiones posibles para la reducción de la pobreza y la desigualdad. Los trabajos en malas condiciones, improductivos y no remunerados que no están reconocidos o protegidos por la ley, la ausencia de derechos en el trabajo, la inadecuada protección social y la falta de representación y de voz se producen más en la economía informal, especialmente en el extremo inferior que constituyen las mujeres y los trabajadores jóvenes.

El Programa Global de Empleo de la OIT, el cual se enmarca a su vez dentro del Programa de Trabajo Decente, promueve el empleo productivo acorde con la anterior visión. El trabajo por sí sólo no es suficiente, sino el empleo decente en el que las normas internacionales del trabajo y los derechos fundamentales de los trabajadores van a la par de la creación de puestos libremente elegidos, con un ingreso adecuado y acceso a la protección social. Por tanto, el Programa Global de Empleo también se orienta a la economía informal, donde encuentran su medio de vida la mayor parte de los pobres y subempleados del mundo.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Conocer las necesidades y posibilidades de capacitación en Centroamérica y República Dominicana, adaptadas a los diferentes perfiles ocupacionales y profesionales y al sistema económico y productivo de la Subregión, atendiendo especialmente a las distintas condiciones de la microempresa y la economía informal, a fin de contribuir con ello tanto a la formulación de una oferta formativa apropiada a los requerimientos del mercado de trabajo y al apoyo a los procesos de inserción laboral como al diseño, reformulación y fortalecimiento de programas de transición hacia la formalidad y el trabajo decente.

Objetivos específicos:

- Realizar una segmentación y caracterización de las actividades de las microempresas y los agentes involucrados en ellas.
- Realizar en cada país un análisis de las potencialidades y viabilidad de las microempresas.
- Realizar una evaluación del entorno institucional de apoyo al desarrollo microempresarial, así como de los programas de capacitación y de asistencia técnica existentes en la Subregión.
- Proponer criterios para el establecimiento de acciones de capacitación y programas de asistencia técnica adaptados al ámbito de la economía informal.

I. Marco analítico de la investigación

I.1 Antecedentes

A lo largo de los años, la importancia de la capacitación se ha incrementado como elemento sustancial en los procesos de desarrollo de las competencias empresariales. Sin embargo, su creciente relevancia ha sido mucho más visible entre los responsables de las políticas públicas, la cooperación internacional, las grandes empresas, los propios capacitadores y las agencias asociadas, que entre los emprendedores propietarios de pequeñas unidades económicas.

En este documento, donde se recogen las características de las microempresas y problemas de los microempresarios, se busca ahondar en las razones asociadas a tal discrepancia, a la vez que intenta identificar las necesidades de capacitación de los segmentos de empresas más pequeños. A través de ello, se trata de proponer nuevas opciones de capacitación, nuevos enfoques, metodologías e incluso modalidades de intervención. Todo ello con el propósito de incrementar la productividad de las empresas de menor tamaño, que por su volumen y el empleo que generan, se convierten en una importante herramienta de combate a la pobreza así como de desarrollo productivo.

Pero antes de entrar a la problemática específica, es necesario hacer una caracterización general de la Subregión y algunos indicadores.

Como referencia general, los países en los que se desarrolló el estudio comprenden más de 546 mil km² (2,7% de la superficie de América Latina y el Caribe), y cuentan con más de 48 millones de habitantes (menos del 9% de la población total de la región). En este grupo existen países con un alto desarrollo humano (desde la perspectiva del índice de desarrollo humano desarrollado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – UNDP por sus siglas en inglés) como Costa Rica (puesto 48) o Panamá (58), junto con otros de desarrollo humano medio como República Dominicana (94), El Salvador (101), Nicaragua (112), Honduras (117) y Guatemala (118), lo que nos da una muestra de la variedad de realidades que comprenden la Subregión⁵.

⁵ UNDP (2006). Human Development Report, p. 288 y siguientes.

Según UNDP⁶, la región de América Latina y el Caribe cuenta con un producto interno bruto (PIB) per cápita promedio de US\$ 3755 (2004), aunque en Centroamérica y República Dominicana, éste va desde los menos de US\$ 900 en Nicaragua hasta los más de US\$ 4300 en Costa Rica. El PIB per cápita promedio de estos países es de US\$ 2467, claramente inferior al promedio de América Latina.

Aunque la mayor parte de los países de la Subregión ha venido mostrando un buen desempeño macroeconómico, éstos siguen estando a la merced de las oscilaciones de los mercados internacionales debido a que son economías pequeñas y abiertas, sin mayor participación en el comercio mundial. En ese sentido, y aunque algunos países se han visto favorecidos por el incremento de los precios internacionales de algunos bienes básicos, de una mayor inversión directa extranjera, remesas del exterior, etc., en general todos se han visto perjudicados por el incremento en los precios del petróleo que, en algunos casos, ha incidido en sus cuentas fiscales y niveles de inflación. A pesar de ello, las perspectivas de estas economías parecen orientarse hacia una desaceleración asociada a la probable recesión en los Estados Unidos, principal socio comercial de la Subregión.

Respecto a la situación del empleo, la OIT⁷ señala que el desempleo se redujo en América Latina y el Caribe durante el 2007, con el mismo patrón para Centroamérica. La reducción en el desempleo en la Subregión se atribuye entre otras, al mayor ritmo de crecimiento económico (Costa Rica, Honduras, Panamá y República Dominicana), así como al aumento de las exportaciones (en Costa Rica y Panamá), una mayor demanda interna, aumento de los ingresos reales, y la expansión del crédito.

1.2 Las micro y pequeñas empresas en América Latina

Las unidades económicas se definen utilizando distintos criterios según el país. En el caso específico de la Subregión, Angelelli y Moudry (2006) señalan que existen desde definiciones atadas únicamente al empleo (Panamá, Guatemala y Nicaragua), otras que añaden las ventas (República Dominicana y el Salvador), y unas más que integran los activos desde diferentes perspectivas (Honduras y Costa Rica).

En la mayor parte de los países, las definiciones consideran a la microempresa como la unidad económica de menos de 10 trabajadores (aunque en algunos establecen el límite superior en 5 trabajadores). Sin embargo, la evidencia latinoamericana muestra que en promedio, la microempresa no supera los 2 trabajadores. A manera de ejemplo, los datos de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS⁸) apuntan a que las microempresas tienen en promedio 2,2 trabajadores (considerando a este segmento en un rango de 1-5 trabajadores), siendo el promedio general de trabajadores por empresa de 13,8 (pequeña: 12, mediana: 52,4 y grande: 333,7). Dado que Costa Rica es el país con mayor grado de desarrollo relativo de la

⁶ UNDP (2006). Human Development Report, p. 331 y siguientes.

⁷ OIT (2007). Panorama Laboral de América Latina y el Caribe, Lima, Perú.

⁸ Se toma este país por la mayor disponibilidad de información. Fuente: Caja Costarricense del Seguro Social, 2006. Número de empresas por actividad económica. www.ccss.co.cr

Subregión, este promedio refleja las limitadas posibilidades de crecimiento para estas unidades económicas.

Bajo estas definiciones, en Centroamérica y República Dominicana, así como en el resto del mundo en desarrollo (y desarrollado), las microempresas comprenden la inmensa mayoría de los establecimientos. Independientemente de cómo ellas se definan (sea por empleo, ingresos/ventas, activos, etc.), estas unidades representan en la mayor parte de los países al menos el 90% de todas las unidades económicas identificables. Si a esto se le añade las que directamente se encuentran en la economía informal y no son detectadas por los institutos de estadística (o los entes responsables de su medición), esta cifra sin duda aumenta.

En Centroamérica y República Dominicana, estos datos tienden a reforzarse, y en varios casos a incrementarse. Mucho tiene que ver el nivel de desarrollo relativo de los países, sus condiciones macroeconómicas, la disponibilidad de empleo en el sector formal de la economía, las crisis económicas recurrentes (asociadas en muchos casos a crisis internacionales⁹), entre otros. Salvo los casos de Costa Rica y Panamá, en el resto de la Subregión las microempresas representan encima del 90% de las unidades económicas. Adicionalmente, en estos dos casos, la información disponible es incompleta (Costa Rica¹⁰) o antigua (Panamá).

El Banco Interamericano de Desarrollo -BID (2006b) plantea que tan sólo en América Latina y el Caribe existen unas 60 millones de microempresas, que generan cerca de la mitad del empleo en el área. Según las encuestas de hogares, en Centroamérica (sin contar Guatemala) y República Dominicana, existen aproximadamente 2,2 millones de ocupados en microempresas (1-5 trabajadores), esta población corresponde al 16,8% del total de ocupados (Cuadro 1.1). La participación que tienen estas unidades en la contratación varía bastante en la Subregión, por ejemplo en Costa Rica, Honduras y Panamá ésta supera el 20%. En cuanto al peso en la producción, la Red Centroamericana de Microfinanzas (REDCAMIF-2006), plantea que las micro y pequeñas empresas (MYPE) en América Central contribuyen con un 25% al PIB. Sin embargo, la ausencia de estandarización en cuanto a conceptos y la falta de uniformidad a la hora de la recolección de la información hacen que muchos de estos números en algunos casos se refieran solo a las actividades formales¹¹, mientras que otras combinen formal e informal, etc.

En Guatemala, por ejemplo, se ha señalado que entre el 70% y 80% de la mano de obra está empleada en la informalidad, lo cual se corrobora fácilmente contrastando el dato de cotización al seguro social contra el tamaño de la fuerza laboral (puesto que solo cerca de un millón de los casi 4,8 millones de trabajadores y patronos cotizan). Esta nación comparte con otros países de la Subregión varias condiciones que propician esta situación. Primero, un ambiente complejo

⁹ Recuérdese que la región es fundamentalmente productora de materias primas, con pequeñas economías que no tienen peso en los mercados internacionales. De esta forma, el impacto de los precios internacionales de estos bienes y sus términos de intercambio afectan directamente el desempeño de estas economías.

¹⁰ Los datos de la CCSS en Costa Rica reflejan una "realidad formal" que solo identifica a las empresas que aportan a la misma. En ese sentido, la microempresa por su menor tamaño y dificultad de identificación no puede ser contabilizada completamente por este indicador.

¹¹ Con la complicación adicional respecto al significado de la formalidad que se le da en cada país.

en materia de normas para la creación de una empresa en el ámbito legal y fiscal. Aunque se ha tratado de solventar parte del problema con la creación de ventanillas únicas para hacer gestiones, en algunos casos, los formularios siguen siendo complejos. Esto último se vuelve más problemático si se considera que una parte importante de la población de estos países presenta dificultades para leer y procesar información. En segundo lugar, existe una debilidad institucional por falta de recursos que dificulta la regulación de este tipo de actividades, disminuyendo el estímulo para operar dentro del sector formal¹².

Cuadro 1.1
Ocupados según tipo de establecimiento en la Subregión, 2006^{1/}
(porcentajes)

	Costa Rica	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Panamá	República Dominicana	Total	Ocupados
Microempresa ^{2/}	20,3	21,3	23,5	16,5	11	10	16,8	2.227.602
Pequeña empresa	11,1	6,7	3,3	9,1	9,8	10,1	8,3	1.109.572
Mediana y gran empresa	27	21,6	1,7	15,2	24,2	20,2	18,2	2.425.385
Autoempleo	21,7	37,3	67,8	45,2	34,7	43,1	42,2	5.615.222
Servicio doméstico	5,3	5,2	3,6	5,6	5,8	5,2	5,1	674.396
Sector público	14,5	8,0	0,3	8,4	14,4	11,4	9,3	1.240.216
Total ^{3/}	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	13.292.392

Nota:

1/ Guatemala no cuenta con la Encuesta de Hogares para el 2006, por lo cual no se incluye en el cuadro.

2/ En Panamá y República Dominicana las microempresas corresponden a los establecimientos de 1 a 4 trabajadores, para el resto incluye establecimientos de 1 a 5 empleados.

3/ No considera a los ocupados con tipo de establecimiento ignorado.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas de hogares de los países proporcionadas por el Sistema de Información y Análisis Laboral de la OIT (SIAL), 2006.

Por otro lado, las microempresas de acumulación (dinámicas) o con opciones a desarrollarse, representan un porcentaje muy pequeño del total. Según algunas estimaciones en base a estudios de organismos como la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), se estima que quizás solo un 25% de estos estratos productivos está orientado al crecimiento y desempeña un importante papel en la generación de dinamismo y flexibilidad en la economía¹³. Sobre este mismo tema, la edad promedio de los dueños de empresas dinámicas con alta productividad y crecimiento varía entre los 35 y 40 años, mientras que éstas tienen una antigüedad aproximada de unos 10 años; por consiguiente, la mayoría de los empresarios exitosos fundó sus empresas cuando éstos tenían aproximadamente entre 25 y 30 años. No obstante, el principal hallazgo que detectó una encuesta conjunta entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES)¹⁴,

¹² Obando, Juan Carlos y Rojas, Lilliana (2006). Mercado laboral en Centroamérica y República Dominicana: grandes desafíos regionales, Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (OLCAD), Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana (CECC), p. 34.

¹³ Zevallos, Emilio (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, *Revista de la CEPAL*, no. 79, abril, p. 57.

¹⁴ Kantis, H. y otros (2005). *Developing entrepreneurship: experience in Latin America and Worldwide*, Washington D.C., Fundes, IADB publication.

fue que la principal motivación de los dueños para iniciar sus proyectos tiene que ver con aspectos personales (poner en práctica sus conocimientos, status, etc.), por lo que el dinero no fue un elemento detonante de la decisión (estar desempleado solo ocupó la décima posición entre las razones).

Por otro lado, la mayoría de los trabajadores y empresarios informales se caracteriza por su alto nivel de vulnerabilidad. En muchos casos éstos no están reconocidos por la ley y, por consiguiente, reciben poca o ninguna protección jurídica o social, no pueden establecer contratos ni tienen asegurados sus derechos de propiedad. Su acceso a la infraestructura y a las subvenciones públicas es limitado o inexistente (OIT, 2002).

En cuanto a las microempresas, otra de las características que las asemeja al resto de las unidades económicas, es que ellas se encuentran ubicadas fundamentalmente en los grandes centros urbanos (capitales y ciudades más importantes). Esto debido tanto a economías de aglomeración como a la identificación de ventajas competitivas; lo cual también les permite mayores posibilidades de supervivencia por la mayor facilidad de obtención de insumos, mano de obra, capital, etc., respecto a regiones menos desarrolladas. A pesar de ello, la microempresa es también la unidad económica territorialmente más dispersa en términos relativos, y por tanto, su contribución a la descentralización del ingreso es mayor que el resto de unidades económicas (como la pyme o la gran empresa).

El nivel educativo del empresario es muy variable. Sin embargo, podemos señalar que la probabilidad de encontrar propietarios de microempresa con educación superior completa es sin duda mucho más baja que en cualquier otro estrato. Arroyo (2002) señala que la educación formal en los micronegocios en América Central alcanzó una media de cinco años para 1999, lo que implica que los trabajadores no terminaron la primaria. Afirma que el 48% de los ocupados no ha completado la primaria, mientras que un 41% no terminó la secundaria y menos del 12% ha logrado una calificación mayor a la secundaria¹⁵. En el caso de la pyme, un estudio realizado por Fundes a nivel regional mostró que en promedio un 60% de los entrevistados¹⁶ tenían nivel universitario (sea completo o no).

A diferencia del caso de la pyme, el más bajo nivel educativo de los microempresarios de alguna forma refuerza el hecho de que los negocios que éstos dirigen se concentran en actividades de baja complejidad (como el comercio y los servicios), de poca productividad, y por tanto de reducidas rentas.

En ese sentido, las ramas de actividad en donde se aglomeran las microempresas de la Subregión son el comercio, los servicios y la manufactura. Los establecimientos del sector comercio son los más numerosos en la mayoría de los países, con una participación que va del 40% al 50% del total de microempresas, seguidos de los de servicios; entre 30% y 40%, después las de

¹⁵ Arroyo, Jorge y Nebelung, Michael (eds.) (2002). La micro y pequeña empresa en América Central: realidad, mitos y retos, GTZ/PROMOCAP, PROMICRO/OIT, San José, Costa Rica, junio, p. 41.

¹⁶ De una muestra de más de tres mil empresarios para 8 países de la región. Ver Zevallos, Emilio (2007). Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina, FUNDES Internacional, San José, Costa Rica.

manufactura con entre el 15% y 20%, y finalmente otros sectores de menor importancia relativa (como la agricultura, transporte, etc.)¹⁷.

En cuanto al género, las microempresas se caracterizan por tener mayor presencia de liderazgo femenino en comparación a otros estratos empresariales. En Centroamérica y República Dominicana mientras que alrededor del 15% de los patronos de pequeñas, medianas y grandes empresas corresponden a mujeres, la participación de ellas aumenta aproximadamente a un 27% en el segmento microempresarial¹⁸. En otros estudios para América Latina se encuentra que la proporción de mujeres liderando unidades económicas es de alrededor del 30%¹⁹, fundamentalmente en la pyme. Sin embargo, conforme se reduce el tamaño de la empresa (vista por el número de trabajadores), la probabilidad de encontrar un liderazgo femenino en la unidad económica aumenta. Esto a pesar de que en muchos casos, la mujer tiene un nivel educativo mayor que el hombre liderando el negocio. En el caso de Ecuador, las mujeres comprenden menos del 31% de la PEA, pero constituyen casi el 47% de la jefatura en la microempresa²⁰.

La última tendencia se confirma también en este estudio en las empresas de entre 6-8 trabajadores, el 50% de los empresarios propietarios son mujeres. En el rango de empresas de entre 4-5 trabajadores, esta proporción aumenta a 53%, mientras que en las unidades económicas de tres trabajadores este porcentaje es de 60%.

Contrariamente a la situación de las pymes, las microempresas son unidades económicas mucho más jóvenes. A ello también se asocia la gran facilidad de entrada y salida que tienen estas unidades, relacionada también al nivel educativo del dueño (y los trabajadores), el stock de capital de la empresa, la inversión incorporada, los sectores a los que pertenece, etc., variables que inciden en la precariedad de estas empresas.

El acceso a la tecnología es otra variable asociada en donde la microempresa lleva un fuerte rezago. De acuerdo a los datos de UNDP, el promedio centroamericano es inferior al promedio de América Latina en todas las variables disponibles con algunas honrosas excepciones, tal como se aprecia en el cuadro 1.2 a continuación.

Esta información revela un ostensible rezago tecnológico no solo dentro de la Subregión centroamericana, sino entre ella y el promedio de América Latina. El poco uso de las tecnologías de la información que se da entre la población general también se traslada a las actividades microempresariales, lo que implica una pérdida de competitividad de las empresas del área respecto a otras. A modo de comparación, el cuadro 1.3 muestra que los países europeos les llevan a estos países una enorme ventaja en cuanto a adopción de tecnología en la actividad económica.

17 Zevallos, Emilio (2003), p. 58.

18 Cálculo de los autores a partir de la encuesta de hogares de los países, 2006, excepto Guatemala. Las microempresas incluyen establecimientos de 1 a 5 trabajadores excepto Panamá y República Dominicana, en donde las microempresas incluyen de 1 a 4 trabajadores.

19 Zevallos, Emilio (2007).

20 BID (2006). La microempresa en el Ecuador; perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo, BID, Ecuador, Quito.

Cuadro I.2
Acceso a la tecnología en la Subregión, 2004
(datos de usuarios por cada mil habitantes)

	Teléfono fijo	Teléfono Celular	Internet
Costa Rica	316	217	235
Guatemala	92	258	31
El Salvador	131	271	87
Honduras	53	100	32
Nicaragua	40	137	23
Panamá	118	270	94
República Dominicana	107	289	91
Centroamérica	122	220	85
América Latina	179	319	115

Fuente: UNDP, Human Development Report 2006.

Cuadro I.3
Situación de la tecnología pyme en Europa^{1/}
(porcentajes)

Tecnología incorporada	Empresas que utilizan la tecnología
Celulares	83
Internet	74
E-mail	71
Computadoras individuales	69
Computadoras en red	52
Página Web propia	43

Nota:

1/ La pyme incluye a la microempresa.

Fuente: Observatorio Europeo de la pyme, 2003.

De esta forma, no es difícil señalar que las empresas de la Unión Europea, además de tener mayor tamaño en términos del número de empleados, incorporan más tecnología; y por consiguiente tienen un nivel de capital superior. Así, estas unidades tienden a ubicarse en actividades de mayor complejidad y, a su vez, con mayor valor agregado. En este ámbito, los programas orientados a la empresarialidad en la escuela, y posteriormente (en la etapa de inicio de la empresa) la asistencia técnica (formación laboral, mentoría, herramientas de capacitación), son descritas como claves en las etapas de inicio (*start-up*) de las empresas en esta parte del mundo²¹.

En ese sentido, el reto de Centroamérica y República Dominicana, es encontrar mecanismos institucionales para mejorar la formación laboral y empresarial de los actores involucrados en la actividad productiva. La combinación exitosa entre el conocimiento técnico y las habilidades

²¹ Kantis, H. y otros (2005), pp. 144-145.

empresariales solo puede ser resultado de una adecuada proporción entre la educación formal (o formalizada) y la experiencia en el trabajo.

I.3 Marco teórico

I.3.1 El concepto de sector informal y microempresa

Después de hacer una exploración básica de los rasgos más comunes de las microempresas de la región centroamericana y de América Latina en general, y antes de abordar asuntos propiamente de capacitación, es necesario definir los conceptos de sector informal y microempresa, así como establecer la relación entre ambos.

Recientemente, la OIT ha adoptado el concepto de “economía informal”, en lugar del de “sector informal”. Según la resolución de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET) de la OIT de 2003, el término de “sector informal” se refiere a unidades de producción como unidades de observación, mientras que el de “empleo informal” hace referencia a los empleos como unidades de observación. Así, un término más amplio para describir el mundo de la informalidad es el de “economía informal” o, en otras palabras, la suma del sector y el empleo informal²². El cuadro 1.4 muestra la evolución hacia esta nueva noción.

Tanto las empresas y el empleo informal se definen de acuerdo con la Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal adoptada por la Decimoquinta CIET de 1993. En términos generales, se considera al sector informal como “un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o a la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad. Estas unidades casi siempre funcionan en pequeña escala, con organización rudimentaria, en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo, en los casos en que existen, se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones personales y sociales y no en acuerdos contractuales que suponen garantías formales”²³.

La misma resolución intenta dar una definición más específica del sector informal en términos de la constitución jurídica de las empresas que lo conforman, al definirlo como un grupo de unidades de producción que “forman parte del sector de hogares ya sea como empresas de hogares, lo que equivale a lo mismo, como empresas no constituidas en sociedad pertenecientes a los hogares. Estas unidades no constituyen una entidad jurídica independiente del hogar o de los miembros del mismo, y que no llevan contabilidad completa capaz de marcar una distinción clara entre las actividades de producción de la empresa y las demás actividades. Las empresas de hogares comprenden las empresas no constituidas en sociedad cuya propiedad y funcionamiento están en manos de uno o varios miembros de la familia, así como las asociaciones

²² OIT (2003). Directrices sobre una definición estadística de empleo informal, adoptadas por la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Ginebra, Suiza, noviembre-diciembre.

²³ OIT (1993). Decimoquinta conferencia internacional de estadísticos del trabajo, Estadísticas del empleo en el sector informal, informe III, Ginebra, Suiza, enero, pp. 90-92.

no constituidas en sociedad (responsabilidad limitada) formadas por miembros de diferentes familias. Se excluyen del sector informal las empresas de hogares dedicadas exclusivamente a la producción no comercial, es decir la producción de bienes y servicios para autoconsumo o formación del propio capital”²⁴.

Cuadro I.4
Evolución histórica de la medición de la informalidad en América Latina

Período	Marco conceptual	Método estadístico	Cobertura regional
I Período: mediados de la década del 70 a inicios de la del 90	Existencia dual de sistemas de producción y empleo, los cuales se diferenciaban en función del grado de organización, capital, productividad y tecnología. (Enfoque PREALC)	Trabajadores por cuenta propia. Trabajadores Familiares no Remunerados (T.F.N.R.) Empleadores y asalariados del sector privado ocupados en establecimientos con menos de un determinado nivel de empleo Servicio doméstico	Todos los países de América Latina
II Período XV CIET: desde 1993 al 2003	El sector informal se encuentra integrado por unidades de producción que no constituyen una entidad jurídica con independencia del hogar, que no llevan registros contables y cuyo tamaño en términos de empleo está por debajo de cierto umbral. Es decir el énfasis se prestaba en las características de las unidades de producción y cómo ésta es conducida, en lugar de hacerlo en términos de las características de las personas o de sus empleos.	T. F. N. R. Trabajadores por cuenta propia. Empleadores y asalariados del sector privado ocupados en establecimientos con menos de un determinado nivel de empleo Servicio doméstico	Argentina Colombia Ecuador México Panamá Perú Venezuela Rep. Dom Honduras Bolivia
III Período – XVII CIET: 2003 en adelante	Se define “economía informal” de acuerdo a dos dimensiones: el tipo de unidad de producción, el cual se define en términos de la organización jurídica y, el tipo de empleo que se define en términos de la situación en el empleo y otras características del puesto de trabajo.	Trabajadores por cuenta propia. T. F. N. R. Empleadores y asalariados del sector privado ocupados en establecimientos con menos de un determinado nivel de empleo. Todos los asalariados informales del sector formal Servicio doméstico	Argentina Colombia Ecuador México Panamá Perú Venezuela Rep. Dom Honduras Bolivia

Fuente: Pino, Bolívar (2007). Presentación en la Reunión Regional de Especialistas de Empleo de la OIT, Lima, Perú, mayo 2007.

El sector informal comprende las microempresas por cuenta propia y las de empleadores informales. Las primeras “son empresas de hogares pertenecientes a, y administradas por, trabajadores por cuenta propia (según la Clasificación Internacional de la Categoría de empleo), ya sea individualmente o asociadas con miembros de su hogar u otros hogares, que no emplean trabajadores de manera continua pero pueden usar trabajadores familiares no remunerados (TFNR) y/o empleados ocasionales (la duración mínima depende de cada país).”

²⁴ OIT (1993), p.90.

Las segundas son “empresas de hogares pertenecientes a, y administradas por, empleadores ya sea individualmente o asociadas con miembros de su hogar u otros hogares, que emplean uno o varios trabajadores de manera continua (además de TFNR, y ocasionales) y que reúnen las siguientes condiciones: el tamaño de las unidades es inferior a un nivel determinado (a ser determinado por cada país), no ocupan empleados regulares (empleados con un arreglo de contrato de trabajo que obliga a pagar al empleador impuestos y contribuciones a la seguridad social y en virtud de la cual la relación del empleo está sujeta a las normas laborales)”²⁵.

Por otra parte, el empleo informal, ya sea que se trate de ocupados en empresas del sector formal, informal, o en hogares, incluye a los siguientes tipos de empleos: (i) trabajadores por cuenta propia dueños de sus propias empresas del sector informal; (ii) empleadores dueños de sus propias empresas del sector informal; (iii) trabajadores familiares auxiliares, independientemente de si trabajan en empresas del sector formal o informal; (iv) miembros de cooperativas de productores informales; (v) asalariados que tienen empleos informales²⁶, que estén empleados por empresas del sector formal, por empresas del sector informal, o por hogares que les emplean como trabajadores domésticos asalariados; (vi) trabajadores por cuenta propia que producen bienes exclusivamente para el propio uso final de su hogar, si están ocupados²⁷.

El empleo informal fuera del sector informal comprende los tipos de empleos siguientes: (i) asalariados que tienen empleos informales en empresas del sector formal o como trabajadores domésticos asalariados empleados por hogares; (ii) trabajadores familiares auxiliares que trabajan en empresas del sector formal; (iii) trabajadores por cuenta propia que producen bienes exclusivamente para el propio uso final de su hogar, ocupados de acuerdo con la Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo, del desempleo y del subempleo adoptada por la Decimotercera CIET.

Aunque, según las definiciones de la OIT, el concepto de sector informal incorpora al de microempresa, por lo que se podría pensar que todas estas unidades se pueden catalogar como informales, es importante tener en mente que no existe blanco o negro entre lo formal e informal, sino más bien una escala de grises entre las formas de contratación, el grado de formalización

25 OIT (1993), p.90.

26 Se considera que los asalariados tienen un empleo informal si su relación de trabajo, de derecho o de hecho, no está sujeta a la legislación laboral nacional, el impuesto sobre la renta, la protección social o determinadas prestaciones relacionadas con el empleo (preaviso al despido, indemnización por despido, vacaciones anuales pagadas o licencia pagada por enfermedad, etc.). Las razones pueden ser las siguientes: la no-declaración de los empleos o de los asalariados; empleos ocasionales o empleos de limitada corta duración; empleos con un horario o un salario inferior a un límite especificado (por ejemplo para cotizar a la seguridad social); el empleador es una empresa no constituida en sociedad o una persona miembro de un hogar; el lugar de trabajo del asalariado se encuentra fuera de los locales de la empresa del empleador (por ejemplo, los trabajadores fuera del establecimiento y sin contratos de trabajo); o empleos a los cuales el reglamento laboral no se aplica, no se hace cumplir o no se hace respetar por otro motivo. Los criterios operativos para definir empleos asalariados informales deberían determinarse en función de las circunstancias nacionales y de la disponibilidad de información (OIT, 1993).

27 Se considera personas ocupadas a los individuos mayores de cierta edad especificada, durante el período de referencia, de acuerdo con el párrafo 9 (6) de la Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo, del desempleo y del subempleo adoptada por la Decimotercera CIET de 1982. Los trabajadores por cuenta propia, empleadores, miembros de cooperativas de productores, trabajadores familiares auxiliares y asalariados se definen de acuerdo con la última versión de la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE).

de la actividad (a nivel de registros), el acceso a la seguridad social u otros beneficios sociales, el grado de subutilización de la mano de obra respecto de su calificación, etc.

En ese sentido, y con fines ilustrativos existen al menos tres visiones clásicas de entender la emergencia de la informalidad²⁸:

- (i) Estructuralista (PREALC-OIT): procesos productivos altamente asociados a tecnología importada; la cual encuentra, de un lado, una alta desigualdad en la distribución del ingreso que provoca disparidades en el acervo de capital humano de las personas, y del otro, el acelerado crecimiento de la fuerza de trabajo. Consecuencia de ello se observa la imposibilidad de generar empleos suficientes para absorber este crecimiento.
- (ii) Ortodoxo-liberal (legal-institucional): la intervención estatal de la economía –vía la regulación del mercado laboral- impone rigideces a la contratación y a los niveles de remuneración, tiende a desalentar la contratación de la mano de obra. Esto da lugar a empresas que funcionan evadiendo controles y disposiciones legales como resultado de una lógica de costo-beneficio.
- (iii) Especialización flexible (otras formas de organización del trabajo): las empresas han buscado reducir sus costos fijos –especialmente los salarios- mediante nuevas formas de organización del trabajo y gestión de la mano de obra. El cambio técnico asociado al empleo de maquinarias de usos múltiples, favorecen la descentralización de los procesos, lo cual implica la generación de redes de pequeñas empresas que mantienen relaciones de subcontratación (informales que funcionan como unidades distribuidoras o procesadoras de insumos) respecto a las empresas grandes.

Además, Maloney (2006)²⁹ señala que pueden existir tres tipos de interacciones entre el Estado y los agentes económicos claramente heterogéneos entre ellos. La necesidad de una clasificación de este tipo, según el autor, es crucial para identificar los márgenes de acción en la relación entre estado y empresas:

- (i) El margen intrafirma, donde las empresas son parcialmente formales y parcialmente no, desde las distintas dimensiones de “lo formal”;
- (ii) El margen intersectorial (firmas), entre empresas formales e informales; referido más al ámbito legal (registros o leyes fiscales);
- (iii) El margen intersectorial (trabajadores) operando a través del mercado de trabajo y donde están cubiertos por la legislación laboral frente a los informales supuestamente no cubiertos.

²⁸ Zevallos, Emilio (1994). Evaluando una política pública: el sector informal urbano en Lima, tesis para optar el grado de Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos, FLACSO, México.

²⁹ Tomado de Perry, Guillermo, Maloney, William y otros (2007). Informality: Exit and Exclusion, World Bank, Washington, D.C.

Más allá de estas formas de entender a la informalidad, hay un acuerdo generalizado sobre la heterogeneidad que existe tanto en el “sector informal” como en las MYPE. A grandes rasgos, las microempresas se han dividido en dos grandes grupos: las de subsistencia y las de acumulación (o con posibilidades de desarrollo). A las del primer grupo, además del pequeño tamaño, el escaso valor monetario de los activos, la tecnología rudimentaria, y el poco o ningún cumplimiento de los requisitos legales, se les atribuye otras tres características distintivas importantes. La primera es que estas unidades operan con una racionalidad de reproducción y no de acumulación; es decir, no es primordial la capitalización ni la ampliación de sus mercados. La segunda característica es que su competitividad no se basa en la productividad sino en el bajo precio que se asigna al trabajo incorporado para disminuir los costos. Por último, la dinámica de este tipo de empresas, generalmente, se basa en la imitación y no la innovación, lo que puede limitar seriamente sus posibilidades de supervivencia una vez que el mercado se satura de los productos o servicios que éstas ofrecen³⁰.

A pesar de los anteriores lineamientos, la variedad de microempresas dificulta la delimitación de la tenue frontera entre las unidades de subsistencia y de acumulación, así como también el límite con las pequeñas empresas, pues, en la práctica, algunas de estas características no están presentes, o se dan combinaciones de ellas.

Para catalogar a las microempresas Mitra (1998) parte de tres sectores laborales: servicios, producción y comercio; y dos procesos de formación o aprendizaje que se dan dentro de los establecimientos: tradicional y contemporánea. La categoría “tradicional” se refiere a la formación dentro del hogar, pasada de una generación a otra, mientras que la “contemporánea” se refiere a la producción, marketing, así como servicios relativos a las mercaderías, procesos y formas de emprendimientos, y también a la organización de negocios que son “modernos” y no eran conocidos en la economía tradicional.

De esta manera se dan las siguientes combinaciones:

- a)** Los servicios tradicionales incluyendo ayudantes domésticos no entrenados, vendedores ambulantes, limpiadores, barberos callejeros, lustrabotas, etc., así como aquellos denominados trabajadores ocasionales. Los trabajadores en esta categoría comprenden el grueso del sector informal. La índole exacta de la ocupación es a menudo cambiante y depende de la estación y la situación macroeconómica del país.
- b)** Los servicios contemporáneos que van desde electricistas/plomeros, reparadores de todo tipo, hasta operadores independientes de computadoras, trabajan como conductores de autobuses y taxis informales etc. Los trabajadores se forman a través de una amplia diversidad de medios: formales e informales, en el trabajo mismo, o a través de un aprendizaje de oficios.

30 Gallart, María (2003). “Habilidades y competencias para el sector informal en América Latina: una revisión de la literatura sobre programas y metodologías de formación”, *Boletín Técnico Interamericano de Formación, Profesional, Formación en economía informal*, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

- c) La producción tradicional incluye una amplia variedad de actividades como la producción de golosinas y productos simples de panadería, usando técnicas muy rudimentarias para elaborarlos. Los niveles de habilidad en las técnicas tradicionales pueden ser altos. La adquisición de habilidades a menudo se lleva a cabo a través del aprendizaje de oficios tradicionales o con la familia, observando cómo los miembros de ésta trabajan.
- d) La producción contemporánea se corresponde estrechamente con las micro o, incluso, pequeñas empresas. Puede incluir aquellos procesos y técnicas de producción tradicional que han sido modernizados, por ejemplo el uso del torno por un carpintero o un herrero.
- e) El comercio tradicional refiere a la venta minorista de toda una gama de pequeñas mercaderías y mercancías, actuando el productor también como comerciante. Vendedores de productos comestibles puerta a puerta, vendedores de pescado, de verduras, de prendas se incluyen en esta categoría y normalmente no se requiere mucha formación o educación.
- f) El comercio contemporáneo refiere no solamente al comercio de productos contemporáneos (por ejemplo, el ensamblado de aires acondicionados o computadoras) sino que también los procesos son diferentes. Usualmente el comerciante/vendedor tiene algún entrenamiento o formación (puede ser autoadquirida) en vender el producto de referencia.

Similarmente Hann (2003) identifica tres grupos desde una perspectiva de la capacitación de la mano de obra y el grado de complejidad de la actividad:

- a) Las MYPE que involucran actividades de subsistencia y autoempleo del tipo pre-empresarial, especialmente en zonas rurales, las cuales funcionan como “empleador de última instancia” y fuente importante de ingresos suplementaria. Comprenden por lo común actividades de tiempo parcial o estacional, basadas en tecnologías tradicionales, insumos y mercados locales.
- b) Las que se encuentran las unidades de producción que son algo más grandes que las actividades generadoras de ingresos suplementarios, al reunir a varios integrantes de la familia, aprendices y a veces trabajadores permanentes. Son una mezcla de tecnología tradicional con prácticas más modernas pero aun así obsoletas. Carecen de acceso al capital, disponen de algunas destrezas técnicas pero ninguna administrativa y están más estrechamente vinculadas a los mercados. Se hallan a menudo en las aldeas más grandes, ciudades rurales y centros regionales (ejemplo: pequeñas tiendas o talleres en metalurgia, carpintería, sastrería y diversos servicios de reparación).
- c) Por último, pequeñas empresas que pueden tener entre 10 y 20 trabajadores (a veces hasta 50). Utilizan tecnologías no tradicionales o “modernas” y sus productos y servicios fluctúan desde lo sencillo a lo complejo. Estas pequeñas empresas (p.ej. aserraderos, talleres de confección de ropas, compañías de transporte automotor) son con frecuencia

límitrofes de lo formal, están registradas con las autoridades locales y pagan algunos impuestos.

Independientemente de la forma en la que se pueda clasificar a estas unidades económicas (microempresas con mayor o menor grado de formalidad), lo cierto es que no todos estos establecimientos tienen el potencial (o la capacidad) para crecer y aportar a la economía en términos de innovación y en la creación de puestos de trabajo en condiciones no precarias. De esta forma, si se busca mejorar la situación de las personas que se incorporan a este grupo de empresas, las políticas de corte social (o asistencial) de combate a la pobreza y desarrollo dirigidas directamente a éstos son, quizás, más eficaces que una estrategia indirecta orientada al aumento de competitividad de las microempresas por medio de la capacitación.

Sin embargo, existe otro grupo de microempresas que tienen características que las acercan más a empresas más dinámicas, que “compartirían metas, aunque no necesariamente estructuras con la pequeña e incluso la mediana empresa”³¹. Zevallos (2001) desarrolla una metodología que además de segmentar a las microempresas de tres trabajadores en adelante, introduce variables de estructura de la empresa y aptitudes o características emprendedoras. Con base a este método, establece que en el caso de México, el 25,3% de las microempresas podrían considerarse como dinámicas e incluirlas en las políticas de fomento para la “empresa media” (que incluyen las pequeñas, medianas y esa parte de las microempresas).

En particular, para este grupo de microempresas, es crucial entender sus problemas y necesidades (sea cual sea su componente informal), en razón de que las políticas de fomento activas orientadas a ese grupo pueden tener un impacto significativo en su productividad y competitividad.

De esta forma, reconocer la diversidad de este tipo de microempresas que trabajan entre lo formal e informal es crucial, puesto que los problemas y necesidades de quienes se encuentran en actividades dinámicas o con potencial de desarrollo no son los mismos a los de los que se encuentran en actividades de subsistencia. Por ejemplo, los trabajadores a domicilio cuya relación laboral con un empleador no está reconocida o protegida, respecto a los trabajadores por cuenta propia o empleadores que se enfrentan a diferentes obstáculos y dificultades para establecer y hacer funcionar empresas formales³².

El adecuado apoyo a este subsector puede ser detonante de una ampliación importante de la actividad productiva, modernización de estas unidades y consecuentemente, formalización de las mismas.

Pero lo anterior requiere de un cambio fundamental en el comportamiento de los microempresarios, que implica una profunda transformación cultural del estrato, que requerirá

³¹ Zevallos, Emilio (2001), p. 1098.

³² OIT (2002). El trabajo decente y la economía informal, Comisión de la Economía Informal, informe VI, Conferencia Internacional del Trabajo, 90na. Reunión, Ginebra, Suiza.

a su vez de campañas, programas de capacitación y de una cierta inversión en el esfuerzo del cambio³³.

En ese sentido, el acceso a la capacitación, además de las limitantes institucionales que impone (asociadas al tamaño de empresa, sector, etc.), tiene también un sesgo educativo que responde primordialmente a unidades económicas con cierto grado de complejidad, y en muchos casos no se encuentra adaptado a la realidad educativa de los trabajadores de estas unidades económicas (analfabetos funcionales o con bajo nivel de alfabetización). Aunque esto pudiera ser un mecanismo de segmentación a favor de las microempresas más dinámicas, no es parte de una estrategia, lo cual puede generar desengaño en microempresas que no acceden a los programas y posteriormente recelo respecto de la capacitación.

Desde la demanda, pareciera existir un prejuicio sobre la capacitación (o los capacitadores, las instituciones que las promueven, el sector que las ejecuta, etc.), que inhibe la mayor participación. Pero no solo ello, también existe un problema de información respecto a la capacitación, sus objetivos, y posibles resultados. Así, el acceso a la capacitación formal sigue estando limitado a una minoría. Quienes acceden a ella de otra forma, lo hacen mediante el aprendizaje empírico, informal y en la práctica.

1.3.2 Impacto de los programas de capacitación al estrato microempresarial

Dentro de los programas destinados a la microempresa y/o unidades económicas en el umbral de la informalidad, la capacitación tiene como objetivo generar un flujo de servicios orientado a la transferencia de conocimiento y habilidades que permitan a los receptores aumentar su capacidad productiva disponible³⁴. Estos programas parten del diagnóstico de la situación original de la microempresa (o de un proyecto en el caso de los futuros empresarios), sus carencias y posibilidades; muchas veces se asume el hecho de que se trata de problemas sistémicos y colectivos y no individuales.

La capacitación se ha adaptado para que ésta se articule con las carencias de diferentes grupos específicos, como los jóvenes y las mujeres pobres o en desventaja. El enfoque principal de este tipo de programas es la posibilidad de combatir la pobreza mediante la promoción de actividades de subsistencia, el desarrollo de la microempresa y el autoempleo. Para ello se promueve desde la producción de alimentos destinados al autoconsumo hasta actividades artesanales. Lamentablemente, existe una gran dificultad en hacer estas actividades autosustentables debido a que éstas dependen de subsidios, entre otras razones. Por otro lado, algunos programas de promoción de microempresas tienden, en cambio, a centrarse en pequeñas empresas viables en el mercado (en vez del universo de microempresas) y buscan aumentar su productividad para lograr un cierto nivel de acumulación que les permita sobrevivir en los momentos de crisis. En la mayoría de los casos se trata de programas que integran mecanismos de crédito,

³³ Tokman, Víctor (2003). "De la informalidad a la modernidad", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

³⁴ McKean (1994) citado en Seligson, Amber L. (1998). "Las mujeres en el sector informal costarricense: causas del éxito", *Anuario de Estudios Centroamericanos*, vol. 24, no. 1-2, Universidad de Costa Rica, pp. 21-46.

generalmente subsidiado, y asistencia técnica; ésta varía desde el acompañamiento o monitoreo hasta complejos mecanismos de apoyo tecnológico y de comercialización. En realidad, la capacitación se ha convertido más bien en la “tercera pata” del apoyo y, en general, está lejos de ser la más importante³⁵.

No obstante, la distinción entre estas clases de microempresas no siempre resulta tan directa o sencilla. La tensión entre estas dos formas de microempresas y la ubicación de las actividades desarrolladas por los microempresarios en el continuo, contribuye a generar cierto grado de ambigüedad en el diagnóstico de los servicios necesarios en cada situación.

Muchos estudios y programas han dado por un hecho que el tener acceso a la capacitación y al crédito es la clave para el éxito económico de las unidades productivas que laboran en la informalidad, por lo que éstos se han enfocado directamente en la identificación de necesidades³⁶. Sin embargo, varios estudios han puesto en tela de duda el verdadero impacto de la capacitación, bajo el argumento de que es la educación básica general, y no la educación vocacional para el trabajo, la que puede ofrecer mayores posibilidades de aumentar la productividad y, al mismo tiempo, el ingreso de las unidades productivas operando en la informalidad; así como incrementar la absorción de empleos por parte de éstas. Sin embargo, y aunque no hay nada concluyente en la materia, no cabe duda que la educación básica es clave para despertar en las personas sus procesos de aprendizaje.

Un estudio del Banco Mundial realizado entre distintos trabajadores del sector informal para establecer una correlación entre los niveles de escolaridad de éstos y el éxito de las microempresas, concluyó que la expansión y mejora de la educación básica es quizás el factor más importante en el aumento de la productividad del sector informal. La investigación también sugiere que los costos más elevados de la educación vocacional no se reflejaron en retornos mayores (ya sea individuales o sociales). El estudio considera que la planeación para esas estrategias es altamente compleja, fuera de las posibilidades reales de los débiles ministerios de educación³⁷.

En la misma línea, una investigación de Seligson (1998) para determinar si el trabajo en grupo de las mujeres en el sector informal en Costa Rica garantizaba mayores posibilidades de obtener capacitación y crédito, descubrió que trabajar en grupo es un predictor de un mayor acceso a ambos. Sin embargo, el acceso a la capacitación y al crédito no tiene aparentemente relación con los ingresos.

A pesar de los anteriores hallazgos, también existe evidencia que valida el papel de la educación vocacional en las estrategias de promoción de las microempresas. Según Caillods (1993), las encuestas realizadas tanto en países desarrollados como en desarrollo sugieren que los trabajadores también adquieren sus destrezas por medio del entrenamiento en el trabajo

35 Gallart, María A. (2003). “Habilidades y competencias para el sector informal en América Latina: una revisión de la literatura sobre programas y metodologías de formación”, Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

36 Ver Rakowski (1994), Van der Wees y Romijn (1995) y McKean (1994) citados en Seligson (1998).

37 World Bank (1991) citado en McGrath, Simon; King, Kenneth; Leach, Fiona y Carr-Hill, Roy (1994). “Education and training for the informal sector”, *Education Research Paper*, no. 11, p. 332.

y la experiencia, cursos cortos de entrenamiento en las empresas, centros vocacionales, o instituciones privadas³⁸.

Por otra parte, en una evaluación de impacto del Plan Nacional de Desarrollo a la Microempresa en Colombia (PNDM)³⁹, se descubrió que aunque la generación de empleo no fue significativamente diferente entre las empresas beneficiarias y las no beneficiarias, sí se dio un impacto positivo por medio de la asalarización de sus trabajadores y la optimización de sus recursos, o sea en la tendencia a su formalización⁴⁰. Paralelamente, el plan tuvo otros efectos positivos en lo que se refiere a la menor incidencia de cierre de las empresas. Mientras el 26% de las que no fueron atendidas cerraron, solo el 14% de aquellas que fueron beneficiarias del programa cerraron durante el período evaluado, con lo que se puede afirmar que los programas probablemente han incidido en la disminución de cierre de las empresas. Otro resultado importante fue que la combinación del crédito con otro servicio de apoyo tiene un mayor efecto en la disminución del riesgo de cierre⁴¹.

En todo caso, ya sea en estudios en donde se resaltan los efectos positivos de la capacitación, como en aquellos en donde su impacto sobre el mejoramiento de la productividad del sector informal no es tan evidente, se admite que se debe considerar la calidad y el tipo de la capacitación como una variable importante en la interpretación de los distintos resultados.

En primer lugar, en ciertas ocasiones la capacitación no ha sido efectiva para incrementar el ingreso de algunos grupos porque ésta ha sido orientada a transmitir destrezas para los trabajos erróneos. Específicamente, la formación destinada a unidades productivas lideradas por mujeres a menudo tiende a enseñarles a generar ingresos haciendo tareas tradicionalmente femeninas. La costura, la peluquería, la cocina y la artesanía históricamente han sido trabajos no remunerados que normalmente son considerados parte de las responsabilidades domésticas de las mujeres. En segundo lugar, se puede presentar el caso de programas de capacitación que abarcan una gran variedad de habilidades empresariales, pero que descuidan temas como la producción eficiente⁴². Una tercera debilidad puede estar relacionada con la rigidez en contenidos y horarios de los programas, los cuales no se adaptaban a los intereses y escasa disponibilidad de tiempo por parte de los empresarios en actividad; así como la falta de adecuación a los cambios tecnológicos en la industria⁴³. Por último, se puede citar la inexperiencia de los profesores y la falta de conocimiento especializado como un elemento a ser considerado en las evaluaciones, ésta fue una de las quejas más frecuentes que se detectaron en los grupos focales que se detallarán más adelante.

38 Citado en McGrath et al (1994).

39 A grandes rasgos, el objetivo básico del programa era ofrecer capacitación y asesoría para el desarrollo de una empresa, en una perspectiva de generación de nuevos empleos.

40 La muestra se construyó con un grupo de beneficiarios de los programas (50%) y otro grupo control, de características similares (50%).

41 Ramírez Guerrero, Jaime (2003). "Capacitación laboral para el sector informal en Colombia", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

42 McKean (1994) citado en Seligson (1998).

43 Gallart (2003).

Existe un aspecto de alguna manera controversial de la capacitación al sector informal (y a la microempresa en general), relacionado con la forma de intervención y contenidos de ésta. Al enfatizar el papel potencial de la educación en su relación con el sector informal, un amplio abanico de posibilidades entran en juego. La intervención puede ser en cualquier nivel del sistema de educación formal, desde primaria hasta un curso de postgrado, o a través de cualquier programa de educación no formal. Podría también incluir currículos hechos a la medida sobre administración de empresas o habilidades básicas generales de lectura, matemáticas y ciencias. También se puede hacer un énfasis en el desarrollo de habilidades personales y sociales lo que ofrece una sólida base para hacer frente al autoempleo⁴⁴.

Según la visión del Banco Mundial, la educación general es el fundamento sobre el cual la futura formación o capacitación debe de ser construida, al menos en los niveles básicos. Esto es cierto tanto para el sector formal como para el informal. Una mejora en la educación básica en una situación en donde el autoempleo de subsistencia se encuentra ampliamente extendido no va a disminuir los niveles de éste, pero podría ayudar en la transición hacia un nivel más próspero de autoempleo. Por lo tanto, se argumenta que la provisión de educación general de calidad debería de ser un elemento fundamental de cualquier programa de apoyo al sector informal⁴⁵.

A pesar de que existe un consenso general acerca de la importancia la educación básica, los distintos modelos de capacitación para el autoempleo difieren en cuanto a la preponderancia que debe tener la formación básica (matemáticas, lectura, escritura) en los currículos. Por ejemplo, el Taller de Formación para el Sector Informal realizado por la OIT en Turín (1989) llegó a la conclusión de que la capacitación es, y debe ser, fundamentalmente distinta de la formación para el trabajo en el sector formal; caracterizada principalmente por tener estrechos lazos con la producción, estar dirigida a grupos específicos e impartirse en formas no convencionales en busca de resultados inmediatos. Según la experiencia, para que las acciones de formación tengan éxito es preciso tomar en cuenta los elementos siguientes: evaluación de necesidades, aspectos financieros, participación de los beneficiarios en todas las etapas, métodos de formación, claridad de metas, buena gestión e implementación por personal dedicado, calidades pedagógicas y vínculos con la comunidad, ambiente favorable, diseño flexible, resultados tempranos y buenas perspectivas de desarrollo a largo plazo⁴⁶.

En el mismo tenor, una de las conclusiones a las que llegó la evaluación del Programa Nacional de Desarrollo de la Microempresa de Colombia fue que las experiencias iniciales del programa de asistencia estaban muy contaminadas con los contenidos de la enseñanza superior. Se asemejaban entonces a un intento de convertir a los microempresarios en administradores profesionales de empresas de menor tamaño. A partir de esa observación, se evolucionó hacia programas que estaban dirigidos a fortalecer las destrezas conceptuales de diagnóstico del negocio (tanto contextual como al interior de la empresa) y de gestión de procesos, en cuyos aspectos administrativos eran apoyados externamente. Es importante destacar que los contenidos no incorporaron la recuperación de habilidades básicas de lectura, escritura

⁴⁴ McGrath et al (1994).

⁴⁵ McGrath et al (1994).

⁴⁶ Haan, Hans Christiaan (2003). "Formación para el trabajo en el sector informal: nuevos ejemplos de Kenia, Tanzania y Uganda", Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

y matemática; bajo el supuesto de que era necesario concentrarse en aspectos específicos para evitar la dispersión. El potencial problema con este enfoque es que puede hacer que los empresarios menos educados queden, de hecho, marginados⁴⁷.

Una vez revisadas algunas características de los programas de formación a las microempresas, el apartado siguiente toca un tema no menos controversial: los contenidos que deberían incorporar dichos programas.

1.3.3 Necesidades de formación

Desafortunadamente la Subregión parte de una realidad: los niveles de educación en todos los países son bastante bajos. La población económicamente activa está constituida en su mayoría por una gran cantidad de trabajadores no calificados, alrededor del 42% no ha logrado completar primaria e incluso, un 13% no tiene educación alguna. Esto se vuelve más preocupante en El Salvador y Guatemala en donde más de la mitad de la fuerza de trabajo no ha concluido primaria. Esta tendencia es más pronunciada aún en las zonas rurales en donde un 61% de los trabajadores no ha logrado completar primaria⁴⁸. Además, son muy pocas las personas que tienen acceso a la formación técnica, aspecto que propicia una reducida capacidad de adaptación a tecnologías y procesos productivos de rápida evolución por parte de los trabajadores, incidiendo por tanto en la capacidad de mejorar la competitividad del aparato productivo de la Subregión, con miras a una mayor integración con la economía mundial.

Aunado a este hecho, también se tiene que reconocer que la capacitación no tiene un rol central en las estrategias de los países y los mismos microempresarios. Aunque no son casos comparables con Centroamérica, se podría considerar la situación de la Subregión con lo que sucede en Colombia donde solo una minoría de los empresarios ha recibido capacitación. Una encuesta realizada por Cabal y otros (1997) a microempresarios muestra conclusiones ilustrativas: el 91% no siguió ningún curso de capacitación en los doce meses inmediatamente anteriores. Los que lo hicieron fueron entrenados por entidades públicas y ONG; un quinto de los empresarios que asistieron a cursos recibieron capacitación administrativo-financiera. Cuando se consideró el total de las empresas, los investigadores descubrieron que existe una mayor propensión a demandar capacitación entre aquellas firmas que participaron en programas de capacitación⁴⁹.

Uno de los asuntos fundamentales que responden a las preocupaciones sobre ¿cómo generar mayores niveles de eficiencia en la microempresa?, ¿cómo fortalecer el liderazgo de las pequeñas empresas?, ¿cómo debe ser el entrenamiento para proveer de herramientas de gestión?, ¿cómo garantizar que aquello que se les enseña sea asimilado o aprendido por los empresarios?, y, finalmente, ¿cómo lograr que los participantes consideren relevantes lo que se les está enseñando? está íntimamente ligado con el contenido de la capacitación (El recuadro 1.1 contiene una descripción de las diferentes metodologías de servicios de desarrollo empresarial que brinda la Organización Internacional del Trabajo (OIT) dirigidos a pequeñas y microempresas, y que tratan de responder a estas interrogantes).

⁴⁷ Gallart (2003).

⁴⁸ Obando y Rojas (2006).

⁴⁹ Cabal, Miguel; Hidalgo, María S. y Monroy, Pedro (1997). Caracterización estática y dinámica de las microempresas beneficiarias y no beneficiarias del Plan Nacional de la Microempresa, mimeo, Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Recuadro 1.1

Programa OIT de métodos para servicios de desarrollo empresarial para pequeñas y microempresas*

Este recuadro contiene una descripción de las diferentes metodologías de servicios de desarrollo empresarial que brinda la Organización Internacional del Trabajo (OIT) dirigidos a pequeñas y microempresas. Estos programas de servicios de desarrollo empresarial se han venido desarrollando e implementando en más de 70 países de los distintos continentes desde hace más de 30 años. Los programas consisten en metodologías de capacitación, asistencia técnica, monitoreo y evaluación y materiales para atender las necesidades de los empresarios y las empresarias de pequeñas y microempresas.

Entre las ventajas comparativas de las metodologías de la OIT con respecto a otras metodologías, se puede mencionar:

- Están diseñadas para cubrir, con la mayor eficacia y el menor costo posible, las necesidades de información mínimas requeridas para cumplir su objetivo;
- Son muy flexibles para ser adaptadas a las necesidades de un auditorio específico. Las metodologías pueden adaptarse a las características ocupacionales de un auditorio o bien a las de sus características personales.

Los programas cuentan también con:

- Sistema de seguimiento, monitoreo y evaluación
- Juego Empresarial: es una simulación de la actividad empresarial para complementar el entrenamiento de empresarios y empresarias. El Juego es un instrumento de capacitación que provee una experiencia práctica en materia de conducción de empresas. Ha sido diseñado para brindar a los/as empresarios/as la oportunidad de tomar decisiones tales como las que deberán tomar al actuar en la realidad del mundo empresarial.
- Materiales de apoyo diversos
- Los programas consisten por lo general en un programa de Formación de Capacitadores(as) y un programa de Capacitación de Empresarios(as).

Las metodologías en el área de servicios de desarrollo empresarial para sus diferentes grupos objetivos son las siguientes:

* El recuadro se basa en la nota "Programa OIT de métodos para servicios de desarrollo empresarial para pequeñas y microempresas," elaborada por la Oficina Subregional para los Países Andinos (OSRA) de la OIT.

Continúa en la página siguiente.

Programa	Grupos meta	Objetivos	Contenidos	Metodologías empleadas
Inicie su Negocio (ISUN)	Empresarios/as potenciales	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar y fortalecer, en el facilitador, habilidades de capacitación y asesoría para trabajar con aspirantes a empresarios/as. Desarrollar y fortalecer, en los/as empresarios/as potenciales de pequeñas empresas, las aptitudes necesarias para iniciar su propio negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de una idea de negocio Identificación del mercado y desarrollo de un plan de mercado Organización de la empresa Costos de los productos o servicios Inversión Control de las finanzas del negocio Elección de la forma legal para la empresa Evaluación de la información y elaboración de un Plan de Negocios. 	El programa de capacitación es altamente interactivo y participativo. Se hace uso intensivo del Juego Empresarial, herramienta de contenido lúdico y abierto, se expone a los capacitadores a una simulación empresarial realista que les permite poner en práctica los principios ISUN.
Mejore su Negocio (MESUN)	Empresarios/as de pequeñas y microempresas en operación	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar y fortalecer, en el facilitador, habilidades de capacitación y asesoría para trabajar con aspirantes a empresarios/as. Desarrollar y fortalecer, en los/as empresarios/as de pequeñas empresas, las Habilidades para llevar a cabo el incremento de la viabilidad de sus Empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> El mercadeo y las ventas Las compras y el abastecimiento El control de inventarios Los costos Los registros y la actividad contable La organización de la empresa y el planeamiento financiero <p>Un modulo sobre Gestión de Recursos Humanos está en desarrollo.</p>	<p>Promueve un enfoque activo utilizando métodos de aprendizaje de participación e incluye un cometido: los planes de acción que formularán los/as participantes al final del seminario.</p> <p>Otros métodos de la educación de adultos empleados son: estudios de casos, discusión, tormenta de ideas, ejercicios, exposición y juego de roles y Simulación (se incluye el uso del Juego Empresarial).</p>
Mejore su Negocio de Construcción (MESUNCO)	Empresarios/as de pequeñas y microempresas en operación, del sector construcción	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar y fortalecer, en el facilitador, habilidades de capacitación y asesoría para trabajar con aspirantes a empresarios/as. Desarrollar y fortalecer, en los/as administradores de pequeñas empresas en el sector construcción, habilidades para llevar al cabo el incremento de la viabilidad de sus empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> Cotizaciones y Ofertas Gerencia de Proyecto Gerencia Empresarial (costos, compras, los registros y la actividad contable, mercadeo y la organización de la empresa y el planeamiento financiero) 	<p>Promueve un enfoque activo utilizando métodos de aprendizaje de participación e incluye un cometido: los planes de acción que formularán los/as participantes al final del seminario.</p> <p>Otros métodos de la educación de adultos empleados son: estudios de casos, discusión, tormenta de ideas, ejercicios, exposición y juego de roles y Simulación (se incluye el uso del Juego Empresarial).</p>
Mejore su Ambiente de Trabajo y su Empresa (MATYSE)	Empresarios/as de pequeñas y microempresas manufactureras en operación	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar y fortalecer, en el/la facilitador/a, habilidades de capacitación y asesoría para los administradores de pequeños talleres, con la finalidad de que pueden mejorar sus empresas y ambiente de trabajo. Desarrollar y fortalecer, en los/as administradores/as de pequeños talleres, habilidades para gerenciarlos, motivándolos para llevar a cabo el mejoramiento de sus empresas y ambiente de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> Perfeccionar las capacidades del/a jefe/a de planta de la empresa; Hacer más efectivos los esfuerzos por ganar mercados Mejorar la producción en planta; diseño y disposición de la planta, manejo de materiales y materias primas, uso de herramientas y maquinaria, y la organización del ambiente de trabajo para mejorar la productividad; Hacer que el personal produzca más y mejor; Manejar las cuentas y finanzas en la empresa para tomar mejores decisiones; y Planeamiento empresarial práctico para mejorar las operaciones de la empresa. 	<p>El programa involucra aprendizaje por acción. Esto significa que los/as participantes adquieren nuevos conocimientos y puntos de vista, aplicándolos en sus propios negocios. Durante el programa, los/as participantes son guiados en el análisis de sus empresas y en la aplicación de los principios recientemente aprendidos con el uso de los ejercicios de escritorio y de simulación (se incluye el uso del Juego Empresarial).</p> <p>Otros métodos de capacitación empleados son: Estudios de casos; Discusión; Lectura; Lluvia de ideas; y Juego de roles.</p>

Viene de la página anterior.

Programa	Grupos meta	Objetivos	Contenidos	Metodologías empleadas
Elementos de Gestión Empresarial (EGE)	Empresarias/os de microempresas en operación con bajo nivel de escolaridad	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar conciencia en temas de gestión empresarial y transferir destrezas empresariales y conocimientos de gestión a microempresarias con un negocio operativo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa y familia • Mercadeo • Costeo y cotización • Juego de negocios • Planeamiento del negocio • Registros contables • Administración financiera • Evaluación del empresario 	<p>Algunas estrategias de la educación de adultos empleados son: estudios de casos, discusión, tormenta de ideas, ejercicios, exposición y juego de roles y Simulación (se incluye el uso del Juego Empresarial). También se usa la elaboración e interpretación de dibujos: simples, el toque local los hace más creíbles, asociados al quehacer diario de las empresarias.</p>
Conozca de Empresa (CODE)	Estudiantes de Educación Secundaria (regular y vocacional), Educación Técnica y Ocupacional	<ul style="list-style-type: none"> • Crear conciencia de empresa y autoempleo como una opción de carrera para estudiantes de Educación Secundaria (Normal o Vocacional), Bachillerato y Educación Técnica. • Desarrollar actitudes positivas hacia la empresa y el autoempleo. • Preparar personas jóvenes capacitadas para trabajar productivamente en pequeñas y medianas empresas y, en general, para un entorno en el que el empleo formal remunerado a tiempo completo pueda ser escaso o no disponible. 	<p>Los participantes conocen sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es empresa? • ¿Por qué el empresariado? • ¿Quiénes son empresarios? • ¿Qué hago para ser un empresario? • ¿Cómo encuentro una buena idea de negocio? • ¿Cómo debo organizar una empresa? • ¿Cómo debo dirigir una empresa? • ¿Cuáles son los siguientes pasos para ser un empresario? 	<p>Los capacitadores y docentes competentes varían sus métodos y técnicas de enseñanza muy a menudo, incluso durante una misma sesión o clase. En el CODE se ha escogido una variedad de técnicas de capacitación participativa. Estas son: presentaciones, pequeños grupos de trabajo, proyectos, juegos de roles, discusiones grupales, estudios de casos, lluvia de ideas, invitación de expositores, visitas, etc.</p>
Metodologías en Servicios de Desarrollo Empresarial OIT-FIT	Empresarios/as de pequeñas y microempresas	<p>El objetivo del programa OIT/FIT es identificar, desarrollar y ofrecer los servicios de desarrollo empresarial (SDE) para pequeñas empresas, por medio de proveedores del sector privado, orientados por la demanda, de modo que los SDE puedan ser sostenible financieramente y, además, rentables.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Análisis Rápido del Mercado (ARM): un curso de 3 a 5 días, reúne a los productores para hacer una "lluvia de ideas" de ideas para nuevos productos, y darles los instrumentos con los cuales entrevistan a clientes potenciales. Luego ellos salen al campo y entrevistan a dichos clientes e informantes clave, con el fin de reunir información que les sea útil para el desarrollo de un plan de acción. • Visitas de Intercambio Empresarial (VIE): un grupo de empresarios visitan otras pequeñas o grandes empresas. • Talleres de Intermediación (TI): organizados en líneas sectoriales, con muchas oportunidades de intercambio e insumo técnico cuidadosamente seleccionado. • Organización de Ferias PyME: para que puedan hacer el mercadeo de sus productos, especialmente para nuevos clientes. • Innovación Dirigida por el Usuario (IDC): talleres, que duran entre tres a seis días, reúnen a productores y clientes para modificar los productos nuevos o existentes.

Usualmente lo que hacen los programas de capacitación es trasladar los contenidos y prácticas de la academia o de la gran empresa, por medio de talleres o cursos adaptados a las distintas necesidades y actividades económicas. Se supone que lo que es bueno para estos grupos, es bueno para la microempresa y que el problema es solo colocar el conocimiento a escalas más pequeñas.

El currículo por lo general incluye materias como: contabilidad, finanzas, gerencia, mercadeo, cooperación, ampliación de negocios, producción y comercialización; capacitación técnico-productiva, normalmente centrada en procesos de la manufactura (por ejemplo cuero, confección, metalmecánica); y capacitación en la gestión empresarial con eje en la administración y elaboración de proyectos⁵⁰. Algunas veces, los programas también capacitan a las personas en el mejoramiento de la autoestima, el liderazgo, la salud, la nutrición y el cuidado de los niños. Muchos programas orientan sus cursos hacia el mejoramiento de los negocios ya existentes, en tanto que otros los orientan a personas que están aprendiendo cómo empezar un negocio. Los cursos pueden ser dados a lo largo de varios años, varios meses o durante una semana muy cargada. Muchos profesores prefieren el formato de lectura; otros prefieren métodos más participativos en los cuales los estudiantes pongan en práctica las habilidades que están aprendiendo, y otros envían promotores a las personas para capacitarlas en alguna habilidad particular que les falte⁵¹.

Pero antes que la elección de los contenidos educativos, el problema está en seleccionar las necesidades de capacitación y el método pedagógico con el cual pueden aprender los empresarios. Según varios estudios, ellos necesitan optimizar, mejorar, y aumentar sus habilidades y criterios para dirigir con más eficiencia sus negocios, competir, transformar su medio ambiente, la vida de su familia y la comunidad, y a él mismo como sujeto principal de cambio. Pero para ello, es necesario conocer los distintos tipos de necesidades y sus orientaciones básicas. Entre las principales, destacan las siguientes:

Gestión de crédito

En la literatura especializada sobre sector informal, hay especialistas que afirman que es el crédito y no la formación la principal necesidad de este estrato. Incluso en programas con un énfasis principal en la formación existe un cambio hacia la percepción de que el entrenamiento debe de estar apoyado por programas de crédito. En algunos casos la asistencia al curso se convierte en requisito obligatorio para el otorgamiento del crédito. Lycette y White (1990) afirman que: "Es ampliamente aceptado que el crédito es una condición necesaria, si bien no suficiente, para alcanzar aumentos en la productividad y el ingreso... El acceso al crédito es una de las llaves para mejorar el estándar de vida de una gran parte de mujeres en los países en desarrollo que trabajan en el sector informal"⁵².

50 Gallart (2003).

51 Seligson (1998).

52 Lycette y White (1990, p. 20-22) citado en Seligson (1998).

Existen sin embargo también otras posiciones que señalan que no existe tal problema de acceso al crédito, tanto como uno de montos, plazos o tasas. Lo anterior se fundamenta en que existen opciones de financiamiento disponibles, sean para la unidad económica o para el propietario como persona natural. En el caso de los empresarios de menor tamaño relativo, con menor dotación de activos e infraestructura, o menores ventas, recurren al uso de su patrimonio personal como garante de préstamos en el sistema financiero formal, o directamente hacen uso de sus propios recursos (generalmente escasos). Cuando su experiencia en el mercado, tamaño, escala de producción, etc., se hace mayor, es frecuente que este mismo grupo pueda optar por la opción de financiamiento en el sistema formal, o recurra a sus proveedores, al capital propio, cheques posfechados, o use el sistema financiero bajo garantías personales (no empresariales) ⁵³.

Sin embargo, para acceder al crédito, el microempresario debe relacionarse con una institución financiera, lo que significa adquirir nuevos hábitos culturales para quien no lo ha hecho antes. Asimismo, las vinculaciones con el Estado e instituciones financieras requieren de un cierto aprendizaje del uso de los mecanismos de fomento diseñados para apoyarlos y doblegar los temores que suscitan entre los informales los contactos con ministerios e instituciones públicas. Por lo tanto, resulta también necesario modificar las formas como estos microempresarios se relacionan con sus clientes y proveedores y explorar maneras inéditas de comunicación con diferentes actores⁵⁴.

Habilidades empresariales y desarrollo emprendedor

Una de las limitaciones más frecuentemente señalada entre este tipo de firmas ha sido la baja calidad de gestión empresarial que poseen, entendida ésta como la poca capacidad gerencial de sus dueños debido al bajo nivel de escolaridad. Generalmente el problema no es necesariamente uno de carencias técnicas, puesto que la mayoría de la gente que maneja una microempresa tiene el conocimiento técnico de cómo hacer su producto o desarrollar su servicio, pero desconoce, por falta de experiencia, el manejo general de una empresa.

En un mercado complejo como el de hoy, los empresarios necesitan redescubrir su entorno, ubicarse y reconocer cómo se encuentra frente a los distintos cambios del mercado, conocer las políticas de su país, entender cómo influye todo esto en su microempresa y si su gestión está siendo eficiente para responder a ello.

Para hacer crecer una empresa se necesita desarrollar un buen líder. Una persona capaz de motivar a sus colaboradores a la obtención de un objetivo común, y que además cuente con ciertas habilidades de gestión. En particular, estos líderes deberían estar preparados para tomar decisiones en condiciones de incertidumbre, negociar con sus clientes y proveedores, calcular costos y precios que sean retributivos y se adapten al mercado. A partir de esta plataforma, la enseñanza de conocimientos más técnicos y específicos se facilita enormemente.

⁵³ Zevallos (2007).

⁵⁴ Tokman (2003).

Es claro, sin embargo, que transmitir a los microempresarios las habilidades mencionadas por medio de cursos cortos y específicos no es tarea sencilla. Ellas son fruto de una educación formal no memorística, del aprendizaje en la vida y de la capacitación en aspectos más específicos. Algunas investigaciones realizadas a diversos sectores productivos han sugerido la hipótesis de un proceso progresivo y autogestionado de construcción de un capital de competencias; es decir, el proceso está en estrecha relación con el capital de conocimientos iniciales⁵⁵.

De esta manera, tales programas han tendido a enfocarse en los emprendedores emergentes, en vez de en los niveles de subsistencia del sector informal (reconversión), buscando desarrollar la conciencia emprendedora y/o atributos en estos individuos⁵⁶.

Los institutos de formación del área han asumido un papel proactivo en la transmisión a los trabajadores de las destrezas que les garanticen una inserción laboral exitosa. Por ejemplo, hasta hace poco tiempo, no era común que los programas de formación de estas entidades incluyeran temas como emprendedorismo, gestión y constitución de empresas. Sin embargo, gracias a que algunas instituciones comenzaron a coordinar esfuerzos con otros organismos de educación superior, se pudieron diseñar programas de capacitación destinados a cubrir el déficit en esas áreas.

Mercadeo

El mercadeo en las empresas de todo tamaño es una herramienta clave para introducir y consolidar los productos en el mercado. Se ha observado que las microempresas desarrollan en la práctica algunos métodos de mercadeo básico como la diferenciación de producto o la búsqueda de nichos de mercado. El empleo de este tipo de estrategias tiene sin duda un impacto positivo en el desempeño de la firma⁵⁷. Los resultados de una investigación de Rue and Ibrahim (1998) entre 253 pequeñas empresas en Estados Unidos mostraron claramente que aquellas con mayor uso de técnicas de mercadeo también mostraron un mayor crecimiento en las ventas⁵⁸.

Sin embargo, todavía no está completamente claro si en la práctica los microempresarios tienen la necesidad de aprender tácticas muy complejas de mercadeo para sobrevivir y crecer. Frecuentemente estos individuos suelen ser generalistas, y probablemente esas estrategias no los ayuden a comprender mejor el contexto donde interactúan; principalmente porque los gestores de las pequeñas unidades manejan volúmenes menores de información en comparación con los de las grandes empresas, o simplemente estas teorías no se aplican a su realidad.

55 Montero, Cecilia (2000). La formación de capital humano en empleos atípicos: el caso del trabajo a domicilio, CEPAL, pp. 35-36.

56 Hailey (1994) citado en McGrath et al (1994).

57 Simpson, Mike, Padmore, Jo, y otros (2006). "Marketing in small and medium sized enterprises", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 12, iss. 6, p. 366.

58 Citado en Simpson, Padmore y otros (2006).

Gestión de trámites

Si bien es cierto existe una baja calidad de gestión empresarial en los microempresarios, generalmente también se desconoce cómo hacer trámites básicos (como el pago de impuestos, trámites respecto de los trabajadores o de permisos y patentes, etc.). Esto adquiere particular importancia en un contexto en el cual se critica el exceso de tramitología en Latinoamérica (resultado de la cantidad de reglamentos, de la ineficacia de la burocracia y del tipo de organización administrativa institucional de los países, entre otras razones), la cual tiende a transformarse en una barrera al crecimiento de las propias microempresas. Recientes investigaciones de la OIT señalan el alto costo de la formalidad. Para legalizar la operación de la microempresa, sus propietarios deben realizar once operaciones administrativas diferentes en Brasil, nueve en Perú, seis en Colombia y cuatro en Chile. Obviamente, cada una de estas operaciones (por ejemplo, obtener la licencia de funcionamiento o la licencia sanitaria) implica a su vez un gran número de trámites y de pasos administrativos. Además, los microempresarios deben pagar, al menos, diez diferentes impuestos y cargas laborales en Brasil, siete en Colombia y ocho en Perú⁵⁹.

Reconociendo que la simplificación de trámites no es el “trampolín a la formalidad”, sino solo un mecanismo más para incrementar los beneficios de ser formal, algunos programas de capacitación incluyen en los currículos módulos en los que se trata de enseñar a los microempresarios cómo efectuar los trámites básicos (pago de impuestos, planillas, etc.) y a qué instituciones contactar para realizar los mismos.

Conocimiento de tecnologías modernas

Una de las limitaciones que ha sido identificada en el sector informal y de microempresa ha sido el empleo de tecnologías obsoletas, por lo que la difusión de la tecnología ha sido una de las estrategias más utilizadas. En algunos casos la transmisión se ha hecho por medio de asociaciones de trabajadores informales. Se organizan talleres en donde se muestran nuevos productos y procesos de relevancia local. Se incentiva entonces a los artesanos locales para que se involucren con estas técnicas.

No obstante, el enfoque de simplemente poner en contacto a las unidades productivas con nuevas tecnologías también genera varias inquietudes. En primer lugar, McGrath y otros (1994) argumentan que existe mucho más literatura en cuanto a las tecnologías para el sector informal que acerca de las que se utilizan dentro de éste, cuando en realidad se le debería dar mayor importancia a la dinámica tecnológica dentro del sector informal, puesto que esto permitiría identificar cambios significativos en el tiempo, así como también restricciones en el desarrollo tecnológico de las microempresas. Segundo, la promoción de la tecnología entre los emprendedores más avanzados puede profundizar las diferencias entre estos individuos y aquéllos que se dedican al autoempleo de subsistencia. Para el grupo que utiliza métodos más tradicionales de producción, la introducción de nuevas tecnologías por parte de la competencia puede tener un impacto negativo en sus ingresos y posibilidades de supervivencia, parecido al de la apertura del mercado nacional a la competencia internacional.

⁵⁹ Tokman (2003).

Seguridad y salud en el trabajo

Una proporción considerable de la fuerza laboral de la Subregión trabaja en el denominado sector informal de la economía, es decir, microempresas, servicios domésticos y trabajadores por cuenta propia. Éste muestra un desarrollo insuficiente del trabajo asalariado: solo un poco más de la mitad de la población ocupada total en la región (54%) estaba incorporada en el mercado de trabajo bajo una relación salarial⁶⁰. En este contexto, el autoempleo se constituye en una de las formas de inserción laboral más importantes. Aproximadamente dos quintas partes de la mano de obra ocupada en el área se incorpora al mercado laboral por medio del autoempleo (trabajadores por cuenta propia y los familiares no remunerados). El hecho de que las actividades económicas informales sean predominantes en sectores que son eventualmente peligrosos (como los de construcción, agricultura y minería de pequeña escala), se complica todavía más por la ausencia de seguros, normas jurídicas, reglamentación y monitoreo de las condiciones de trabajo, que casi por definición caracterizan a la fuerza laboral involucrada en el sector informal.

Además, es menos probable que los trabajadores del sector informal estén organizados e informados, con lo cual aumenta su vulnerabilidad a los peligros y riesgos ocupacionales. Por último, las poblaciones particularmente sensibles, como los niños y los ancianos, están empleados en forma desproporcionada en actividades informales⁶¹.

En una investigación realizada por medio de grupos focales y encuestas en el Perú (distrito de Comas en Cono Norte de Lima), se lograron identificar ciertos hábitos y condiciones en los lugares de trabajo que limitan el rendimiento de los trabajadores de las microempresas, entre ellos: los trabajadores y propietarios trabajan 6 días a la semana, y la jornada de trabajo dura en promedio de 11 a 12 horas diarias. Existe un escaso y casi nulo acceso a la seguridad social al igual que al sistema de pensiones. Se comprobó que en la gran mayoría de los casos en el ambiente de trabajo existe mala iluminación, se trabaja con productos químicos y no se cuenta con el equipo necesario para prevenir accidentes. Un 15% de los encuestados manifestó que ha sufrido accidentes laborales en estos dos últimos años, sin embargo el tiempo de descanso fue máximo de dos días. Un 16% tiene problemas oculares y un 14% enfermedades respiratorias e intensos dolores de espalda. Estos problemas de salud, en promedio, hicieron que se perdieran 9 días de trabajo. Sólo un 15% tomaron acciones para resolver sus males. Un 48% si cuenta con un botiquín de primeros auxilios, pero sólo 11% tiene a una persona capacitada para suministrar la medicina⁶².

En base a estos hallazgos se llegó a varias conclusiones entre las cuales se destacan las siguientes: (i) la salud y seguridad en el trabajo no es tema prioritario, (ii) las preocupaciones están sesgadas a formalización y posibles desalojos, (iii) los mecanismos de protección social promovidos por

⁶⁰ Obando y Rojas (2006), p. 98.

⁶¹ Fontes lunes, Roberto (2001). Seguridad y Salud en el Trabajo en América Latina y el Caribe: análisis, temas y recomendaciones de política, trabajo presentado en el Primer Seminario Técnico de Consulta Regional sobre Temas Laborales, Ciudad de Panamá, noviembre, <http://www.iadb.org/sds/doc/Segysalud.pdf>.

⁶² Espinoza, Henry y Ríos, Vanesa (2006). Protección social en salud para trabajadores del sector informal urbano: conceptos, mecanismos y una propuesta, *Boletín de la CIOSL ORIT*, no. 7, Programa Sindical de la Economía Informal de la, agosto.

sus organizaciones no se han consolidado, (iv) existe desconfianza dirigenal, desinterés y esperanza asistencialista entre los individuos, (v) dar mayor difusión de programas existentes en la seguridad social.

En vista de esta situación, la OIT ha emprendido esfuerzos para mejorar la seguridad, la salud y las condiciones laborales por medio de programas de formación participativa en los lugares de trabajo de la economía informal en varias partes del mundo. Estos programas se conocen como WISE (Work Improvement in Small Enterprises-Programa Sobre las Mejoras del Trabajo en las Pequeñas Empresas) y WIND (Work Improvement in Neighbourhood Development-Mejoras Laborales en el Desarrollo de los Barrios). Ellos son de fácil aplicación y están orientados a la acción, además de centrarse en las necesidades inmediatas de mejoramiento de los puestos de trabajo de la economía informal. Los ocupados en estos lugares han identificado y aplicado mejoras prácticas sobre seguridad y salud con la ayuda de los programas de formación participativa.

Para llevar a cabo esta modalidad de capacitación se entrenó a funcionarios gubernamentales, trabajadores y empleadores para actuar como formadores en materia de seguridad y salud participativas en el trabajo. Igualmente, la OIT ha brindado asesoramiento a gobiernos para que consideren los programas de formación participativa como un medio práctico de abordar el problema de la seguridad y la salud en los lugares de trabajo de la economía informal, y a que los incorpore en las políticas y programas nacionales en la materia⁶³.

De esta forma, la amplia variedad de necesidades de formación por parte de las unidades económicas de menor tamaño, sugieren un enfoque multidimensional y multisectorial de la capacitación. Asimismo, es necesario identificar adecuadamente las condiciones de cada componente de la actividad microempresarial, y así dar respuestas puntuales a sus requerimientos.

1.3.4 Marco institucional y legal de apoyo a las MYPE

La importancia que tiene la MIPYME (micro, pequeña y mediana empresas) como fuente generadora de empleo e ingresos nos lleva a realizar una breve descripción sobre las políticas, leyes, decretos que existen en los países del área, así como algunos programas de instituciones públicas y privadas que apoyan a este estrato, tanto a nivel regional como local.

La revisión del marco institucional además de revelar la preponderancia que está adquiriendo este segmento productivo en las políticas de los gobiernos, también permite comparar los avances que se están dando en cada uno de los países. Una descripción más detallada de este proceso se encuentra en el CD adjunto al documento, donde se hace un desglose más pormenorizado de este marco institucional, a nivel regional y de los países (público y privado).

Antes de comenzar con la revisión por país es importante iniciar con información de la instancia que a nivel regional ha venido apoyando este proceso desde junio del 2001. En el marco del

⁶³ Kawakami, Tsuyoshi (2007). Enfoques participativos para mejorar la seguridad, la salud y las condiciones de trabajo en la economía informal: experiencias de Camboya, Tailandia y Viet Nam, Interregional Symposium on the Informal Economy - Enabling transition to formalization, noviembre, Ginebra, Suiza.

Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), y en el Subsistema de Integración Económica, se crea el Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENPROMYPE), como un organismo de carácter regional, el cual tiene como objetivo central “mejorar la competitividad de la MIPYME centroamericana como condición indispensable para el mejoramiento sostenido de la calidad de vida de sus pobladores en un entorno de creciente integración, globalización y de urgencia de cumplir las metas en materia de reducción de los niveles de pobreza actuales”⁶⁴.

Por otra parte, dentro de los esfuerzos estratégicos impulsados por CENPROMYPE, con el apoyo de la Cooperación Alemana (GTZ), y la Cooperación Británica (DFID), en la construcción de escenarios que permitan a las MIPYMES tener un rol representativo y eficaz en la definición de la política comercial de la región, se planteó la necesidad de un ente capaz de representar a la MIPYME e incidir en los procesos de integración económica regional (en particular en el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea). En ese sentido se forma el Comité MIPYME Centroamericano (CMC), constituido en julio de 2007, como una institución regional del sector privado, independiente, permanente, que defiende y promueve los intereses del sector MIPYME en los procesos de integración regional y para el fortalecimiento y desarrollo sostenible del mismo⁶⁵. En esta organización están representados empresarios de la MIPYME de El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Honduras y Guatemala.

En este mismo sentido, se crea la Cámara Centroamericana y del Caribe de la MIPYME (CCCMIPYME), la cual es un ente privado, sin fines de lucro, que promueve con proyección regional e internacional, el mejoramiento de la competitividad de Centroamérica y del Caribe y el desarrollo de la comunidad empresarial para la generación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida y el medio ambiente, otorga formalidad a la actividad económica, fortalece el desarrollo empresarial y contribuye a mejorar la calidad de vida de los miembros de la micro, pequeña y mediana empresa de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana. Tiene como objetivo “elevar y consolidar la competitividad de las MIPYMES para que puedan insertarse con mayores ventajas en el mercado nacional e internacional y se conviertan en fuente generadora de empleo de calidad e ingreso para sus propietarios y trabajadores”⁶⁶.

En lo que respecta a políticas regionales, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), por medio de los programas de trabajo decente que ha venido promoviendo a nivel mundial,⁶⁷ ha

⁶⁴ Extraído de CENPROMYPE: www.sica.int/cenpromype, marzo 2008.

⁶⁵ www.sica.int/cenpromype, marzo 2008.

⁶⁶ www.iberpymeonline.org/Documentos/CONCCAPYME.pdf

⁶⁷ Estos programas pretenden contribuir en el desarrollo económico y social de los países, a través de la generación de empleo y trabajo decente de forma sostenida, en un marco de eficiencia, productividad, competitividad y justicia social. En ese sentido, constituyen un marco operacional para todas las actividades que la OIT desarrolla en los países, convirtiéndose en una herramienta de gestión para asistir a sus mandantes, a partir de las prioridades identificadas y adoptadas en cada país. Estas prioridades surgieron del análisis y reflexión que los gobiernos a través de sus secretarías o ministerios de trabajo, de las organizaciones de los empleadores y trabajadores propusieron y consensuaron. Es en este marco que a nivel de la subregión Centroamericana y República Dominicana, se han suscrito estos acuerdos en cuatro de los países (Honduras, República Dominicana, El Salvador y Panamá), en los cuales se rescatan acciones orientadas a la atención del sector informal. Se espera que el resto de los países cuenten con estos programas en el 2008, pues se ha avanzado significativamente en las propuestas.

logrado generar una creciente conciencia de la necesidad de implementar políticas para el respeto de los derechos laborales fundamentales en el trabajo, la generación de más y mejores empleos a través del crecimiento sostenido, mayor eficiencia y cobertura de la protección social y la promoción del tripartismo y el diálogo social. En este contexto, el fomento de la inversión, competitividad y empleo de calidad en las micro y pequeñas empresas juega un papel importante. De hecho, durante la “Declaración Tripartita para el Fomento del Empleo y el Trabajo Decente en Centroamérica y la República Dominicana” suscrita en Tegucigalpa (Honduras) el 30 de junio del 2005, los gobiernos y organizaciones sindicales y empresariales del área acordaron algunos lineamientos que deberían seguir las políticas destinadas a apoyar las MYPE como:

- i.** La necesidad de diferenciar entre las actividades en pequeña escala, aquéllas que muestran capacidad de acumulación y crecimiento, y tienen por tanto, alguna oportunidad en el mercado, y las que se desempeñan en condiciones de mera subsistencia.
- ii.** Dirigir el instrumental de políticas para propiciar un entorno favorable a las MYPE con potencialidad de expansión, con miras a fortalecer su productividad, competitividad su formalización creciente y creación de empleos de calidad.
- iii.** La necesidad de fortalecer la institucionalidad de apoyo a la microempresa, particularmente las unidades especializadas en los ministerios de economía y comercio.
- iv.** En el caso de las pequeñas unidades productivas con escasa viabilidad y que se desempeñan en condiciones de subsistencia, se requieren de políticas y programas que puedan mejorar sus condiciones de trabajo, con otras intervenciones más de tipo asistencial.
- v.** Desde la perspectiva de la equidad entre los géneros, se debe sensibilizar a las instituciones crediticias, con el objetivo de facilitar el acceso de las mujeres al crédito a través de la creación de fondos de garantía especiales y reducción de requerimientos para mujeres empresarias, de modo que sirvan como capital semilla que les abra las puertas a préstamos bancarios regulares; crear fondos estructurales para que incorporen el desarrollo de formación empresarial y la transferencia de tecnología en un marco de promoción de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres; impulsar la asociación de microempresas para acceder a la seguridad social reduciendo su costo operativo; e igualmente es necesario impulsar la asociatividad de las trabajadoras por cuenta propia para acceder a la seguridad social y a los sistemas de pensiones⁶⁸.

En el cuadro siguiente se encuentra un resumen de la institucionalidad que rige en cada uno de los países de la Subregión, de manera que se pueda visualizar los avances que se han dado en los últimos años en cada uno de ellos. En el Anexo I del CD se incorpora además algunos de los actores privados que también apoyan acciones en este estrato.

68 del Cid, Miguel (2005). Capítulo I: Desafíos y políticas para el fomento del empleo y el trabajo decente en Centroamérica y República Dominicana en González Gardina y Miguel del Cid, *Políticas para el fomento del empleo y trabajo decente: un proceso con los actores sociales en Centroamérica y República Dominicana*, Oficina Internacional del Trabajo.

Recuadro 1.2

Institucionalización de los programas de apoyo a las MYPE Centroamérica y República Dominicana

País	Institucionalización
Costa Rica	<p>La Ley de Fortalecimiento a la Pequeña y Mediana Empresa, No. 8262 de mayo del 2002, tiene por objeto crear un marco normativo que promueva un sistema estratégico integrado de desarrollo de largo plazo que permita el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas (incluye a las microempresas). A través de esta ley se crea el Consejo Asesor Mixto de la Pequeña y Mediana Empresa, como órgano asesor del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), el cual tiene entre sus principales funciones analizar el entorno económico, político y social y su impacto en las PYME, contribuir con el MEIC en el desarrollo de las políticas públicas para este sector y evaluar la aplicación de estrategias, programas, proyectos y acciones para fortalecer el desarrollo y la competitividad de las PYME.</p> <p>La Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (DIGEPYME) se crea en el año 2004 y tiene como objetivo formular políticas específicas de fomento, desarrollo y fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas. En este mismo decreto se oficializa la Red de Apoyo a PYME, la cuál es una agrupación de instituciones y entidades, públicas y privadas que tienen como común denominador su interés por responder a las necesidades de las micros, pequeñas y medianas empresas del país, mediante la prestación de servicios.</p> <p>También está el Programa Nacional de Apoyo a la Pequeña y Micro Empresa (PRONAMYPE), creado mediante Decreto Ejecutivo N° 21455-MEIC-MTSS del 15 de julio de 1992 y adscrito al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, el cual se encarga de diseñar, ejecutar y coordinar la administración de un servicio integral de apoyo al desarrollo de la microempresa y otros grupos que forman parte del sector informal de la economía.</p> <p>El Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) fue creado el 21 de mayo de 1965 por la Ley No.3506 y reformado por la Ley No.6868 del 6 de mayo de 1983. Es un ente público que tiene como finalidad principal promover y desarrollar la capacitación y formación profesional de los trabajadores, en todos los sectores de la economía, para impulsar el desarrollo económico y contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida y de trabajo del pueblo costarricense.</p>
El Salvador	<p>La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE de El Salvador, es una institución creada en 1996 mediante Decreto Ejecutivo No. 48. A partir del mes de julio de 1999, mediante Decreto Ejecutivo No.12, esta instancia pasó a formar parte del Ministerio de Economía, siendo su misión “proponer, promover, facilitar y coordinar la ejecución de políticas, estrategias, programas y acciones para el desarrollo integral de las Micro y Pequeñas empresas salvadoreñas”.</p> <p>En septiembre del 2007, se da el lanzamiento de la Política para las MIPYME denominada “El Salvador, generando riqueza desde la base: políticas y estrategias para la competitividad sostenible de las MIPYME”, la cual tiene como objetivo general “Apoyar y consolidar el desarrollo de las capacidades competitivas de las MIPYMES salvadoreñas, a fin de facilitar su incursión ventajosa y posicionamiento sostenido en los mercados nacional, regional e internacional, potenciando la rentabilidad de sus negocios y su importante aportación como fuente generadora de empleos de calidad e ingresos para sus propietarios y trabajadores, traducidos en beneficios económicos y sociales para el país”.</p> <p>El Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), fue creado en Junio 2 de 1993, por medio de la Ley de Formación Profesional (Decreto Legislativo No.554) y tiene como objeto satisfacer las necesidades de recursos humanos calificados que requiere el desarrollo económico y social del país y propiciar el mejoramiento de las condiciones de vida del trabajador y su grupo familiar.</p>

Continúa en la página siguiente.

País	Institucionalización
<p>Guatemala</p>	<p>Según Acuerdo Gubernativo No. 182-2000, de mayo de 2000, se incorpora el Viceministerio de Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, al Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Economía, indicando que esta instancia será la encargada de facilitar el desarrollo competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa productora de bienes y de la prestación de servicios. La misma tiene como misión “desarrollar el sector de manera competitiva facilitando el acceso a servicios de desarrollo empresarial y financieros ágiles y oportunos dentro de un marco de fomento adecuado”.</p> <p>Con el Acuerdo Gubernativo No. 178-2001, se crea el Consejo Nacional para el Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, que tiene como objetivos esenciales: planificar, dirigir, coordinar, supervisar, controlar y evaluar los recursos financieros actuales y futuros, provenientes de los sectores público y privado y de organismos nacionales e internacionales, destinados al Programa Nacional para el Desarrollo de la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa, el cual es el encargado de ejecutar los planes y proyectos relacionados con el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, que apruebe el Consejo Nacional.</p> <p>En noviembre del 2005, se da el lanzamiento de la Política Nacional para el Desarrollo de las Micro, Pequeña y Mediana Empresa, cuyo objetivo general es mejorar la productividad y competitividad de estas unidades productivas. Algunos de los principios que sustentan esta política son precisamente, ser una propuesta de alcance nacional, que incluya a todos los sectores y rubros de actividad y considera todas las áreas urbanas y rurales del país. Asimismo, en el diseño e implementación de la política se mantiene un enfoque sistémico, de equidad social, integralidad, sostenibilidad y de participación ciudadana, donde sus ejes transversales deben enfocarse en la equidad de género; multiculturalidad y de preservación y aprovechamiento del medio ambiente. La implementación de esta política tiene como ente rector del sistema al Viceministerio de Desarrollo de la MIPYME.</p> <p>Según Decreto No. 17-72 de mayo de 1972, se crea el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP), como una entidad descentralizada, técnica, no lucrativa, con patrimonio propio, fondos privativos y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones. Tiene como misión, formar y certificar trabajadores y personas por incorporarse al mercado laboral, así como brindar asistencia técnica y tecnológica en todas las actividades económicas, para contribuir a la competitividad y al desarrollo del país.</p>
<p>Honduras</p>	<p>Mediante Decreto Ejecutivo No. 008-2000 se crea la Comisión Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CONAMIPYME) como una instancia interinstitucional de consulta y coordinación de los esfuerzos del sector público y privado en el campo del fomento de la micro, pequeña y mediana empresa. Tiene como objetivo apoyar el desarrollo y fortalecimiento empresarial para aumentar la productividad de estas unidades económicas, propiciando una mayor competitividad de sus productos o servicios, en procesos eficientes de integración sectorial a fin de estabilizar y generar empleos, mejorar el nivel de ingreso y la calidad de vida de la población vinculada a este sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, prestando atención al enfoque de género.</p> <p>Asimismo, mediante Decreto Ejecutivo No. PCM-006-2001, se crea la Dirección General de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y del Sector Social de la Economía (DIFOMIPYME-SSE), como una dependencia de la Secretaría de Industria y Comercio. Ésta tiene como objetivo “fomentar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante la creación de políticas y estrategias en consulta con los diferentes actores del sector”</p> <p>En abril del 2008, se da el lanzamiento de la estrategia de la Política Nacional de Fomento y Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en la que se propone generar un marco legal regulatorio que permita armonizar la legislación económica nacional para impulsar un modelo que corresponda al desarrollo de la MIPYME a través de una propuesta de ley presentada al Congreso Nacional.</p> <p>El Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP), es una institución autónoma con personalidad jurídica y patrimonios propios, creado bajo Decreto Ley N° 10 del 28 de diciembre de 1972. Tiene por objetivo “contribuir al aumento de la productividad nacional y al desarrollo económico y social del país, mediante el establecimiento de un sistema racional de formación profesional para todos los sectores de la economía y para todos los niveles de empleo, de acuerdo con los planes nacionales de desarrollo económico y social y las necesidades reales del país”.</p>

Viene de la página anterior.

País	Institucionalización
Nicaragua	<p>La Dirección Nacional de PYME (DIPYME) del Ministerio de Fomento Industria y Comercio (MIFIC) es la instancia gubernamental encargada del sector. Esta dirección tiene como propósito impulsar la productividad de las MYPE en una economía de mercado mediante la revisión continua de las políticas de fomento, la coordinación, supervisión y divulgación de los esfuerzos de los actores públicos y privados para su optimización.</p> <p>También está el Instituto Nicaragüense de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (INPYME), creado por el Decreto No. 6-94 del 8 de marzo de 1994, la cual tiene como misión buscar “el fortalecimiento de la competitividad de las MIPYMES, el fomento y desarrollo de nuevos emprendimientos, ejecutando políticas, programas y proyectos orientados a ellos desde un compromiso social y ambiental”</p> <p>Por otra parte, está el Programa PROMIPYME, el cual tiene como objetivos específicos, promover, facilitar y contribuir a la creación y mejoramiento del marco regulatorio, de políticas y de estrategias que cree un mejor clima de negocios favorable para el desarrollo integral del sector MIPYME y su adecuada inserción en el comercio nacional e internacional.</p> <p>En septiembre del 2004 se estableció el Plan Nacional de Desarrollo Operativo (SECEP-Gobierno de Nicaragua 2004), el cual contempla que para lograr el desarrollo empresarial competitivo de las micro-pequeños y medianos establecimientos se requiere hacer frente a una gama de restricciones tales como: la informalidad de las empresas, la falta de políticas sectoriales concertadas, fuerte deficiencia en la formación de recursos humanos tanto en aspectos gerenciales como técnicos productivos, un casi nulo uso de la tecnología y sistemas de información, entre otras.</p> <p>En enero del 2008, se aprobó la “Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Ley MIPYME)”, la cual tiene como objeto fomentar y desarrollar de manera integral la micro, pequeña y mediana empresa, propiciando la creación de un entorno favorable y competitivo para el buen funcionamiento de este sector económico de alta importancia para el país. El órgano rector de esta Ley es el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC) por medio de su titular y con el INPYME como instancia ejecutora.</p> <p>El Instituto Nacional Tecnológico (INATEC), se crea bajo decreto No. 3-91 del 10 de enero en 1991, como ente autónomo con personalidad jurídica y patrimonio propio, según decreto 40-94 de septiembre de 1994 se reconoce esta labor estableciendo entre sus fines y objetivos definir las políticas nacionales de formación profesional, administrar, organizar, planificar, ejecutar, controlar y evaluar las actividades del Subsistema de Formación Profesional, así como impulsar el desarrollo coherente y armonioso de los recursos humanos calificados y desarrollar la formación profesional en relación directa con los requerimientos de los sectores económicos nacionales y los intereses individuales de las personas.</p>
Panamá	<p>La Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) es una entidad autónoma del estado, rectora en materia de micro, pequeña y mediana empresa y creada mediante Ley N° 8, de mayo del 2000. Tiene la finalidad de fomentar el desarrollo de este sector, mediante la ejecución de la política nacional de estímulo y fortalecimiento del sector, para contribuir con la generación de empleos productivos, el crecimiento económico del país y una mejor distribución del ingreso nacional. Está representada ante el Órgano Ejecutivo por conducto del Ministerio de Comercio e Industria.</p> <p>Complementaria a esta ley, se creo la Ley No. 33, del 25 de julio del 2000, la cual “Dicta normas para el fomento a la creación y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa” y establece un régimen normativo para fomentar la creación, el desarrollo, y el fortalecimiento del sector, mediante políticas de promoción orientadas a la consolidación, productividad y autosostenibilidad del sector. Este régimen es coordinado y dirigido por AMPYME.</p> <p>El Instituto Nacional de Formación Profesional (INAFORP) creado mediante Ley No. 18 de 1983 se reestructura, mediante Decreto Ley No. 8 del 15 de febrero del 2006 bajo el nombre de Instituto Nacional de Formación y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH). Este instituto tiene como objetivo fundamental “adoptar, dirigir, implementar y supervisar la ejecución de las políticas, estrategias y programas de formación profesional, capacitación laboral y capacitación en gestión empresarial, tanto para el sector público como para el sector privado, así como administrar y distribuir los recursos públicos asignados para tal fin”</p>

Viene de la página anterior.

País	Institucionalización
<p>República Dominicana</p>	<p>Se crea en mayo del 1997 mediante Decreto 238-97, el Programa de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PROMIPYME), hoy Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (PROMIPYME). Este Consejo tiene como objetivos principales formular políticas que orienten el apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, promover el financiamiento a empresas, estimular y fortalecer el espíritu empresarial, promover los sistemas tecnológicos y de gestión, así como proyectos de leyes, decretos y reglamentos que tengan la finalidad de crear un marco institucional acorde con el objetivo de apoyar, desarrollar, facilitar y expandir el financiamiento a la micro, pequeña y mediana empresa. Este Consejo elaboró el Plan Nacional de Competitividad sistémico (PNCS) y está impulsando la creación de una “Ley que Establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), la cuál pretende crear un marco, regulatorio y un organismo rector que promueve estrategias integradas para el desarrollo de las MIPYMES. Ésta ya fue aprobada en el Senado y actualmente se encuentra en la Cámara de Diputados a la espera de ser aprobado”.</p> <p>El Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), es el organismo rector del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo Productivo, en República Dominicana y su función principal es capacitar la mano de obra del sector productivo nacional, asesorar a las empresas y regular la formación profesional a nivel nacional. Es una organización autónoma, investida de personalidad jurídica, de carácter no lucrativo y patrimonio propio, creado por la Ley 116, del 16 de enero de 1980, y regulado por el reglamento 1894, del 11 de agosto del mismo año.</p>

Nota

Viene de la página anterior.

1/ Para mayor información de este tema, buscar en anexo (CD), documento completo: Marco institucional y legal de apoyo a la MYPE.

Fuente: Elaboración de los autores a partir de la revisión de decretos y leyes en cada país y páginas Web de las instituciones.

A manera de síntesis, se observa un reconocimiento en los países de la Subregión de la importancia que tiene la MYPE como fuente generadora de empleos e ingresos, pues en todos ellos se han dado pasos importantes en la gestión gubernamental que procuran el desarrollo de este estrato. Si bien es cierto, esta situación no es similar en todos los casos, sí se encuentran intentos para incorporar esta problemática en el análisis y acción de las políticas, programas o proyectos que se han venido impulsando, los cuales intentan además coordinar el aporte de todos los sectores involucrados en el tema. Se notan avances significativos en países como El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Honduras, donde recientemente se han aprobado políticas o leyes que buscan fortalecer este estrato.

Al darse un impulso en los países, es importante fomentar la construcción de una estrategia en materia de MYPE, donde se articulen programas y proyectos tanto del sector público como el privado, que respete no solo la particularidad de los países sino también las de cada uno de los sectores involucrados en los mismos, de manera que se pueda tener impacto mejorando la gestión y competitividad de estas unidades productivas. En este campo, CENPROMYPE ha venido en los últimos años a jugar un papel importante en este proceso de búsqueda de articulación.

Finalmente, y a pesar de los esfuerzos realizados, un estudio reciente impulsado por CENPROMYPE indica que “la falta de información sectorial, monitoreo y evaluación de impacto es todavía una de las mayores debilidades de la región para el diseño y seguimiento de la política MIPYME”⁶⁹, razón por la cual es importante generar acciones que solventen esta situación y por

⁶⁹ CENPROMYPE (2006b). Análisis de políticas y programas de apoyo a la competitividad de la MIPYME en Centroamérica.

lo tanto permitir a los tomadores de decisiones contar con insumos concretos y acordes a la realidad de cada uno de sus países y de la Subregión en su conjunto.

I.4 Posibles hallazgos de la investigación

En primer lugar ha quedado establecida la importancia de la microempresa en términos de ser la unidad económica preponderante en la Subregión, así como la situación de la misma en términos de generación de empleo, ingresos, etc., pero sobre todo; su pequeño tamaño, escasez de capital humano y físico, nivel educativo (tanto del propietario como de los trabajadores), etc., aunque es un problema, también es una posibilidad en cuanto a su potencial de crecimiento.

Asimismo se ha identificado que existe una relación estrecha entre microempresa e informalidad, siendo la heterogeneidad (asociada a las características del dueño de la unidad económica, el sector, la región, el producto, su escala, entre otras), una de las peculiaridades de esta relación.

En ese sentido, se ha podido identificar la existencia de al menos dos grupos de unidades económicas dentro de la actividad microempresarial: (i) uno asociado más a una estrategia de subsistencia y (ii) otro con mayor vocación emprendedora y por tanto, mejores posibilidades de desarrollo.

Partiendo de esta clasificación, se busca identificar las características de este segundo grupo así como sus problemas (externos e internos), y de esta forma, también sus necesidades de formación. Esto en la medida que este segundo grupo puede ser sujeto de acciones de fomento con mayores probabilidades de generar impacto; mientras que el primero puede ser parte de la estrategia distinta (por ejemplo, de política social o de acciones enfocadas a reducir la disparidad en la distribución del ingreso, generar empleo, etc.).

Sobre ello, vale la pena señalar ciertos hallazgos de algunas evaluaciones anteriores a programas de capacitación, los cuales arrojan cierta luz sobre lo que puede pasar en el actual estudio.

En la evaluación del Plan Nacional de Desarrollo a la Microempresa en Colombia (PNDM) Ramírez-Guerrero (2003) descubrió que:

- (i)** El perfil de una empresa con mayor posibilidad de cierre es la de una de menos de un año de funcionamiento, el propietario es un hombre joven con bajo nivel de escolaridad, con pocos trabajadores, no lleva registros contables, la empresa no utiliza maquinaria y no es beneficiaria del Plan.
- (ii)** Las empresas con mayor tamaño inicial, cuyo propietario tiene un mayor nivel educativo y socioeconómico, tienen mayor probabilidad de contratar trabajadores pagados, a pesar de que sean empresas jóvenes.

A partir de estas primeras evaluaciones, el estudio considera que las políticas del PNDM han sido diseñadas para ser ofrecidas indiscriminadamente a todas las microempresas y que estos servicios afectan de manera diferencial -de acuerdo con características socioeconómicas, de nivel educativo, de tamaño y género del propietario, a las empresas atendidas. En consecuencia, se constata un desperdicio de recursos al aplicar en algunos casos en exceso y otros insuficientemente los programas por la falta de focalización.

Como recomendación general el autor propone diseñar instrumentos más flexibles que accedan a que las empresas sean atendidas de acuerdo con sus características y necesidades; y con un diseño institucional que permita combinar los distintos componentes buscando mayor productividad y efectividad.

Mediante estos antecedentes, el estudio busca responder varias interrogantes respecto al perfil microempresarial, así como los rasgos más destacables de su unidad productiva, su relación con los trabajadores, el mercado, acceso a financiamiento, la tecnología, los problemas relacionados con el entorno y sus problemas internos, y, por supuesto, los aspectos más relevantes de la capacitación. Principalmente, se quiere identificar a aquellos microempresarios que puedan ser parte de una estrategia de crecimiento del subsector, a través de servicios de desarrollo empresarial (SDE) que incluyan formación, financiamiento, consultoría, acceso a información (de productos, mercados, insumos, tecnología, etc.), de forma que un conjunto de tales servicios puedan tener el impacto deseado en su productividad y competitividad.

II. Marco metodológico

Para emprender la presente investigación se consideró relevante el uso de una metodología que combina técnicas cualitativas y cuantitativas, a modo de captar de forma más clara la diversidad de realidades y fenómenos que se producen en este estrato de la economía. El propósito es el de identificar las características, limitaciones, y necesidades de un conjunto de propietarios de microempresas con determinadas características de los países de América Central y República Dominicana.

El proceso de investigación se dividió en dos fases que se desglosan a continuación:

I Fase. *Recopilación y sistematización de información documental disponible sobre el tema.*

Una vez delimitado el ámbito del estudio, es necesario buscar y recopilar las fuentes de información más relevantes, acción que se convierte en permanente durante el proceso de investigación. Éstas incluyen principalmente diferentes tipos de documentos físicos o electrónicos y entrevistas a especialistas en algunos de los países. Los individuos entrevistados fueron principalmente personeros de los institutos de formación públicos en Guatemala y Honduras. En Costa Rica se organizó una sesión de grupo con representantes del Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), el Ministerio de Educación Pública (MEP) y otros entes de formación privados como Fundes Costa Rica y el Centro de Gestión Tecnológica e Informática Industrial (CEGESTI). La lista de participantes se encuentra en los reconocimientos. La organización preliminar de las fuentes ayudó a preparar la segunda fase.

II Fase. *Contempla la recolección de datos directamente de las microempresas (unidades de observación), para lo cual se desarrollaron varias sesiones de grupo (focus groups) y 1075 encuestas con los dueños de estos establecimientos en toda la Subregión.*

Diseño e implementación de los grupos focales

El primer paso antes de implementar las sesiones de grupo fue seleccionar las unidades de observación. Como punto de partida, se quiso que una parte considerable de los datos acopiados provinieran de aquellas unidades en donde el impacto de los programas de formación para mejorar la competitividad de éstas pudiera ser mayor. Esto implicaba que se debía de minimizar la presencia de unidades de subsistencia entre la muestra de empresas estudiadas. Con este fin se trató de no citar a las reuniones a jefes de empresas por cuenta propia, definidas según la

definición de la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (CIET), puesto que ni siquiera emplean a trabajadores de manera continua; rasgo que puede ser visto como un indicativo del alto grado de subsistencia de estos negocios. De este modo, el segmento escrutado incluyó fundamentalmente a microempresas que emplean a individuos de manera continua (además de trabajadores familiares no remunerados y ocasionales). Para esta fase, el límite superior en términos del número de trabajadores se estableció en cinco (incluyendo el gestor o dueño del establecimiento).

A pesar de este primer paso, la heterogeneidad de las microempresas dificulta la delimitación de la frontera entre las unidades de subsistencia y las de acumulación. Por lo que, desde el punto de vista de la capacitación, el sujeto de la microempresa sigue siendo poco preciso. Ante este contratiempo, se optó por concentrarse en las unidades que se dedican a actividades informales contemporáneas según la clasificación expuesta previamente de Mitra (1998). Esas actividades incluyen a:

- Los servicios contemporáneos urbanos como electricistas/plomeros, reparadores de todo tipo, hasta operadores independientes de computadoras, etc.
- El comercio contemporáneo urbano, como por ejemplo, la venta y ensamblado de aires acondicionados u otra clase de equipos o computadoras, hoteles y restaurantes con local propio o rentado.
- La producción manufacturera contemporánea urbana que comprende aquellos procesos y técnicas de producción tradicional que han sido modernizados, por ejemplo el uso del torno por un carpintero o un herrero.

Así, quedaron excluidos del ámbito del estudio los servicios tradicionales (ayudantes domésticos no entrenados, vendedores ambulantes, limpiadores, barberos callejeros, lustrabotas, etc.) y la mayoría de las actividades del comercio tradicional (por ejemplo vendedores de productos comestibles puerta a puerta, puestos callejeros de comida, etc.). Algunos comerciantes también pueden elaborar sus propios productos, en algunos casos bastante sofisticados, e incluso pueden incorporar varias personas al proceso productivo, lo cual implica un mayor nivel de complejidad de la actividad y la haría sujeto de estudio. Éste es el caso de pequeños restaurantes en zonas turísticas, los cuales son de gran interés.

Para descartar a los negocios ambulantes de la muestra, se estableció que los seleccionados realizaran sus actividades en un local propio o alquilado y, en el caso de que el microempresario ofreciera un servicio a domicilio, el equipo o los activos debían de ser propios o alquilados.

En cuanto a la demografía de los participantes, se buscó que éstos fueran personas de ambos sexos entre 20 y 40 años con al menos estudios primarios o básicos completos. El criterio se formuló bajo el supuesto de que los individuos con estas características son los que, eventualmente, podrían mostrar una mayor apertura a los temas de capacitación, a diferencia de los microempresarios de más edad, quienes se encuentran en las etapas finales de su ciclo económico.

Se consideró relevante el levantamiento de tres grupos focales por país (en orden alfabético Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana). La razón de esto es que una tercera sesión puede ayudar a aclarar las contradicciones o inconsistencias que se pueden originar entre las primeras dos sesiones.

Como el fin principal de este método de investigación es la retroalimentación de manera genérica de las características más sobresalientes de los empresarios propietarios de microempresas, los diversos aspectos de su problemática (interna y externa), así como sobre sus potenciales necesidades de formación, la muestra no respondió a criterios de representatividad estadística.

Las sesiones grupales se organizaron durante el mes de septiembre de 2007 con el apoyo de la empresa CID/Gallup Latinoamérica, quien fue la responsable de llevarlos a cabo. En promedio, cada una contó con la participación de ocho individuos y tuvo una duración de 90 minutos.

La guía de la sesión fue desarrollada conjuntamente entre el equipo investigador (OLACD y Emilio Zevallos) y CID/Gallup y estuvo orientada a:

1. Conocer acerca de las generalidades sobre microempresas de acumulación (dinámicas) y microempresas tradicionales.
2. Indagar respecto a las limitaciones y problemas⁷⁰ (endógenos y exógenos) que limitan el desarrollo de las microempresas de acumulación.
3. Ahondar en las limitaciones endógenas – asociadas a la capacidad interna de la microempresa.
4. Establecer las prioridades en los temas de capacitación.
5. Una vez identificados los problemas endógenos asociados a la capacitación, establecer alternativas para:
 - a. financiar los programas de capacitación y,
 - b. desarrollar nuevas modalidades de servicios de apoyo empresarial⁷¹.

El ejercicio de los focus groups, además de ofrecer información importante sobre los microempresarios y los temas más sensibles para éstos, también sirvió como base para diseñar el cuestionario y hacer algunas modificaciones a los criterios de selección de los individuos que fueron encuestados.

Elaboración e implementación de encuestas

Los parámetros generales para delimitar el conjunto de microempresas que interesaba encuestar fueron algo distintos de los que se emplearon en las sesiones de grupo.

70 Se ha identificado que la problemática empresarial puede dividirse en los problemas de carácter endógeno o internos a la empresa y donde el empresario tiene márgenes de maniobra importantes para modificar esa situación, y los exógenos o del entorno, donde el empresario no puede, por sí mismo, resolver los obstáculos.

71 Para ver con más detalle la guía ver el Anexo I.

Los grupos focales ayudaron a confirmar que los problemas y preocupaciones que experimentan los jefes de las unidades más pequeñas (de uno a dos empleados) son bastante distintos de los que enfrentan sus pares a cargo de establecimientos más grandes. Debido a que los primeros le atañen al tema de capacitación un valor marginal, se decidió incrementar tanto el límite inferior como superior del número de empleados por negocio. Así, para esta parte del estudio se trabajó con unidades que tuvieran entre tres y ocho ocupados de forma continua (incluyendo el jefe) y que se dedicaran a actividades contemporáneas.

El intervalo de edad también se ajustó. Inicialmente se partió del supuesto de que los más jóvenes estarían más propensos a valorar la importancia de capacitación; no obstante, se encontró igual propensión entre las personas de más edad, por lo que se amplió el intervalo para que abarcara a empresarios entre 20 y 50 años. Una vez que se inició con la implementación de las encuestas, y en vista de que un porcentaje significativo de microempresarios superaban los 50 años, el rango de edad se volvió a reajustar para que incorporara a los jefes de 18 a 60 años.

Siempre que fuese posible, se buscó que el nivel educativo mínimo de los encuestados fuera de estudios primarios completos.

Generalmente el estrato microempresarial se visualiza como la principal alternativa que tienen las mujeres para incorporarse al mercado laboral, ya sea en calidad de jefas o como empleadas de estas unidades económicas, pero a pesar de esto la participación de las ellas sigue siendo baja. Para explorar las causas que originan esta brecha, se apostó por una muestra compuesta mayoritariamente de mujeres (40% hombres, 60% mujeres en cada país).

La distribución por sector económico de los negocios trató de aproximarse a la estructura productiva de los países. Para lograr esto se utilizó la distribución de microempresas urbanas por sector económico según las encuestas de establecimientos y, cuando éstas no estaban disponibles, los datos de ocupados urbanos en microempresas que ofrecen las encuestas de hogares. A partir de esta información se fijó la siguiente composición por país:

- Costa Rica: 50% comercio, 25% hoteles y restaurantes, y 25% entre servicios e industria manufacturera.
- Honduras: 50% comercio, 25% industria manufacturera, y 25% hoteles y restaurantes.
- El Salvador: 33,3% comercio, 33,3% industria manufacturera, y 33,3% hoteles y restaurantes.
- República Dominicana: 33,3% comercio, 33,3% industria manufacturera y servicios, y 33,3% hoteles y restaurantes.
- Nicaragua: 50% comercio, 25% industria manufacturera, y 25% entre hoteles y restaurantes y servicios.
- Guatemala: 50% comercio, 25% industria manufacturera, y 25% entre hoteles y restaurantes y servicios.
- Panamá: 50% comercio, 25% hoteles y restaurantes, y 25% entre servicios e industria manufacturera.

Las encuestas se realizaron ⁷²en las capitales y ciudades en donde se da la mayor aglomeración de empresas en estos países. En total, se incluyeron en el estudio a 25 urbes⁷³.

La encuesta fue desarrollada conjuntamente entre el equipo investigador y CID/Gallup (tomando como punto de partida la Encuesta Nacional de Micronegocios de México, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, 2002), siendo ésta última quién aplicó el cuestionario cara a cara a cerca de 150 microempresarios por país, de los cuales 100 estaban operando en la aglomeración metropolitana y 50 en dos o tres puntos fuera de ella.

La información que se buscó obtener con este cuestionario estuvo orientada a:

- a) Conocer acerca de las generalidades sobre microempresas como sector; año de creación, tamaño, financiamiento, motivación para iniciar la empresa, características de los dueños y sus empleados, entre otros.
- b) Indagar respecto a las limitaciones y problemas (endógenos y exógenos) que limitan el desarrollo de las microempresas de acumulación.
- c) Indagar sobre aspectos relacionados con la capacitación tales como cursos recibidos y necesidades.
- d) Establecer alternativas para financiar los programas de capacitación así como servicios de apoyo empresarial y otras modalidades de apoyo.

A partir de estas consideraciones se dan los resultados que se presentarán en el siguiente capítulo. Se debe reiterar que los datos proporcionados no son necesariamente representativos.

⁷² Para ver con más detalle la encuesta ver el Anexo 2.

⁷³ La Gran Área Metropolitana de Costa Rica (San José, Alajuela, Heredia y Cartago) San Isidro del General y San Carlos en Costa Rica; Managua, Masaya y León en Nicaragua; Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choluteca y Comayagua en Honduras; Guatemala metro, Quetzaltenango, Huehuetenango y Chiquimula en Guatemala; Gran San Salvador, San Ana, San Miguel y Sonsonate en El Salvador; Panamá, Penonomé, Colón y Santo Domingo en Panamá; Santo Domingo, Santiago, San Cristóbal y Las Vegas en República Dominicana.

Página | blanca
Página | blanca

III. Descripción y análisis de los resultados

En el presente capítulo se presentan los principales resultados que se obtuvieron en las sesiones de grupo y en las encuestas. Éste tiene como propósito poner de relieve aspectos sobre las características de los dueños de las microempresas, la problemática que enfrentan, así como sobre sus potenciales necesidades de formación que surgieron durante las sesiones de grupo. Los hallazgos detectados en esta parte del estudio serán parte importante de los insumos para realizar las recomendaciones que se exponen en las conclusiones al final del documento. El capítulo a su vez se divide en dos secciones; (i) el correspondiente a la composición y resultado de los grupos focales, y (ii) el desarrollo de las encuestas. En ellos se trata de manera separada la información obtenida en ambos métodos de recolección de datos.

3.1 Resultados de los grupos focales

La primera parte de este capítulo sintetiza las ideas expuestas por lo microempresarios durante las sesiones de grupo realizadas en los 7 países de la muestra. La síntesis permitió establecer, de manera general, el conjunto de características que diferencian a las microempresas de acumulación de las tradicionales, los problemas (endógenos y exógenos) que limitan el desarrollo de las microempresas de acumulación (ahondando principalmente en aquellas asociadas a la capacidad interna de la microempresa) y, por último, las alternativas para desarrollar y financiar los programas de capacitación (servicios de apoyo empresarial). Complementariamente, la retroalimentación que se logró gracias a estas sesiones grupales, contribuyó a mejorar posteriormente la encuesta que se aplicó en todos los países de la muestra. En caso de que se quiera ampliar la información, en el Anexo 2 del CD adjunto, se encuentra un resumen de las sesiones grupales por país.

Aunque no es el propósito de los grupos focales el hacer inferencias sobre una población, si permite establecer algunos criterios generales de la población estudiada. Por ello, se buscó que los participantes en los *focus groups* cumplieran con algunos lineamientos básicos, de tal manera que la muestra reflejara en la medida de lo posible algunos patrones anteriormente detectados en otras investigaciones en los dueños de las microempresas de acumulación. La distribución de los participantes según el sector, edad, sexo y educación se presenta en el cuadro 3.1.

Cuadro 3.1

Número de participantes en las sesiones de grupo según sus características por país^{1/}

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Actividad</i>								
Comercio/Ventas	14	5	10	9	7	5	12	62
Hoteles y restaurantes	5	8	3	3	5	3	1	28
Servicios	8	6	5	6	9	10	5	49
Industria manufacturera	4	5	4	6	5	1	5	30
<i>Edad</i>								
20-30	11	9	12	8	8	6	11	65
30-40	20	15	10	16	18	13	12	110
<i>Sexo</i>								
Hombres	17	12	11	13	13	11	11	88
Mujeres	14	12	11	11	13	8	12	81
<i>Educación</i>								
Primaria	2	2	1	1	2		1	9
Secundaria	17	15	20	8	13	8	22	103
Superior	12	7	1	15	11	11		57
Total de participantes	31	24	22	24	26	19	23	169

Nota:

1/ Se realizaron 3 sesiones por país.

Fuente: CID Gallup.

Ello permite estudiar a un conjunto acotado de la realidad microempresarial de la Subregión, de acuerdo al énfasis que el equipo investigador buscó identificar: microempresas con potencial de acumulación y crecimiento. En primer lugar, rangos de edad con una mayor apertura a la capacitación y eventualmente a la tecnología. Por ello también se buscó una orientación educativa más sesgada hacia la educación secundaria y eventualmente superior. Finalmente, en el tema de género primó el interés de conocer más acerca de la conducta y orientación femenina en las empresas, en concordancia con los estudios que señalan el mayor protagonismo de la mujer en las actividades microempresariales.

3.1.1 Opiniones de los microempresarios sobre las temáticas planteadas

Tal como se señaló al inicio, el objetivo de esta herramienta fue indagar sobre las características de los propietarios de microempresas, su visión acerca de la empresa, las condiciones de su entorno, los problemas que enfrenta (entre exógenos y endógenos), sus eventuales necesidades de formación empresarial, así como las áreas específicas de estos requerimientos. De esta forma, el desarrollo de los *focus groups* se inicia con una breve introducción acerca de sus

objetivos y posteriormente con la percepción que tienen los participantes de ellos mismos como empresarios.

Entre las principales motivaciones para ser empresario, los entrevistados señalan principalmente el ser su propio jefe (afán de independencia). En la mayoría de los casos tienen experiencia previa en el área de especialidad (como empleados), lo cual les da el conocimiento técnico sobre el producto / servicio que llevan a cabo. Se encuentran básicamente en sectores de comercio y servicios, tales como alimentos (comida, panaderías, confiterías), artesanía, bazar (ventas, regalos), tiendas, talleres (ebanistería, carrocería), servicios (seguridad, belleza, computo), etc.

El significado de ser un empresario exitoso

En todos los países se manifiesta una misma percepción respecto del significado de ser empresario. Generalmente se visualiza a un empresario exitoso como alguien que, además de lograr el deseo de contar con un negocio propio o independiente, tiene una actividad que le permite alcanzar una mejor calidad de vida para sí mismo y su familia. Todo apunta al reconocimiento de determinadas características como la visión y metas establecidas, la planificación, entre otras. Entre las que se señalaron se encuentran:

- Astuto
- Emprendedor
- Luchador
- Mantenerse al día
- Perseverante
- Responsable/disciplinado
- Con sueños y metas para el futuro
- Visionario
- Sin un salario fijo

Adicionalmente, y de forma menos frecuente, se mencionan otras capacidades que todo jefe debe poseer:

- Sabe trabajar en equipo y establece buenas relaciones humanas (fundamentalmente en Costa Rica y República Dominicana).
- Se encuentra al día respecto de los adelantos en ámbito de su empresa y lo que pasa a su alrededor; y busca integrar su negocio a la economía (Costa Rica y República Dominicana).
- El dueño posee una relación directa con el cliente; "gerencia", administra y trabaja en su propio negocio (Nicaragua).

Por otra parte, algunos individuos en El Salvador y Panamá vincularon la imagen de empresario con la de un "hombre de negocios" a cargo de una empresa más grande, con mayor capital y asociado a más personal. De esta forma ellos se visualizan como propietarios de negocio, más que como empresarios.

Se señala adicionalmente otras peculiaridades que se han identificado en la literatura (Kantis y otros, 2002), respecto de la necesidad de ser independiente, de ofrecer una alternativa al trabajo asalariado, además de permitirle una mejor calidad de vida para sí mismo y su familia (Costa Rica).

Se coincide mayoritariamente en que un empresario exitoso debe tener visión y metas establecidas, pero que también tiene que planificar para que éstas puedan ser desarrolladas con éxito. Éste investiga, estudia, diseña y da un seguimiento a las dinámicas diarias de la operación del negocio. El éxito se alcanza siempre y cuando el individuo sea perseverante, observador, trabajador, posea voluntad y deseo de superación. Una de las cualidades más importantes que se mencionaron fue la capacidad administrativa. También se mencionó que son individuos caracterizados por el orden con el cual manejan sus ganancias y las reinvierten en el negocio.

En general existe una visión empresarial asociada al esfuerzo, el emprendimiento, la responsabilidad y la visión de futuro, pero sobre todo a la fuerza de voluntad para llevar una actividad económica adelante.

En contraposición con lo anterior, algunos representantes de institutos de formación⁷⁴ tienen una imagen diferente a lo planteado anteriormente, pues consideran que las microempresas carecen de una verdadera cultura empresarial; tienen un crecimiento desordenado, son individualistas, y muchas de las responsabilidades descansan en su dueño. Según ellos, muchos de los microempresarios funcionan a prueba y error: inician proyectos, y cuando no le encuentran sentido, buscan otro. No existe conciencia de que son microempresarios puesto no conocen el concepto de empresa.

Significado de microempresa

El rasgo más distintivo de las microempresas según la gran mayoría de los participantes fue su reducido tamaño. Estas unidades tienen entre 1 y 5 empleados de forma regular, aunque eventualmente contratan personal temporal durante situaciones especiales o temporada alta. A pesar del tamaño reducido y los pocos recursos con los que cuentan, ellos consideran que sus negocios tienen todos los elementos básicos de cualquier empresa.

Algunos participantes (Costa Rica) ven el tamaño pequeño de sus unidades como una ventaja, pues esto las hace más flexibles para adaptarse a los cambios del mercado más rápidamente; debido a que, en la mayoría de los casos, no tienen que realizar grandes inversiones.

Consideran que las microempresas en su mayoría son negocios familiares en donde se transmiten los conocimientos por generaciones. Por ejemplo, muchos negocios como salones de belleza, ebanisterías, talleres de reparación de diferentes artículos, se inician en parte como una tradición familiar por lo que el oficio se aprende en el hogar.

⁷⁴ Grupo focal con organizaciones de capacitación en Costa Rica.

Definición de microempresa exitosa

En este punto los entrevistados señalaron tres características relevantes de lo que para ellos es una empresa exitosa (aunque posteriormente consideraron otras igualmente importantes). Entre las tres primeras se encuentran:

i. Tiene una buena imagen por su servicio y productos

En la mayoría de las sesiones se insistió en que el servicio al cliente y la calidad del producto/servicio ofrecido son elementos claves para el éxito de cualquier negocio. Los individuos indicaron que un microempresario exitoso se preocupa por que los clientes queden satisfechos, lo que mejora la imagen y prestigio de su local o servicio y, a su vez, atrae a nuevos consumidores. Un servicio al cliente de calidad implica dar un trato personalizado a los clientes, así como identificar sus necesidades y generar buenas relaciones con ellos. En un contexto en el que la guerra de precios suele ser la principal estrategia de competencia, éste tema se convierte en una herramienta útil para diferenciarse de sus competidores, puesto que ahora las personas son más exigentes debido a que tienen mayor información y opciones. Aunque generalmente estos son mercados de bajos ingresos, parece ser que el precio no siempre tiene la última palabra. La microempresa exitosa se adapta a las necesidades de los clientes, innova constantemente y les ofrece nuevas alternativas de productos o servicios. Todo lo anterior incide en un mayor volumen de ventas.

ii. Calidad del personal

Otro de los factores del éxito de la microempresa que se señalaron fue la calidad del personal del negocio, incluido el dueño. Por un lado, la actitud y responsabilidad influyen más en la superación de una microempresa que las condiciones del entorno. Si éste tiene la visión de reconocer una oportunidad de negocio y asume un riesgo para aprovecharla, se propone metas claras hacia dónde dirigirse y las alcanza, y además es una persona innovadora que crea y diversifica su oferta, el negocio tendrá más posibilidades de supervivencia.

Por otro lado, contar con una mano de obra calificada que conozca bien la dinámica del negocio, le permite a la empresa diversificar funciones. Ello a su vez le da a los dueños más tiempo para atender otras responsabilidades como administrar, vender, buscar financiamiento, etc. No obstante, también reconocen a los empleados más calificados como potenciales competidores, puesto que tarde o temprano estos pueden decidir marcharse y formar su propia empresa.

iii. Buena administración

Los empresarios coinciden en que el conocimiento y manejo de temas vinculados al proceso administrativo y gerencial (contabilidad, finanzas, compras, libros contables, registros de compras, gastos, ventas, así como al acceso de tecnología), tienen un impacto positivo en el desempeño de la microempresa, puesto que permiten realizar una buena administración y llevar un registro ordenado de sus gastos e ingresos. El conocimiento de estos principios también contribuye a que el negocio pueda ser más eficiente, o, según ellos, minimizar costos o maximizar beneficios

para que el negocio sea rentable. La mayor rentabilidad facilita la reinversión de ganancias para mejorar sus equipos y su infraestructura.

iv. Otras características mencionadas son las siguientes (básicamente derivadas o consecuencia de las anteriores):

- Tienen acceso a capital para invertir (comprar equipos, insumos, etc.) (Costa Rica, El Salvador y Honduras).
- Crean fuentes de empleo para otros (familiares, particulares, etc.) (Costa Rica y Honduras).
- Tienen iniciativa para estar al día, buscar nuevos productos y técnicas, capacitación, etc. (Costa Rica y Honduras).
- Tienen cierto nivel de formalidad: una microempresa exitosa paga impuestos, pues de otra forma se le pueden cerrar algunas puertas de financiamiento, siendo un obstáculo para su posterior crecimiento (Costa Rica y El Salvador).
- Tiene responsabilidad para sus funcionarios. El dueño asume responsabilidad laboral con sus empleados, aunque sean sus propios familiares, puesto que si un trabajador no está conforme no tendrá un buen desempeño (Costa Rica y Nicaragua).
- Tiene un ambiente de buenas relaciones humanas (Costa Rica).
- Existe capacidad de trabajo en equipo (Costa Rica).
- Liderazgo: capacidad del dueño de ser el guía de la empresa tanto desde el punto de vista personal como técnico (Costa Rica).

Cabe señalar que en la mayoría de los casos, el tema de la capacitación se encuentra de alguna manera implícito en las aseveraciones de los empresarios involucrados. Todos los aspectos relacionados con la calidad de la mano de obra, el servicio al cliente y la administración del negocio, son asuntos asociados a la capacidad gerencial por parte del empresario. Ellos reconocen que como microempresarios tienen el conocimiento técnico para el desarrollo de su actividad, pero carecen de los conocimientos de gestión. El anterior es un aspecto que ellos están observando como crítico para su desarrollo. No obstante, esto parece ser más evidente entre los empresarios con mayor nivel educativo formal.

Conceptos asociados a la microempresa de subsistencia

Los empresarios fueron interrogados respecto de las particularidades que ellos consideran tiene una empresa denominada de subsistencia. Entre las repuestas más comunes se encuentran las siguientes:

i. Negocio desactualizado

Esta debilidad la relacionan más frecuentemente con la personalidad del dueño que con la ausencia de recursos para la actualización. En un entorno de mucha competencia, el dueño no invierte en el negocio por conformismo, tradición o miedo, y se queda con lo que ya tiene seguro. No se preocupa por diversificar o innovar; no sigue los adelantos que se dan en su campo y no

asume riesgos para producir o vender más. Además de lo anterior, la desactualización también se puede presentar por falta de ahorro u oportunidades de crédito para reinvertir.

ii. Mal servicio al cliente y productos/servicios deficientes

Se descuida la calidad del producto o servicio y la atención al cliente (no asumen compromisos con clientes). Solo se puede vender si lo que se ofrece es de buena calidad ya que los malos productos dan mala imagen.

iii. Administración deficiente

La microempresa de subsistencia trabaja desorganizadamente y está mal administrada, no lleva adecuadamente la parte administrativa, ni el proceso de producción. Por lo general, el control de gastos y ventas se lleva con mucha informalidad.

iv. Entre otras de las características se mencionaron (básicamente derivadas o consecuencia de las anteriores características):

- Personal incapaz; sea el dueño o quienes le ayudan (Costa Rica).
- Un local desagradable (feo, sucio, viejo) (Costa Rica).
- No respetan horarios ni plazos de entrega (República Dominicana).
- El dueño no tiene una visión clara de lo que quiere y le falta motivación, además de audacia, capacidad de sacrificio y asumir un riesgo (Honduras y Nicaragua).
- Es una empresa en la que el propietario tiene una actitud irresponsable ante obligaciones financieras, laborales, tributarias, con clientes, etc. (Honduras y Nicaragua).
- El propietario no se preocupa por conocer del negocio totalmente (Nicaragua).
- Es un negocio que se caracteriza por la falta de creatividad en sus productos o servicios, por lo que tiene que copiar (Nicaragua).
- Es una empresa que no tiene mucha demanda y solo vende para subsistir; las ventas son bajas (Honduras).

La mayor parte de estas consideraciones están asociadas a la propia actitud del empresario (tales como temor, conformismo, la ausencia de disciplina, desorden, mala atención, no asume riesgos, “*coyol partido, coyol comido*” etc.), mientras que solo unas pocas tienen que ver con el entorno (falta de oportunidades de crédito). Esto refuerza la tendencia a señalar a las cualidades emprendedoras como las claves del éxito o estancamiento de la empresa.

Principales limitaciones señaladas (exógenas y endógenas) al desarrollo empresarial

Después de conocer las opiniones de los empresarios sobre lo que ellos definen como empresario y microempresa exitosa o de subsistencia, las sesiones giraron alrededor de las principales limitaciones que los participantes enfrentan como empresarios; ya sea que éstas se originen en el entorno (exógenas), o estén asociadas a sus propias competencias (endógenas).

Entre los problemas exógenos o del entorno los microempresarios expresaron los siguientes:

i. Falta de apoyo financiero para las microempresas

Según la mayoría de las declaraciones, uno de los principales problemas ó limitantes para el desarrollo de las microempresas con posibilidades de expansión es la falta de apoyo financiero. Esto, señalan, afecta su capacidad para hacer inversiones en maquinaria, nuevas tecnologías, ampliar las actividades con nuevos negocios, e incluso, pagar insumos y programas de capacitación. Los problemas de acceso al sistema financiero formal se explican por las altas tasas de interés, la gran cantidad de trámites requeridos (muchos fiadores, o fianzas prendaías cuando los empresarios no poseen esos recursos). De esta forma, aunque los propietarios tengan planes visionarios, si no se tiene acceso a crédito, no se pueden aprovechar las oportunidades.

ii. Poco acceso a nuevas tecnologías

El difícil acceso a la tecnología los deja atrás con respecto a los competidores que si pueden adquirirla. Muchos empresarios conocen su oficio y han generado cierto nivel de inversión, pero deben contar con la posibilidad de elaborar un servicio o producto cada vez de mayor calidad, y la tecnología es una de las herramientas para lograrlo. Sin embargo, algunos ven en esta área uno de los mayores obstáculos, puesto que carecen de alternativas tecnológicas a costos accesibles y de sistemas de información para estar al día con los adelantos tecnológicos.

iii. Competencia nacional / internacional

En general, sin importar el sector económico, se percibe al incremento de la competencia como la mayor limitante que enfrentan las microempresas. Si bien es cierto, se da una competencia importante a nivel interno, la mayor amenaza se presenta debido al ingreso de productos extranjeros, en especial los provenientes de China (Costa Rica, El Salvador y Honduras).

iv. Regulaciones del Estado

Los participantes opinaron que el ordenamiento existente no favorece su crecimiento. Por ejemplo, las recientes regulaciones impuestas en algunos países a fin de establecer un sistema de contabilidad organizado y formalizar la situación de las empresas en los registros públicos. Sin estos requisitos, muchos no pueden vender a los negocios formales, pues estos últimos exigen comprobantes de pago válidos para poder liquidar impuestos. Piensan que a veces se da una relación desigual porque los grandes empresarios les exigen cumplir una serie de requisitos, como si fueran un negocio grande, imponen sus precios y dejan poco margen de ganancia.

La regulación excesiva, que en ocasiones produce la duplicidad de controles entre las instituciones y ministerios, también se constituye en un obstáculo serio (República Dominicana, Nicaragua y Guatemala).

v. Falta de redes de apoyo

La mayoría de los entrevistados siente que el estrato microempresarial no está vinculado, puesto

que casi ninguno se encuentra organizado, ni asociado a algún gremio. No existen redes para poder relacionarse y compartir experiencias con otras empresas. No existen esfuerzos por parte del gobierno para desarrollar redes de microempresas, y dentro del estrato prevalece la desorganización y la poca solidaridad (Costa Rica, Honduras y Nicaragua).

vi. Condiciones macroeconómicas difíciles

La recesión económica y el alto costo de la vida reducen el nivel de ventas y, consecuentemente, las fuentes de empleo. Sin embargo, mucha gente afirma que es más bien en un contexto como éste en donde proliferan las microempresas de subsistencia (El Salvador, Honduras y Nicaragua).

vii. Escasez de oferta de capacitación de calidad

La deficiente o ausencia de capacitación en administración de empresas y administración gerencial (Costa Rica y Nicaragua).

viii. Costo de los insumos

En Costa Rica y Honduras se identificó al costo de los insumos, materiales, y mano de obra como las variables que encarecen los productos y servicios.

ix. Deficiencias en la infraestructura productiva (energía fundamentalmente)

En el caso específico de Nicaragua y República Dominicana, se insistió mucho en el deficiente servicio de energía eléctrica y su alto costo como uno de los principales problemas que enfrentan. Esta deficiencia los obliga a tener un sistema alternativo propio de generación de electricidad que tiene un costo alto de mantenimiento. De la mano con este problema está la constante alza de los precios de los combustibles, alzas que afectan directamente el costo de la energía eléctrica.

x. Delincuencia, extorsiones (principalmente Guatemala, El Salvador, Honduras).

Un aspecto claramente perceptible en esta parte de los *focus groups*, fue el mayor énfasis que le dieron los entrevistados a los temas relacionados con los problemas del entorno respecto de aquellos de carácter interno⁷⁵. En el caso de este último, se formularon las siguientes preocupaciones:

- i.** Desconocimiento de nuevas técnicas productivas, falta de actualización (en algunos casos hasta falta de interés por conocer lo nuevo). Esta debilidad se formuló en la mayoría de los países (Costa Rica, El Salvador, Honduras y Nicaragua).
- ii.** Desorganización administrativa; la mala administración es vista como la principal barrera que tiene un empresario para crecer. Esto se da desde la necesidad de

75 Este hallazgo se analizará con mayor detalle en el apartado de capacitación más adelante.

asignarse un sueldo, en vez de sacar de cualquier lugar (Costa Rica, El Salvador y Nicaragua).

- iii.** Recursos humanos poco capacitados. Esto incluye propietarios y trabajadores, y está asociado a su bajo nivel educativo. Este problema a su vez se vincula con la necesidad de generar ingresos debido a las limitaciones económicas precedentes (Honduras y Nicaragua).
- iv.** Poca reinversión de ganancias. Visión de corto plazo respecto a las ganancias; se usa el dinero para otros fines – consumo, principalmente nombrado en Nicaragua y El Salvador.
- v.** Falta de capacidad para relacionarse con otras empresas (por ejemplo, a través de alianzas) se mencionó solamente en Costa Rica.
- vi.** Falta de experiencia en administración; como base de las demás causas que llevan al fracaso, mencionado en Panamá.

Entre las restricciones de orden interno, lo más destacable es la ausencia de una administración empresarial eficiente (lo cual involucra no solo la gestión de la producción y el empleo, sino también la de los clientes, proveedores, etc.). Asimismo, se señala la poca reinversión de utilidades, que puede aproximarse a una visión de muy corto plazo de los negocios, o a una posición pasiva respecto al futuro. Todo esto es fundamental en la medida que para ello se requiere no solamente la capacitación, sino fundamentalmente la conciencia por parte de los empresarios de esta situación con el propósito de progresar.

En ese sentido, la parte siguiente busca relacionar fundamentalmente los problemas planteados desde la perspectiva interna de la empresa, y como ellos mismos observan que es posible salir (mejorar) de esa situación; es decir, como mediante la formación empresarial (capacitación) es factible superar los obstáculos internos de las empresas.

La capacitación

A pesar de que –en general– los empresarios consideran que la capacitación es muy útil para el desarrollo de los negocios, ella no es considerada como un factor crucial, en otras palabras, no creen que la ausencia de la misma haya sido un impedimento para manejar su empresa. Muchos participantes afirman haber aprendido sobre la marcha a solucionar los problemas que se les presentan en sus negocios.

Generalmente la actividad que los individuos realizan es un oficio heredado o que conocían antes de iniciar su propia empresa. Lo anterior les da cierta confianza para pensar que están haciendo las cosas bien. De esta forma, la capacitación no es algo que surja de manera espontánea como tema de conversación. Probablemente esto se puede deber a que se asocia a la capacitación con competencias técnicas del negocio más que con aspectos gestión de la misma.

La mayoría de los participantes no ha recibido capacitación alguna, aunque saben que hay instituciones que promueven la capacitación a nivel técnico (como los institutos de formación, entre otras). No obstante, existen algunos sectores, principalmente industria alimentaria y en restaurantes, en donde es necesario realizar cursos teórico- prácticos para obtener los permisos respectivos para operar el negocio. En el caso de algunos participantes en Nicaragua y Costa Rica, las experiencias de capacitación no han sido positivas, señalando que lo que recibieron fue de poca calidad, muy poco ajustada a la realidad y necesidades, y generalmente impartida por instructores sin experiencia práctica.

La mayoría no recordó experiencias de otros microempresarios en cuanto a capacitación; consideran que sólo los que están organizados son los que están al tanto (Costa Rica, Guatemala y República Dominicana).

Como se indicó, los dueños difícilmente mencionan la escasa capacitación como uno de sus principales problemas de manera espontánea. No obstante, una vez mencionado, consideran que la falta de capacitación es una debilidad del estrato microempresarial que debe ser fortalecida. En algunos casos mencionan conocimientos específicos que se requieren en la administración de una empresa (aunque sea una empresa familiar).

Se encontró principalmente entre los participantes con nivel educativo superior una mayor disposición de mantenerse actualizados en su campo. Para ello, algunos participantes se capacitan por su propio interés recurriendo a distintos medios: (i) ir a conferencias o exposiciones, (ii) leer revistas especializadas y periódicos, (iii) investigar en Internet, (iv) unirse a gremios (aunque poco comunes, estas se presentan principalmente en la industria alimentaria; por ejemplo, asociaciones de *chefs*), o (v) salir a analizar los productos que ofrece la competencia. Sin embargo, son pocos los que indican que se han capacitado dentro de una institución de formación, y los que han participado lo hacen frecuentemente cubriendo sus propios costos (Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Panamá).

Dentro de las principales consideraciones para tomar en cuenta en el diseño de programas de capacitación de encuentran las siguientes:

- i. Muchos propietarios en cierta medida dominan y transmiten a sus trabajadores las técnicas y habilidades requeridas para fabricar o entregar su producto/servicio, por lo que no creen que la formación en estas áreas sea imprescindible. Por lo demás, cuando ellos necesitan personas que cuenten con alguna habilidad específica, prefieren contratar a alguien que ya la conozca antes de capacitar a uno de sus propios empleados debido a que la rotación del personal es muy frecuente (lo cual no justifica una inversión en formación). Algunos indicaron que si bien es cierto la formación a los trabajadores es importante, pues facilita repartir funciones dentro de la empresa, no se puede formar a todos los empleados, sino solamente a los de más confianza, quienes generalmente son familiares. Por consiguiente, persiste el temor de que éstos eventualmente puedan dejar la empresa.

- ii.** La gran mayoría piensa que la capacitación debe estar orientada a transmitir los conocimientos necesarios para que, principalmente los propietarios y administradores, puedan gestionar mejor su propio negocio.
- iii.** La opinión sobre los institutos de formación públicos en la Subregión es generalmente buena, y estos siempre son reconocidos por la mayoría como instituciones de referencia en el ámbito de la capacitación. A pesar de esto, también reconocen que se deben hacer esfuerzos para fortalecer la oferta de capacitación privada y pública, pues la existente es muy limitada y, en algunos casos, de poca calidad.
- iv.** Entre ellos se presentan varios prejuicios hacia la formación. Por ejemplo, para algunos el problema radica en que muchos de los instructores de los institutos de formación conocen muy poco acerca de la realidad de las microempresas, cuando lo que se debería de procurar es que estos tengan amplia experiencia en el mundo microempresarial, tanto como ellos. Asociado a este inconveniente, los jefes de negocios entrevistados piensan que los contenidos de los programas tampoco se apegan a las necesidades de las microempresas. Al mismo tiempo, señalan que son muy teóricos y elevados o abstractos. Para ellos, las capacitaciones tienen que estar vinculadas a la obtención de resultados concretos dentro del negocio, lo cual da pie a un equilibrio entre teoría y práctica. A fin de alcanzar esto último, la formación debe de ir acompañada de un seguimiento o asesoría técnica, de transferencia de experiencias exitosas y tecnología. Para ellos, los programas de capacitación deben de impartirse dentro de la microempresa⁷⁶.
- v.** Muchos de los participantes de Panamá y El Salvador expresaron desconocimiento en cuanto a las entidades de apoyo y oportunidades de formación que se ofrecen en el mercado; esto por cuanto la información pertinente no se encuentra en un solo lugar o institución, lo que podría resultar muy útil para ellos. En ese sentido, la ausencia de información (o al menos, de una inadecuada difusión de la misma) inhibe una mayor demanda por capacitación.
- vi.** Dentro del ámbito de la capacitación, también se revelaron otras consideraciones:
 - Los programas deben estar diseñados para empresarios de una misma rama o sector y de niveles educativos similares. Se busca homogeneidad en las capacidades de los participantes, puesto que las necesidades dependen más del campo de trabajo y no se pueden generalizar tanto (Costa Rica).
 - Están concientes de que se debe tecnificar, sin embargo, algunos han encontrado que el instituto de formación solo puede formar a las personas utilizando las máquinas que tienen en dicha institución, las cuales suelen estar obsoletas o no obedecen a la realidad de las empresas (Honduras).

76 Aunque es de entender que los demandantes deseen productos personalizados, desde la perspectiva de la oferta (pública o privada), estos programas suelen ser muy costosos, por lo que se reducen las posibilidades de impactar en un grupo meta mayor.

- Entre las formas o medios de capacitación más mencionados están: seminarios, asesorías, transferencias de experiencias, el aprender haciendo, los talleres de seguimiento, actualizaciones, inclusive Internet (Nicaragua).
- Les gustaría que los cursos sean cortos, y que contengan puntos específicos de los temas a tratar, debido a que su tiempo es muy valioso (Guatemala).
- Existe una inadecuada orientación de la formación escolar, técnica y profesional la cual enseña como ser empleados pero no a ser jefes, lo que impide que las empresas no logren mejorar su competitividad (Panamá).
- La capacitación debe estar acorde a sus capacidades intelectuales, económicas, así como de disponibilidad (Costa Rica).
- La capacitación debería ser continua, puesto que “día a día están surgiendo necesidades, los clientes son más exigentes, la competencia es más fuerte” (Costa Rica).

Finalmente, se encontró en muchos países comentarios muy interesantes respecto de la relación entre clientes y proveedores por medio de cadenas. Esta relación se define según la naturaleza del establecimiento. En los negocios de comercio al detalle, por ejemplo, estos vínculos muchas veces se limitan a la entrega del producto contra su pago respectivo. Pero, por otra parte, en el caso de los emprendimientos que requieren un trato más personalizado con el cliente (salones de belleza, por ejemplo), la relación puede ser más profunda. Algunos proveedores están consientes de que los microempresarios son finalmente quienes están en contacto directo con sus consumidores, por lo que les conviene que sus productos se conozcan y promocionen mejor. Además, este contacto directo les permite a los primeros contar con información importante y de primera mano sobre gustos y preferencias; así como a los fabricantes para mejorar su producto. Esto incentiva a las grandes empresas a ofrecer a sus distribuidores ciertas ventajas que van desde un crédito más flexible hasta actividades de capacitación.

De hecho, recibir formación de los proveedores parece ser una práctica frecuente según los participantes. Muchos afirmaron que las empresas grandes dan capacitaciones por medio de talleres o seminarios para el uso de sus productos, lo cual ven como una alternativa para actualizarse sobre nuevas técnicas de producción, o en el uso de artículos y materias primas. (Ejemplos de ello son: Walmart, cuando se necesita que el producto que ofrece el microempresario cumpla con ciertos estándares; o compañías como 3M, que buscan que su distribuidor microempresario pueda brindar a los consumidores finales la mejor información de los productos-El Salvador).

De forma contradictoria, algunos representantes de institutos de formación entrevistados, mencionaron que existe un limitado encadenamiento entre microempresas y grandes empresas. El individualismo propio de las unidades económicas de menor tamaño es un obstáculo a su desarrollo. Las malas experiencias previas y la asimetría en las relaciones entre empresas de diferente tamaño y poder en el mercado tienen gran responsabilidad en ello. De esta manera, la

formación debería enfocarse a romper ese individualismo, promover la cooperación y el trabajo asociativo. Las experiencias anteriores indican que también es necesario inculcar a las personas valores como camaradería, socialización, ética, autoestima, motivación. Afortunadamente, en las encuestas que se detalla en la siguiente sección, se encontraron ejemplos de que al menos en la Subregión, se comienzan a dar pasos hacia la cooperación interempresarial mediante encadenamientos productivos.

En general, se encuentra que la capacitación no es un tema crítico para el diario vivir de estas empresas. Sin embargo, reconocen su valor en el proceso de desarrollo empresarial. Lamentablemente, al parecer, existe una visión “escolarizada” y “teórica” de la capacitación que reduce el interés de los empresarios por la misma, ya que dificulta su “llegada” al nivel práctico que ellos demandan. Igualmente, quienes conocen algunos programas tienen prejuicios, sea respecto del precio de los mismos o su relevancia. Existen también limitaciones de información sobre las características de tales acciones.

Otro cuestionamiento señalado tiene que ver con el sistema educativo que no forma líderes. Ésta, sin duda es una limitación fundamental a la promoción del emprendedorismo. En ese sentido, son los propios empresarios que tienen que capacitarse antes que los empleados. Las razones se vinculan a la necesidad de conocer a los elementos clave de la empresa, a la visible rotación laboral en muchas de estas actividades, y a la necesidad del propietario de “estar al día”, entre otras. Existe sin embargo cierto temor en la capacitación laboral, asociado a la posibilidad de que dejen la empresa y desarrollen su propio negocio o -eventualmente- los contraten en otro lugar. Lo anterior es reflejo de la poca conciencia respecto de la necesidad de fidelizar a los trabajadores. Asimismo, se señala que los empleados deben capacitarse en el contacto con los clientes (atención al público).

De otro lado, los propietarios segmentan sus necesidades de capacitación en dos grandes áreas complementarias: (i) las relaciones humanas, y (ii) la gestión empresarial. Es muy importante saber como tratar adecuadamente a trabajadores, clientes, proveedores, etc.; es decir, interrelacionarse con los aliados en el proceso productivo. Además, es necesario contar con conocimientos de administración, finanzas, obligaciones laborales, seguridad e higiene, etc.

i. Relaciones humanas y públicas

- **Servicio al cliente.** A diferencia de los negocios de mayor tamaño, en este tipo de emprendimientos es muy común que el dueño trabaje directamente con el cliente atendiendo sus necesidades y dando un trato más personalizado. De esta manera, entre la gran mayoría de los microempresarios el servicio al cliente es considerado como uno de los principales factores para tener éxito y sobrevivir.
- **Manejo de personal.** El trato apropiado a los clientes, el buen desempeño en el trabajo, el respeto hacia el dueño y, hasta la disminución de robos por parte de los empleados dependen mucho de las relaciones y el trato que se le da a los trabajadores, por lo que piensan que es importante instruirse en técnicas de liderazgo y desarrollo de personal para motivar a sus colaboradores (Costa Rica, El Salvador y Honduras).

ii. Conocimientos empresariales

- **Gestión administrativa o empresarial.** Existe un consenso alrededor de que una de las principales limitaciones internas de estas microempresas está vinculada con cierta fragilidad en la capacidad gerencial de los propietarios de estos emprendimientos, por lo que es el área que más necesita ser fortalecida. La carencia de experiencia en administración de empresas podría significar un elevado riesgo para los microempresarios y constituye en sí el origen de todas las demás causas que llevan al fracaso. Piensan que si no se tienen expectativas realistas y una planificación debida se puede entrar, tarde o temprano, en estados de frustración y profundas caídas en los niveles de optimismo, lo cual puede traducirse en resultados negativos para el negocio.
- **Gestión financiera y contable.** Solo en contados casos los individuos reconocen explícitamente que no cuentan con los conocimientos necesarios para calcular sus costos y beneficios; o en el mejor de los casos, no utilizan la información financiera como una herramienta de planeación. Así, la capacitación en finanzas y contabilidad solamente es reconocida como relevante hasta que se les sugiere este tópico. Una vez que se les da la alternativa, los empresarios expresan deseos de conocer más acerca de análisis financiero, inversiones, cálculo de costos, relaciones con los bancos, etc. También consideran muy importante saber de contabilidad; específicamente les gustaría aprender a manejar libros contables y llevar un control de sus pasivos y activos, facturas, inventarios y el flujo de caja.
- **Exposición a nuevas tecnologías y avances en su campo.** Dado que muchas de las microempresas emplean equipos obsoletos y menos seguros que los actuales, también se valora mucho la transferencia tecnológica y la exposición a innovaciones tecnológicas. El entrenamiento en nuevas maquinarias, junto con programas de crédito para adquirirlas, puede ayudar a aumentar la productividad y a disminuir los accidentes industriales.
- **Mercadeo de productos y servicios.** Otra de las áreas donde ellos sienten que hace más falta la capacitación es en mercadeo y ventas, por ejemplo, acceso a mercados, mercadotecnia, publicidad, organización, propaganda, mercadeo, etc.
- **Legislación vigente en distintas materias.** Fundamentalmente en Costa Rica y Nicaragua consideran de utilidad conocer legislación en varias materias; entre ellas la laboral, seguridad social, tributaria, riesgos y seguridad laboral, derechos laborales, etc.
- **Computación e idiomas.** A diferencia de lo que uno podría esperar, la formación en estas áreas no fue particularmente mencionada, salvo en los casos de Costa Rica y Panamá, donde existen necesidades específicas debido al peso de la actividad turística de esos países.

- **Formación en materias específicas de la actividad.** Cuando se le pregunta a los participantes sobre las áreas en donde más necesitan capacitación, en su mayoría mencionan materias transversales a toda empresa como servicio al cliente, administración o contabilidad. Sin embargo, también señalan que quisieran ampliar sus competencias (por ejemplo, ebanistería, cueros, repostería, belleza, artesanía, confección de adornos, técnicas de artesanía, cocina internacional, etc.).

En el cuadro a continuación se presentan algunos de los temas que fueron de interés para los participantes en los *focus groups* en sus respectivos países.

Cuadro 3.2
Principales necesidades de capacitación por país

	Costa Rica	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	El Salvador	República Dominicana
Técnicas de ventas	X		X	X	X	X	X
Métodos de negociación	X						
Gestión administrativa	X						X
Relaciones Humanas	X				X		
Creatividad	X		X				
Responsabilidad social	X						
Relaciones con proveedores	X		X	X			
Inventarios			X				
Sistemas de calidad			X			X	
Gestiones de Crédito		X		X	X	X	X
Higiene y seguridad laboral				X			

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las sesiones grupales en los 7 países.

Alternativas para financiar programas de capacitación

Una parte significativa de las microempresas tiene, en el mejor de los casos, poco acceso a la capacitación, pues los esquemas de formación profesional, capacitación y servicios de apoyo empresarial responden prioritariamente al trabajo en pequeñas, medianas y grandes empresas. Esto se da principalmente debido a que son ellas quienes financian una porción significativa del presupuesto de las instituciones de formación. De esta manera, se dedicó un espacio de las reuniones para que los participantes reflexionaran sobre posibles alternativas para financiar las acciones de capacitación hacia las microempresas.

La mayoría opinó estar dispuesto a realizar una inversión económica para financiar una parte del costo del programa de capacitación para ellos y sus empleados, siempre que ésta sea necesaria, se de un seguimiento y se brinden alternativas de pago. En algunos casos se rechazó la posibilidad de financiar la capacitación en razón de que con el pago de impuestos se deberían financiar estas actividades. En otros casos se plantearon becas para buenos estudiantes.

Generalmente es posible obtener financiamiento de las microfinancieras, que aunque con menos requisitos, en algunos casos suponen intereses más altos. Los bancos imponen muchas trabas administrativas, requisitos, garantías, pero son créditos más baratos. Entre las modalidades que se nombran están: becas, préstamos personales con largo plazo y bajos intereses, financiamiento del gobierno o por las ONG. A pesar de que el costo de estos programas suele ser relativamente alto, reconocen esto como señal de la calidad de los mismos.

Algunos participantes de República Dominicana dijeron conocer instituciones financieras que tienen programas de financiamiento a través de filiales creadas específicamente para apoyar este estrato (incluso algunas brindan apoyo por medio de programas de capacitación). Sin embargo, se exige cierto nivel de formalidad para poder participar en ellos, lo que limita el acceso a los negocios informales.

En Panamá se destacó el apoyo existente por parte del gobierno, que aunque pequeño, es muy accesible, y en algunos casos casi gratis. No obstante, la oferta no está llegando a la demanda.

3.1.2 Consideraciones finales de las sesiones de grupo

La mayoría de los empresarios propietarios de microempresas participantes en los *focus groups* provienen de actividades económicas “tradicionales” y se encuentran en el grupo tanto herederos de empresas familiares como gestores de sus propias actividades productivas. Se buscó que en todos los países exista una proporción equivalente de hombres y mujeres, así como en los rangos de edad más frecuentes en las actividades productivas. Aunque por su tamaño no puede considerarse como una muestra representativa, si es posible establecer algunas interesantes conclusiones respecto al grupo.

Los empresarios tienen una visión clara de lo que es el éxito, el logro, así como el estancamiento. Sin embargo, aún se mantiene la percepción de que una empresa es una organización grande y compleja, y en varios casos ellos no sienten que lo suyo es una empresa, tanto como un “negocio”.

En Centroamérica y República Dominicana, los dueños de microempresas son capaces de señalar con claridad los problemas del entorno que les restan competitividad, pero les resulta más difícil detallar los problemas asociados a sus propias competencias. Existe cierto conformismo en una parte del grupo participante, en la medida que no se observan perspectivas de mediano plazo, ni ambición o deseo de superación. Otra parte del grupo por supuesto muestra un gran dinamismo, lo cual tiende a validar la hipótesis de la presencia de (al menos) dos tipos de empresarios; los llamados de subsistencia (o que tienen un umbral de desarrollo bajo –*me conformo con lo que tengo*), frente a los de acumulación o con vocación de crecimiento.

Cuando existe un reconocimiento de las limitaciones internas para su propio crecimiento, la capacitación o formación empresarial surge como factor importante. Pero por lo general, la formación no es considerada urgente por los microempresarios, ya que éstos tienen como prioridad resolver sus problemas de corto plazo (como las escasas ventas, el pago de los salarios, entre otros).

También se observa sobre la capacitación la presencia de ciertos prejuicios (asociados a experiencias propias, ajenas o simplemente percepciones). Estos se concentran en los costos, relevancia para ellos, la “complejidad” de los mismos o su baja “aplicabilidad”.

Sin embargo, al reconocer su valor, los empresarios establecen varias condiciones previas para insertarse en estos programas. Obviamente muchas de ellas se asocian a lo comentado en el párrafo anterior; es decir, de precios accesibles, relevantes y aplicables. Al mismo tiempo, deben estar orientados inicialmente a los empresarios más que a los trabajadores. Ello en razón de la alta rotación e implícitamente de la desconfianza en sus empleados⁷⁷.

A pesar de que la formación no es una prioridad para estos individuos, resaltó en el estudio un grupo con experiencia constante en formación. Este muestra dos tendencias; por un lado están los empresarios que buscan capacitarse por interés propio (generalmente son las personas con mayor nivel educativo y los ubicados en sectores de mayor complejidad), y por otro lado, están aquellos que lo hacen como respuesta a las demandas de su sector, como por ejemplo, el de la industria alimentaria.

Adicionalmente, se descubrió que existen mecanismos asociativos entre algunos proveedores y microempresarios, generalmente de intercambio de información. Un ejemplo de esta relación es el de los establecimientos de belleza, donde los proveedores desean difundir sus productos por medio de la capacitación a sus clientes. Así, en este caso, la formación sirve como medio y fin de intereses asociados.

La mayor parte de los consultados conoce a las principales organizaciones de capacitación en sus países (aunque en diferentes grados) y en varios casos tiene percepciones sobre ellas. En lo que respecta al diseño de los programas de apoyo y formación, los dueños de microempresas en la Subregión consideran que éstos pueden ser mejorados sustancialmente si: los temas que abordan son relevantes para su práctica, los precios de éstos son accesibles, se ofrecen en horarios viables a su disponibilidad de tiempo y preferiblemente, son impartidos por otros microempresarios (quienes pueden conocer mejor sus necesidades). Además, expresaron que los programas de formación deben contener técnicas de enseñanza teórico-prácticas y deben ser dirigidos a empresarios de una misma rama y con niveles educativos similares.

En general hay disposición a contribuir financieramente con la formación, siempre que se cumplan las condiciones antes señaladas y que los horarios sean viables a su disponibilidad de tiempo.

Consideran que la capacitación no debe ser tan general sino que debe estar enfocada a la actividad, se deben desarrollar indicadores que permitan evaluar el provecho que se le extrae a estas actividades por parte de los involucrados. El mejorar sus conductas empresariales es clave tanto para sus relaciones humanas como con el mercado y es el principio de una actividad productiva próspera.

⁷⁷ Lo cual nos lleva un problema más complejo que tiene que ver con la relación entre empresarios y trabajadores.

De esta forma, los *focus groups* fueron el mecanismo para indagar respecto de las características y condiciones en las que los propietarios de la microempresa desarrollan sus actividades. Sus percepciones respecto del éxito empresarial y las condiciones para lograrlo fueron parte de la información recogida como insumo para la segunda parte de la investigación. Asimismo, se indagaron sus opiniones respecto del valor de la formación, etc., y como el lugar que ocupa entre sus prioridades cede ante otras necesidades del día a día.

Finalmente, la información recogida en los *focus groups* contribuyó a darle forma final a la encuesta que se aplicó igualmente en los 7 países objeto del estudio. Los resultados de la encuesta se analizan en el siguiente apartado.

3.2 Resultados de las encuestas

En esta parte del estudio se hace un uso intensivo de la encuesta que fue documentada en el marco metodológico. Esta herramienta se elaboró con base en la información descrita en el marco analítico, así como de la información recogida en los *focus groups* desarrollados en todos los países de la muestra (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana).

Esta sección trata de profundizar, en primer lugar, en el conocimiento sobre el microempresario y la microempresa, sus antecedentes y motivaciones, rasgos de personalidad del propietario, problemática y como enfrentan la capacitación como mecanismo para incrementar la competitividad de sus negocios. A la vez, busca establecer líneas de acción futura en el ámbito de la capacitación basadas en la información recopilada.

Para su mejor implementación, esta herramienta de medición (encuesta) cuenta con varias secciones⁷⁸:

- (i) Información general de la empresa
- (ii) Administración del negocio
- (iii) Expectativas –personalidad
- (iv) Equipamiento
- (v) Resultados –expectativas del negocio / problemática empresarial
- (vi) Capacitación
- (vii) Rasgos de personalidad del dueño
- (viii) Características de los dueños y empleados

Todas ellas se enfocan a dar mayor luz sobre la situación del empresario y su negocio, los aspectos internos de la empresa, así como sus relaciones con el entorno. Asimismo, y a través de cruces de información se busca examinar si existen relaciones entre las conductas del empresario con resultados en la empresa, sus expectativas, etc.

⁷⁸ Ver cuestionario de la encuesta en el anexo.

La información que contiene la segunda parte de este capítulo, se extrae de las encuestas realizadas a 1075 microempresas en los siete países antes mencionados y según los requerimientos planteados en la parte metodológica.

Desde el punto de vista de la encuesta, y a pesar de la división establecida originalmente en la misma, se establece (con fines del análisis) una estructura de cuatro partes para su desarrollo en el presente capítulo. La primera se refiere a la empresa y sus características. En ella se indagan algunos aspectos generales de las mismas como sectores donde se ubican, el tamaño de las unidades, orígenes de la empresa, etc. Igualmente, se incluye la descripción de asuntos relacionados con la innovación, equipamiento, financiamiento, sistemas de contabilidad empleados, entre otros. La segunda parte se enfoca en el perfil del empresario, sus rasgos de personalidad y sus expectativas, así como las características de sus empleados. En la tercera parte se aborda la problemática empresarial desde una perspectiva interna y externa. Finalmente en la cuarta sección se abordan los temas vinculados a la capacitación, tomando en cuenta que es el eje fundamental del estudio.

Esta organización de información estructura de mejor forma las características del empresario y la empresa, su problemática y necesidades formativas. El propósito es establecer una serie de conclusiones y recomendaciones que conduzcan a una agenda de desarrollo empresarial para estas unidades económicas.

3.2.1 Características las unidades económicas estudiadas

En esta parte se establece la información general de la empresa. Se presentan aspectos tales como el número de trabajadores, la antigüedad del negocio, el sector, la región, el tipo de local y su equipamiento, aspectos administrativos y contables, su acceso al financiamiento, innovación, etc.

Para una adecuada comprensión del tema, éste se ha dividido en los siguientes acápite:

- i.** Generalidades
- ii.** Equipamiento
- iii.** Innovación
- iv.** Financiamiento
- v.** Manejo de los inventarios y la contabilidad

Lo anterior no tiene el objetivo de establecer una tipificación de las microempresas de Centroamérica y República Dominicana, tanto como identificar algunos rasgos comunes en estas unidades económicas para los países de la muestra.

Generalidades

Tal como se apuntó al inicio, las unidades económicas que participaron en la muestra pueden ser definidas como microempresas. Se solicitó expresamente que la muestra considerara solo las unidades económicas que contaran con entre tres y ocho trabajadores (incluyendo al dueño), así como que tuvieran un local. El objetivo es minimizar la presencia de las llamadas microempresas

de subsistencia, que por lo general no tienen más de dos trabajadores, y son, probablemente, objeto de intervenciones de política pública distintas a las planteadas por este estudio.

Las empresas encuestadas pertenecen a cuatro sectores: comercio, servicios, hoteles y restaurantes, e industria manufacturera. La participación de las ramas de actividad en la muestra de microempresas estudiadas en cada país se trató de ajustar a su estructura productiva. El rango de edad va de los 18 años hasta los 75, inclusive (a pesar de que en la definición inicial de la muestra el rango solicitado fue de 18 a 60 años). Se procuró dar énfasis a los segmentos más jóvenes, en razón de una hipotética mayor propensión a la capacitación en este grupo. Sin embargo, y como se verá mas adelante, la mayoría de los propietarios se encontraban en rangos de edad superiores a los treinta años.

La distribución por sector y número de trabajadores de los 1075 negocios encuestados se presenta en el cuadro 3.3.

Cuadro 3.3
Sectores y número de empleados regulares de los establecimientos encuestados por país
(porcentajes)

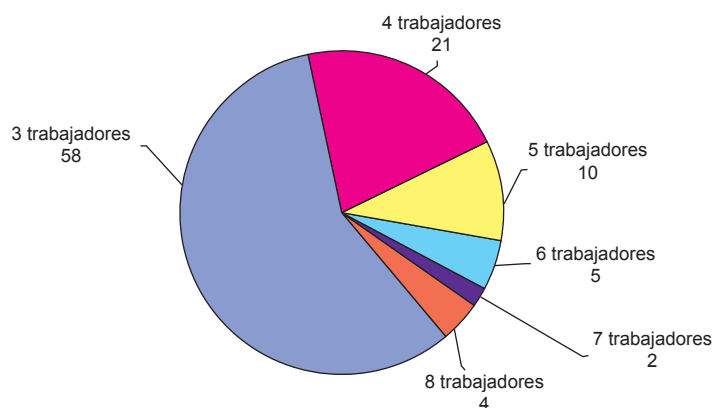
	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Sector</i>								
Comercio	46,7	30,1	50,0	49,7	48,3	49,3	33,5	44,0
Industria manufacturera	10,0	32,5	24,0	22,9	10,6	8,0	21,5	19,0
Hoteles/Restaurantes	27,3	30,7	26,0	16,3	25,8	22,0	25,3	25,0
Servicios	16,0	6,7	0,0	11,1	15,2	20,7	19,6	13,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Número de empleados regulares</i>								
3	69,3	59,5	49,3	47,1	60,9	47,3	67,1	57,3
4	20,0	20,2	23,3	21,6	19,2	22,7	22,8	21,4
5	8,0	9,2	12,0	12,4	7,9	16,7	5,7	10,2
6	2,0	5,5	5,3	9,8	5,3	4,0	2,5	4,9
7	0,0	1,8	5,3	2,0	2,6	2,7	0,0	2,0
8	0,7	3,7	4,7	7,2	4,0	6,7	1,9	4,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Con base en la muestra, se exploraron un conjunto de variables que permiten establecer características interesantes de este grupo de empresas y que, probablemente, pueden ser representativas de la realidad microempresarial de la Subregión.

Los resultados en cuanto a tamaño de empresas a nivel agregado se muestran en el gráfico 3.1. Como se observa, las unidades económicas con menor número de trabajadores son las predominantes (solo entre las de tres y cuatro trabajadores se encuentra el 79% de la muestra), mientras que las de entre 6 y 8 trabajadores no representan más del 11% de todas las unidades entrevistadas. Si se repara a la situación particular de cada país, se confirma que la moda de la muestra se encuentra en las unidades de tres trabajadores (Cuadro 3.3).

Gráfico 3.1
Número promedio de trabajadores por unidad económica en la Subregión
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizados por CID Gallup, 2007.

Las actividades económicas representadas en el segmento estudiado pertenecen primordialmente al sector comercial y de hotelería y restaurantes (Gráfico 3.2). Lo anterior es coincidente con una serie de estudios sobre la actividad microempresarial que enfatiza el peso relativo de las actividades comerciales, de gran facilidad de entrada (y salida), así como de poca complejidad (en general, estas actividades no requieren de una gran calificación de la fuerza laboral, lo cual se traduce en salarios bajos, poca productividad y escaso valor agregado)⁷⁹. A la vez, las actividades hoteleras y de restaurantes son reflejo de la creciente movilidad de la industria turística en la Subregión. El Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) señala que el incremento en el número de turistas en la región entre el 2002 y 2006 ha sido de un 10% anual, mientras que el ingreso de divisas ha crecido un 15%.

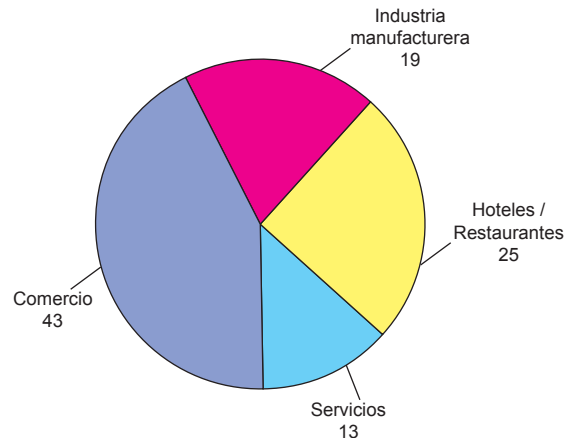
A nivel de los países, esta información se ve afectada en función de sus actividades económicas predominantes, como se ve en cuadro 3.3. Sin embargo, las actividades comerciales son las que se observan de manera más recurrente (salvo en el caso de El Salvador). Sobre la estructura

⁷⁹ Arroyo, Jorge y Nebelung, Michael (eds.) (2002). La micro y pequeña empresa en América Central: realidad, mitos y retos, GTZ/PROMOCAP, PROMICRO/OIT, San José, Costa Rica, junio, p. 50.

sectorial, cabe señalar que fueron 107 los rubros que los empresarios señalaron como respuesta a la pregunta, *¿cuál es la principal actividad económica a la que se dedica su empresa?* (pregunta 4 del cuestionario). Los que más destacaron fueron los siguientes:

- (i) venta de alimentos (incluye venta de comidas y bebidas – 14,4%),
- (ii) venta de ropa (10,5%),
- (iii) hospedaje (6,1%),
- (iv) venta de abarrotos (5,6%),
- (v) estilista/sala de belleza (4,4%) y
- (vi) elaboración de ropa (3,5%).

Gráfico 3.2
Distribución de los sectores encuestados en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Elas representan casi el 45% de todas las actividades mencionadas por los encuestados. El resto corresponde a una amplia variedad de ámbitos relacionados con las ventas (tapicería, calzado, juguetes, cosméticos, productos de limpieza, etc.), hasta rotulaciones, talleres de enderezado y pintura, servicios médicos, café Internet, elaboración de sombreros, cerrajería, arreglo de tuberías, etc. Como se puede apreciar, es muy difícil tipificar a las unidades económicas microempresariales en un pequeño conjunto de actividades.

Con fines analíticos, se agrupó a los emprendimientos según el número de empleados y sectores, para lo cual se establecieron tres intervalos de tamaño de empresa (3 empleados, 4-5 empleados, y 6-8 empleados). Los resultados mostrados en el cuadro 3.4 dejan ver una interesante correspondencia entre el tamaño de la empresa y el sector.

Mientras más pequeñas son las unidades económicas, se aprecia un mayor peso de los negocios relacionados al comercio, lo cual tiende a modificarse conforme estas crecen. Lo mismo pasa con los servicios (aunque en menor proporción). Esto podría relacionarse a la baja complejidad de instalación de una actividad de este tipo, así como a su reducida necesidad de mano de

obra. Lo contrario se observa en el caso de la manufactura (y en menor medida en hoteles / restaurantes). Éstas, por ser actividades de mayor complejidad, no encontrarían un óptimo de producción a niveles bajos de ocupación, por lo que ellas tenderían a orientarse en los estratos de mayor empleo.

Cuadro 3.4
Establecimientos según sector por intervalo de empleados en la Subregión
(porcentajes)

	3 empleados	De 4 a 5 empleados	De 6 a 8 empleados	Total
Comercio	48,5	39,4	31,1	43,7
Industria Manufacturera	15,7	20,0	30,3	18,7
Hoteles / Restaurantes	21,8	28,8	29,4	24,8
Servicios	14,0	11,8	9,2	12,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	616	340	119	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Otra variable indagada fue la edad de los establecimientos. Esto permitió constatar que la mayor parte de las empresas son jóvenes (Gráfico 3.3). Del total de establecimientos, más del 38% tiene menos de 6 años de haber sido fundados, mientras que un 27% se encuentra en un rango de entre 6 y 10 años, y casi un 30% tiene 11 años o más. Llama la atención este último porcentaje en la medida de que en muchos estudios sobre microempresa, se expresa que estas unidades en general tienen una gran rotación, y muchas veces no sobreviven a los primeros dos años. En el caso de Ecuador⁸⁰, el 52% de las microempresas tienen menos de 5 años, mientras que los micronegocios en México, el 43% tiene hasta 5 años de creación, 25% entre 6 y 10 años, y 33% más de 11 años⁸¹. De esta forma, no es tan claro el argumento respecto de la precariedad de las microempresas si al menos la mitad logra superar la barrera de los 5 años.

Dentro de los países este comportamiento se mantiene (cuadro 3.5). Es muy llamativo observar la presencia de un grupo importante de empresas con 11 o más años en el mercado. Esto es particularmente visible en Nicaragua (45,1%) y Costa Rica (38,4%), en donde parece existir un conjunto consolidado de microempresas que podrían denominarse como “maduras”.

A pesar de ello, los datos señalan que fundamentalmente en todos los países estas unidades económicas son muy jóvenes (38,2% en promedio), con porcentajes significativos en Panamá (54%) y Guatemala (41,3%). Ello muestra un hecho conocido respecto de la juventud de la actividad económica microempresarial. Más del 65% de todas las unidades económicas tiene 10 o menos años. En otros estudios sobre pequeñas y medianas empresas⁸², solo el 32% de las

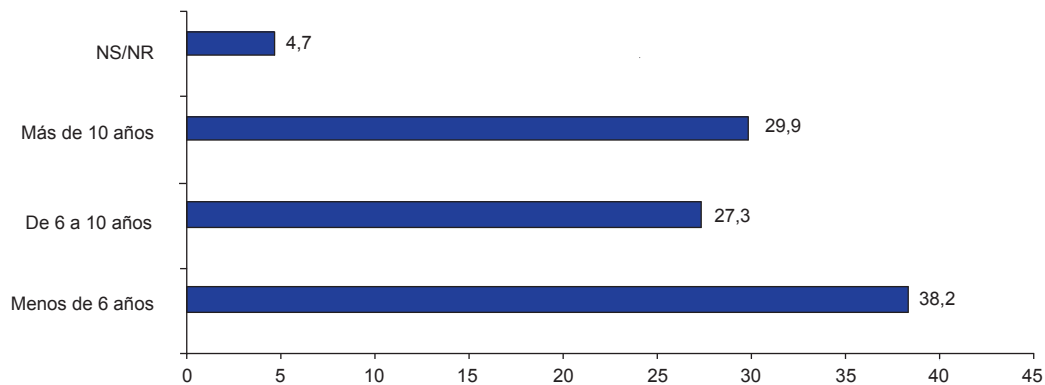
⁸⁰ BID (2006). La microempresa en el Ecuador, perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo, BID, Quito, Ecuador, p. 19.

⁸¹ INEGI (2002). Encuesta de Micronegocios, Ciudad de México, México.

⁸² Zevallos (2007), p. 27.

firmas tiene menos de 10 años. Ello consolida la idea de que las empresas de mayor tamaño relativo tienden también a contar con más tiempo en la actividad económica, y por lo tanto, puede ser un indicador de estabilidad y solidez.

Gráfico 3.3
Antigüedad de los establecimientos en la Subregión
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Cuadro 3.5
Antigüedad de los establecimientos por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR	2,0	14,1	4,7	0,7	0,0	0,7	9,5	4,7
Menos de 6 años	41,3	32,5	39,3	27,5	38,4	54,0	35,4	38,2
De 6 a 10 años	31,3	26,4	26,7	26,8	23,2	30,0	26,6	27,3
Más de 10 años	25,3	27,0	29,3	45,1	38,4	15,3	28,5	29,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

En este punto se realizó un cruce de información entre el año de fundación (modificando ligeramente los rangos de edad de la empresa) y el número de trabajadores para ver si existía algún tipo de relación entre las variables. El resultado puede verse en el cuadro 3.6.

Como puede apreciarse, la participación de los negocios de tres trabajadores tiende a disminuir con el incremento de los años de operación de las empresas; es decir, las empresas más jóvenes también son las que cuentan con menos trabajadores. Todo lo contrario se da en las empresas de mayor antigüedad (15 o más años). Con ello, se fortalece la idea de que las empresas que se consolidan en el mercado no pueden quedarse en un mismo tamaño.

Cuadro 3.6

**Tamaño de los establecimientos según años de fundación en la Subregión
(porcentajes)**

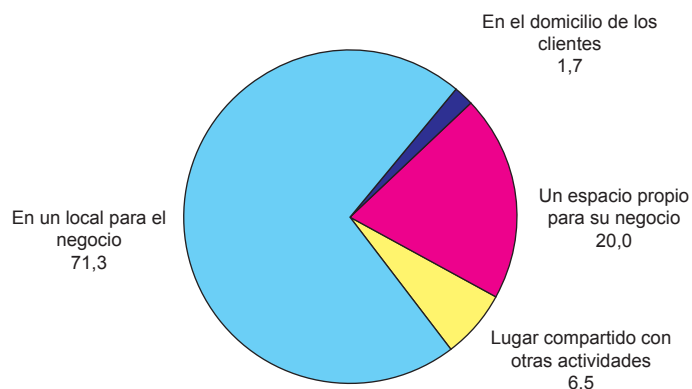
	3 empleados	De 4 a 5 empleados	De 6 a 8 empleados	Total
15 o más años	20,8	28,5	32,8	24,6
10 a 14 años	12,3	12,6	17,6	13,0
6 a 9 años	24,8	24,4	20,2	24,2
5 o menos años	42,0	34,4	29,4	38,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	616	340	119	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Otro tema importante incorporado en la encuesta es el lugar en donde se realiza la actividad económica. Esta variable permite conocer, en primera instancia, si el negocio cuenta con un local o si se trata de una actividad ambulatoria. A la vez, si se identificaba que la empresa operaba en un local, se indagó si éste era propio o alquilado, lo cual también ayuda a identificar si la actividad es de un carácter itinerante o más bien fija. Ello podría ser interpretado como una aproximación de cierta estabilidad.

Gráfico 3.4

**Lugar donde se desarrolla la actividad económica
(porcentajes)**



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresas realizada por CID Gallup, 2007.

De las respuestas recogidas sobresalen varios aspectos importantes (Gráfico 3.4). En primer lugar, el grueso de las unidades económicas encuestadas cuenta con un lugar independiente de la vivienda para su negocio (71%). Esto refuerza la perspectiva de permanencia del negocio. En segundo lugar, un 27% ha habilitado un espacio en su vivienda para su actividad productiva. En tercer lugar, solo un porcentaje mínimo (2%) trabaja en el domicilio de los clientes. Se observa, por tanto, que las actividades económicas desarrolladas por los entrevistados cuentan mayoritariamente con local propio y exclusivo para ellas. Lo anterior probablemente está

asociado a la escogencia de una muestra de unidades económicas con al menos tres trabajadores (lo cual de cierta forma puede liberar a la base de las actividades de carácter ambulatorio).

Cuadro 3.7
Lugar donde desarrollan la actividad económica los establecimientos por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
En el domicilio de los clientes	7,3	1,2	1,3	0,0	0,0	0,7	1,3	1,7
Un espacio propio para su negocio	40,0	19,6	12,7	28,8	4,0	19,3	19,0	20,5
Lugar compartido con otras actividades	11,3	4,3	6,7	6,5	2,6	1,3	12,7	6,5
En un local para el negocio	41,3	74,8	79,3	64,7	93,4	78,7	67,1	71,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Esto mismo se observa a nivel de cada uno de los países (Cuadro 3.7). En todos los casos se señala la presencia de local exclusivo para el negocio como la primera opción, aunque en el caso de Guatemala ésta casi es igual a la de un espacio en su domicilio exclusivo para la actividad. Sin embargo, se consolida el concepto del espacio independiente, consistente con actividades orientadas a permanecer en el tiempo. Esto fortalece también la información anterior respecto de la antigüedad de las empresas (más del 57% está por encima de los 6 años de antigüedad), con la necesidad de desarrollar inversiones para darle sostenibilidad a la actividad.

Otro aspecto importante asociado al anterior es el tipo de tenencia del lugar donde realiza la actividad económica (si es propio, alquilado, prestado, etc.- cuadro 3.8). La mayoría de estos locales son alquilados (56%), mientras que un 39% de los negocios tiene establecimiento propio. A nivel de países, donde se presenta el alquiler de manera más pronunciada es en Costa Rica (74,2%), Honduras (64,9%) y Panamá (63,1%). La presencia de locales propios es más importante en Nicaragua (64,1%), República Dominicana (44,2%), y El Salvador (42%).

En resumen, se puede apreciar que estas unidades económicas son de pequeño tamaño (la mayoría son de tres trabajadores), se encuentran ubicadas en actividades económicas tradicionales y de baja productividad (comercio). Son fundamentalmente emprendimientos jóvenes (5 o menos años), los cuales cuentan con un espacio independiente para el desarrollo de la actividad económica, que en su mayoría es alquilado. Éste es el perfil más frecuente de las unidades económicas que participan en el estudio y representan una realidad importante del estrato microempresarial.

Cuadro 3.8
Tipo de tenencia del lugar donde desarrollan la actividad económica
los establecimientos por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Propio	36,0	42,0	26,4	64,1	24,5	31,5	44,2	38,6
Prestado	15,1	1,9	2,0	2,0	0,0	2,7	2,6	3,6
Rentado	48,9	53,1	64,9	34,0	74,2	63,1	52,6	55,8
Lo comparte	0,0	3,1	6,8	0,0	1,3	2,7	0,6	2,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	139	162	148	153	151	149	156	1.058

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Equipamiento

Esta sección entra a analizar el tipo de equipo, maquinaria o herramienta que tiene el microempresario, así como la propiedad del mismo y la condición en que se encuentra. De la misma forma, busca detectar debilidades (o fortalezas) en el equipamiento de las microempresas que pueden impactar en el desempeño y productividad del negocio⁸³.

Al indagar sobre el equipo con que cuenta el negocio, la propiedad y condición del mismo, cerca del 80% de las unidades de la muestra expresó tener herramientas y utensilios, así como equipo y mobiliario, seguido de un 43,4% que cuenta con maquinaria actualizada y un 25% que afirma contar con maquinaria desactualizada o vieja (Cuadro 3.9). En todos los casos, más del 95% manifestó su propiedad sobre las mismas. Esta condición puede ser un indicativo de que los microempresarios han valorado la inversión como una forma que les permite competir en mejores condiciones que otras que no cuentan con equipo y herramientas para trabajar. En el caso de los países, en El Salvador se encuentran los porcentajes más altos de microempresarios que cuentan con equipamiento, mientras que en Guatemala y Nicaragua están en condiciones más desfavorables.

83 Para que los encuestados pudiesen responder más fácilmente a los ítems de esta sección, se les entregó una tarjeta con las siguientes definiciones:

- ← Herramientas y utensilios de trabajo: Se refiere a los instrumentos de trabajo que no requieren de fuerza motriz (eléctrica o de combustión interna) y que ayudan al hombre en la realización de sus actividades productivas. (martillos, serruchos, tijeras, cuchillos, vajillas, palas, llaves, etc.).
- ← Maquinaria: Instrumentos que funcionan a base de fuerza motriz, que transforman la materia prima modificando su dimensión, forma o textura.
- ← Equipo y mobiliario: Máquinas de oficina y muebles que apoyen las actividades específicas del negocio. En este rubro entran las licuadoras, los extractores de jugo, batidoras, hornos, planchas, equipo eléctrico manual de taller; taladros de mano, cautines, sierras eléctricas de mano, lavadoras y secadores de pelo, etc.
- ← Vehículos: Se refiere a todas aquellas unidades de transporte con que cuenta el negocio, en este rubro se registran bicicletas, motocicletas, carretones jalados por animales, automóviles, camiones, lanchas, etc.
- ← Licencias y otros permisos: Patentes, permisos de salud, venta de licores.

Cuadro 3.9
Equipamiento de los establecimientos por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Tiene herramientas y utensilios</i>								
Sí	58,0	87,1	79,3	79,1	80,1	85,3	93,0	80,5
No	42,0	12,9	20,7	20,9	19,9	14,7	7,0	19,5
Propio	100,0	97,9	97,5	96,7	99,2	96,9	97,3	97,8
<i>Tiene maquinaria actualizada</i>								
Sí	34,0	53,4	44,0	30,7	50,3	50,7	40,5	43,4
No	66,0	46,6	56,0	69,3	49,7	49,3	59,5	56,6
Propio	100,0	97,7	100,0	100,0	96,1	92,1	95,3	97,0
<i>Tiene maquinaria desactualizada</i>								
Sí	21,3	38,0	16,0	29,4	17,9	29,3	19,0	24,9
No	78,7	62,0	84,0	70,6	82,1	70,7	81,0	75,1
Propio	93,8	96,8	100,0	100,0	92,6	90,9	93,3	95,3
<i>Tiene equipo y mobiliario</i>								
Sí	78,0	87,7	96,0	73,2	94,0	85,3	65,2	83,1
No	22,0	12,3	4,0	26,8	6,0	14,7	34,8	16,9
Propio	97,4	95,8	97,9	97,3	94,4	91,4	95,1	95,5
<i>Tiene vehículo</i>								
Sí	37,3	55,2	56,7	47,1	43,0	43,3	31,0	44,8
No	62,7	44,8	43,3	52,9	57,0	56,0	69,0	55,1
Propio	100,0	98,9	98,8	98,6	100,0	96,9	98,0	98,8
<i>Tiene licencias y permisos</i>								
Sí	74,7	72,4	62,7	87,6	93,4	93,3	38,6	76,3
No	25,3	27,6	37,3	12,4	6,6	6,7	61,4	23,7
<i>Tiene computadoras</i>								
Sí	20,7	32,5	26,0	23,5	35,1	26,0	17,1	26,3
No	78,7	67,5	74,0	76,5	64,9	74,0	82,9	73,6
<i>Tiene acceso a Internet</i>								
Sí	8,7	16,0	12,0	9,8	23,2	20,0	14,6	14,9
No	91,3	84,0	88,0	90,2	76,8	79,3	85,4	85,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Aunado a la característica anterior, sorprende que a pesar del reducido tamaño de la mayoría de las unidades estudiadas, el 76% de éstas tenga licencias o permisos de funcionamiento; aspecto que denota un fuerte rasgo de estabilidad en la actividad productiva que realizan y cierto grado de legalización en la misma. Los casos más significativos son los de Panamá y Costa Rica (arriba del 93%). Sin embargo en República Dominicana parece haber mayor grado de informalidad, ya que solo existe un 39% de cobertura. La alta tasa de tenencia de permisos y licencias puede obedecer a que este estudio no considera a las microempresas de dos o menos trabajadores, cuya tendencia a formalizarse es mucho menor. A manera de ejemplo, en una investigación en Ecuador realizada por USAID⁸⁴, se determinó que únicamente una cuarta parte de los negocios tenía licencias o patentes municipales, no obstante, el 86,7% de las microempresas contempladas estaban conformadas únicamente por el propietario o, como máximo, éste y un empleado. Esta información también es indicativa que el grado de formalidad puede estar asociado al tamaño de la unidad económica.

Otro elemento que se exploró fue el uso de las computadoras y acceso a Internet en los establecimientos encuestados. En distintos ámbitos se ha resaltado que su incorporación contribuye a mejorar la competitividad de las empresas. A pesar de esto, se observa el poco empleo que los encuestados les dan a las mismas, pues solo el 26,3% cuenta con una computadora en su negocio y cerca del 15% tiene acceso a Internet. Costa Rica y El Salvador se ubican por encima del promedio regional en cuanto a la tenencia de computadoras con un 35% y 32% respectivamente, pero mantienen un acceso limitado a Internet (con un 23% y 16% respectivamente).

Un estudio realizado por el Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de la Entidad Pública Empresarial Red.es a microempresas en España en el 2006, determinó que casi el 61% de las microempresas en ese país tiene computadora y el 45% acceso a Internet. Así pues, se encuentra un rezago evidente y por tanto una desventaja de las microempresas de la Subregión en comparación a España y probablemente otras regiones del mundo, aspecto que se plantea como un reto en cuanto a las posibilidades de crecimiento de este estrato en relación a otros que utilizan más este tipo de tecnología.

Entre las ramas de actividad se observa que el uso de herramientas y maquinaria actualizada o desactualizada está más extendido en la industria manufacturera y servicios (Gráfico 3.5). En el sector servicios cerca de 6 de cada 10 empresas tienen acceso a maquinaria actualizada.

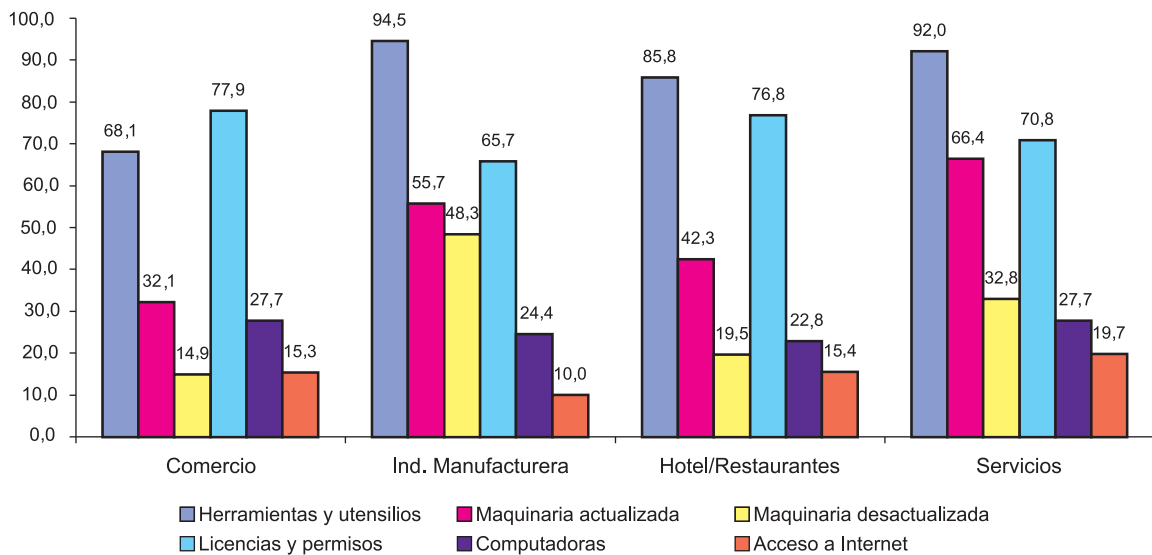
Otro aspecto a destacar es el uso de licencias y permisos, donde a pesar de que el porcentaje es relativamente similar para todos los sectores, resaltan los casos de comercio y hoteles / restaurantes con un 78% y 77%, respectivamente. Esta situación se entiende por cuanto este tipo de negocios está más expuesto a controles legales para su funcionamiento.

A nivel sectorial no se encuentran diferencias en el uso de las computadoras, pero sí en cuanto al acceso a Internet. Para el caso de los servicios, un 19,7% de los que expresaron contar con equipo tienen acceso, mientras que en la industria manufacturera apenas el 10% así lo indica,

⁸⁴ USAID (2005). Microempresas y microfinanzas en Ecuador; Quito, Ecuador; marzo.

situación que también es entendible en la medida que en el primer sector se encuentran varios negocios relacionados con café Internet y venta de servicios.

Gráfico 3.5
Equipamiento de los establecimiento según sector en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Finalmente, es importante que el microempresario sea consciente de que invertir en equipo, maquinaria y herramientas le ayuda a adaptarse más fácilmente a las nuevas exigencias del mercado y, por consiguiente, ganar ventaja comparativa en relación a aquéllos que no cuentan con esos instrumentos.

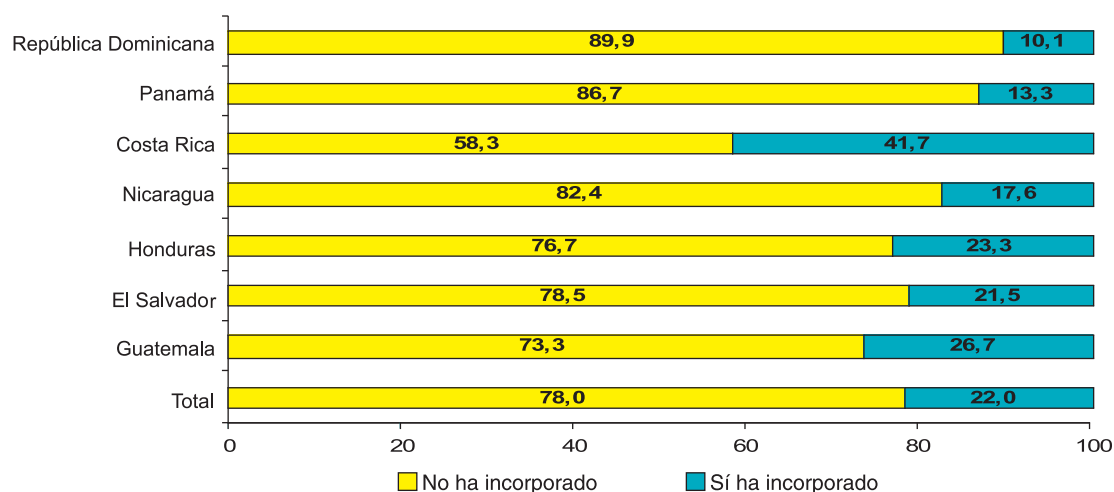
Innovación

Éste es, sin duda, uno de los temas críticos en cualquier estudio sobre desarrollo empresarial. Solo mediante la innovación es posible sostener la actividad económica. Por ello, la importancia de conocer sobre sus prácticas y la continuidad innovadora de los empresarios.

Debido a la relevancia de este tema, se quiso averiguar si las empresas involucradas en el estudio habían implementado algún tipo de innovación; sea en las técnicas de organización y gestión, o nuevas tecnologías en los últimos tres años. Y dada una respuesta positiva, se intentó precisar acerca del tipo de cambio introducido. También se combinaron algunas variables para investigar algunos patrones entre estas mejoras y el sector, la edad, y el tamaño de la empresa, entre otras.

Tal como se consideraba *a priori*, la gran mayoría de las respuestas fueron negativas (Gráfico 3.6). El tema de la innovación no es aún parte de las prácticas de las microempresas, y probablemente ello tenga que ver con el relativo estancamiento del estrato micro.

Gráfico 3.6
Incidencia de innovaciones en los establecimientos por país
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresas realizada por CID Gallup, 2007.

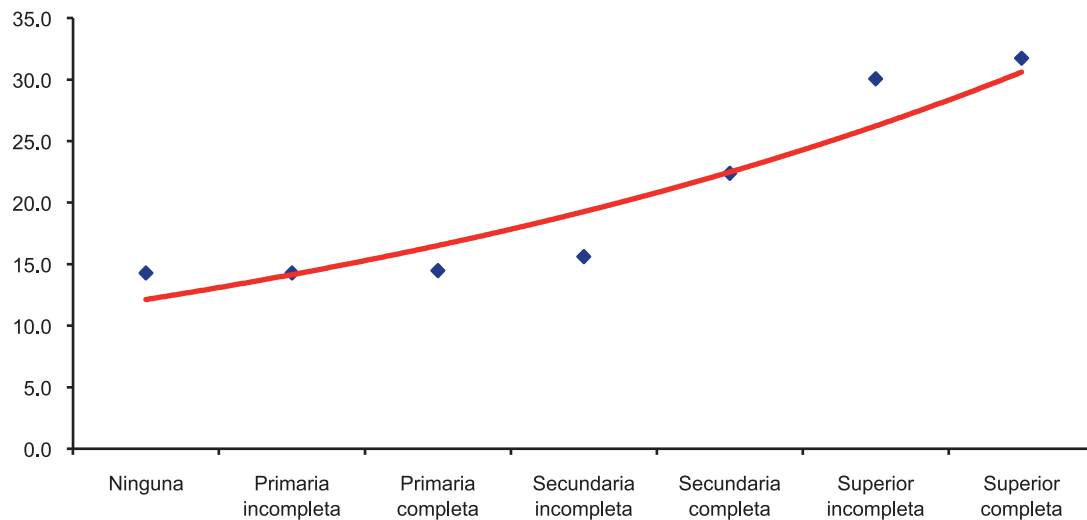
Como se ve en la gráfica, el 78% dijo no haber emprendido un proceso innovador de ningún tipo, mientras que solo un 22% afirmó hacerlo. A nivel de los países, según las respuestas de la muestra, el más innovador sin lugar a dudas fue Costa Rica (41,7% de respuestas positivas), mientras que el menos innovador fue República Dominicana (10,1%).

De los 1075 responsables de empresas que respondieron la encuesta, únicamente 236 señalaron haber desarrollado innovaciones de algún tipo. Por ello, se quiso establecer si la variable innovación se encontraba asociada a alguna otra característica de la empresa o empresario.

Primero se relacionó la incidencia de las innovaciones con el nivel educativo del empresario. El gráfico 3.7 muestra cómo la proporción de respuestas positivas a la innovación (en el eje vertical) aumenta con incrementos sucesivos en los años de educación del jefe (eje horizontal). Entre los que no tienen educación del todo, solo un 14,3% emprendió innovaciones, esa tasa pasa a un 22,4% entre aquellos con estudios secundarios completos, hasta llegar a un 32% para los que completaron la educación superior. Esto es consistente con lo señalado en el marco teórico sobre la importancia de la educación en el desarrollo de competencias.

También se buscó conocer un poco más respecto de los sectores involucrados en la muestra y si había algunos más innovadores que otros, así como si el tamaño de la empresa tenía alguna relación con la innovación.

Gráfico 3.7
Porcentaje de los establecimientos que realizaron innovaciones por nivel de educación del jefe en la Subregión



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En el cuadro 3.10 se observa una relación positiva entre la incidencia de innovaciones y el tamaño del negocio. En términos de sector no existen grandes diferencias en la tendencia a introducir cambios o innovaciones, excepto en hoteles y restaurantes (quienes tienen una tasa debajo del promedio). Pero al introducir la variable tamaño de empresa dentro del sector, el crecimiento de las empresas es también el detonante de la innovación. Esto se manifiesta de manera más contundente en el caso de la manufactura. Es posible que los procesos de innovación en esta actividad tengan una escala mínima óptima y ésta se logre a mayor nivel de empleo.

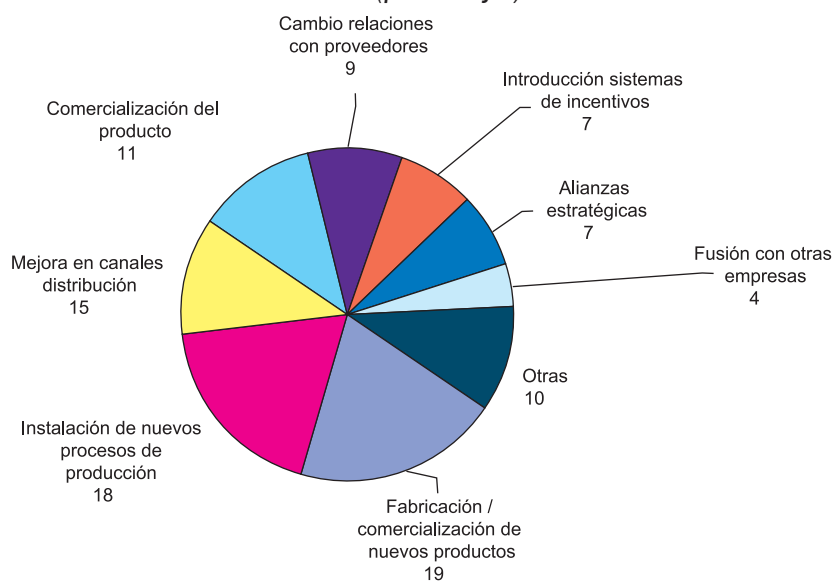
Cuadro 3.10
Incidencia de innovaciones según tamaño y sector del establecimiento (porcentajes)

	No	Sí	Total de respuestas
<i>Tamaño de establecimiento</i>			
3 empleados	81,5	18,5	616
De 4 a 5 empleados	75,6	24,4	340
De 6 a 8 empleados	67,2	32,8	119
<i>Sector</i>			
Comercio	75,3	24,7	470
Industria manufacturera	76,6	23,4	201
Hoteles/Restaurantes	85,0	15,0	267
Servicios	75,9	24,1	137
Total	78,0	22,0	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

De otro lado, a quienes respondieron afirmativamente sobre las innovaciones, se les preguntó sobre el tipo de mejora desarrollada en su empresa (sea de gestión, tecnológica o de cualquier otro tipo), en los últimos tres años. Las respuestas tanto a nivel regional como de cada país muestran una interesante variedad de innovaciones como se ve en el gráfico 3.8.

Gráfico 3.8
Tipo de innovación introducida en los establecimientos de la Subregión
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresas realizada por CID Gallup, 2007.

A nivel de toda la Subregión, las innovaciones en cuanto a fabricación / comercialización de nuevos productos aparecen en primer lugar (19,1%), seguidas de la instalación de nuevos procesos de producción (17,8%), mejoras en canales de distribución (15,3%), comercialización de producto (11%), cambio en relaciones con proveedores (8,9%), entre otras.

En el cuadro 3.11, no obstante, se observan diferentes énfasis de acuerdo a los países. Por ejemplo, en Guatemala, la innovación más importante se dio en la fabricación / comercialización de nuevos productos, mientras que en El Salvador el énfasis fue en mejoras en comercialización y canales de distribución. En Honduras fue en la instalación de nuevos procesos de producción, mientras que en Nicaragua fueron mejoras en los canales de distribución. Costa Rica tuvo un fuerte énfasis en la instalación de nuevos procesos de producción así como en fabricación / comercialización de nuevos productos. Panamá mejoró en canales de distribución y República Dominicana enfatizó la instalación de nuevos procesos de producción.

Como se aprecia en el cuadro 3.11, hay una gran variedad de conceptos asociados a la innovación. Pero es clara la proclividad a introducir cambios relacionados a la gestión de las empresas, esto probablemente debido a que muchas microempresas se encuentran insertas mayoritariamente en actividades comerciales. También es interesante señalar los conceptos asociados a la innovación que se observan entre los empresarios entrevistados.

Cuadro 3.11
Tipo de innovación más importante que han introducido
los establecimientos por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ninguna	5,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Fusión con otras empresas	7,5	5,7	5,7	3,7	3,2	0,0	0,0	4,2
Alianzas estratégicas	0,0	5,7	2,9	14,8	7,9	5,0	18,8	6,8
Comercialización del producto	10,0	17,1	14,3	18,5	6,3	10,0	0,0	11,0
Mejoras en canales de distribución	15,0	17,1	11,4	25,9	7,9	30,0	12,5	15,3
Cambio en relaciones con proveedores	2,5	8,6	11,4	11,1	7,9	10,0	18,8	8,9
Introducción de sistemas de incentivos	0,0	14,3	11,4	7,4	4,8	10,0	0,0	6,8
Fabricación/comercialización de nuevos productos	35,0	14,3	11,4	11,1	25,4	15,0	0,0	19,1
Instalación de nuevos procesos de producción	7,5	14,3	17,1	7,4	28,6	20,0	25,0	17,8
Anuncios	5,0	0,0	5,7	0,0	0,0	0,0	6,3	2,1
No subir precios	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Remodelaciones	2,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	18,8	1,7
Servicio al cliente	7,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3
Informática	0,0	2,9	2,9	0,0	7,9	0,0	0,0	3,0
NS/NR	0,0	0,0	5,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	40	35	35	27	63	20	16	236

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

En ese sentido vale la pena señalar que las opciones ofrecidas originalmente fueron las siguientes:

- Fusión (unión) con otras empresas
- Alianzas estratégicas (relación, coordinación, contacto) con otras empresas
- Comercialización del producto o servicio en otros mercados
- Mejoras en los canales (formas) de distribución de los productos o servicios
- Cambios en las relaciones con los proveedores / clientes
- Introducción sistemas de incentivos (estímulos) mejorar la productividad (eficiencia en producción)
- Fabricación y/o comercialización de nuevos productos o servicios
- Instalación de nuevos procesos de producción para mejorar la productividad u organizar la fabricación

■ Otras (especifique)

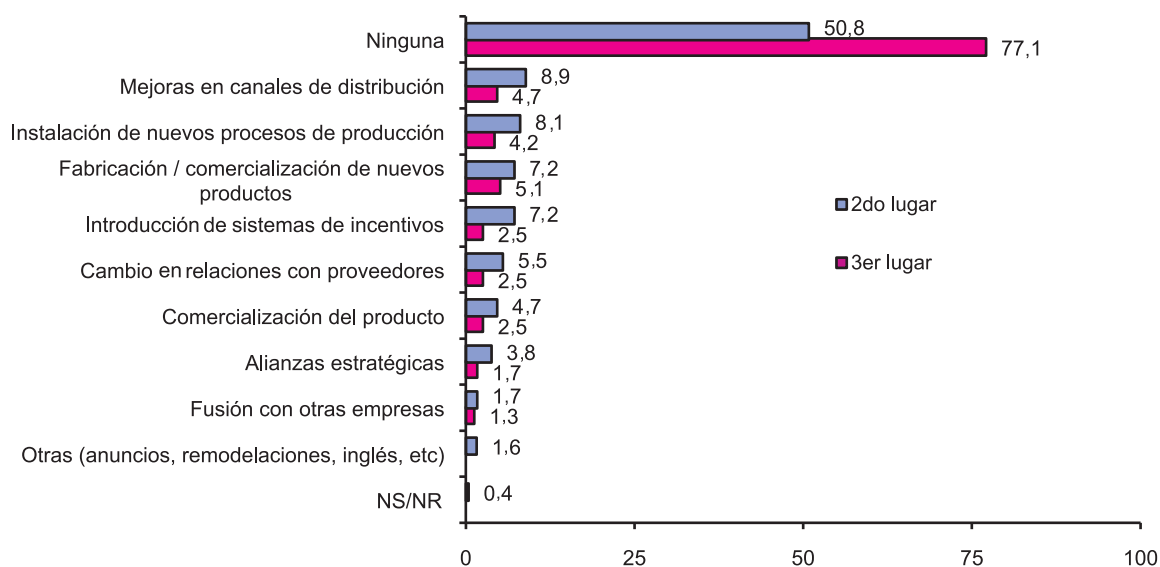
A estas opciones, los propietarios de los establecimientos agregaron otras que consideraron también como “innovaciones”:

- Anuncios
- No subir precios
- Remodelaciones
- Servicio al cliente
- Informática

Ante las alternativas ofrecidas en la encuesta, los empresarios establecieron también sus propios conceptos respecto de la innovación. Lo anterior señala que esta noción entre los microempresarios aparentemente es más simple de lo que se esperaba. Dadas las respuestas señaladas, su definición de la innovación parece cumplir un rol más operativo que estratégico en la empresa.

En el mismo tenor, y con el propósito de ahondar más a fondo en el tema, se averiguó sobre otras mejoras realizadas (además de la primera señalada), en segundo y tercer lugar. Los resultados de la indagatoria se pueden observar en el gráfico 3.9.

Gráfico 3.9
¿Qué otras innovaciones ha introducido?
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizada por CID/Gallup, 2007.

Como se observa con la ayuda del gráfico, quienes señalaron haber desarrollado innovaciones aparentemente solo realizaron una actividad en ese sentido. Al menos eso muestra la mayoritaria respuesta negativa en el segundo y tercer lugar. Los otros aspectos señalados estuvieron asociados a mejoras en canales de distribución, instalación de nuevos procesos de producción, etc.

Adicionalmente se buscaron establecer relaciones entre la educación del empresario, el sector y la antigüedad del negocio con el tipo de innovación desarrollada.

En primer lugar se analiza la relación entre el nivel educativo del empresario y el tipo de innovación desarrollada. Esta información se muestra en el cuadro 3.12.

Cuadro 3.12
Tipo de innovación más importante que han introducido los establecimientos por nivel educativo del jefe en la Subregión (porcentajes)

	Ninguna	Primaria	Secundaria	Superior	NS/NR	Total
Ninguna	0,0	3,6	0,9	0,0	0,0	0,8
Fusión con otras empresas	0,0	10,7	3,7	3,2	0,0	4,2
Alianzas estratégicas	0,0	3,6	5,6	8,6	33,3	6,8
Comercialización del producto	20,0	0,0	13,1	11,8	0,0	11,0
Mejoras en canales distribución	20,0	7,1	16,8	16,1	0,0	15,3
Cambio en relaciones con proveedores	20,0	3,6	11,2	7,5	0,0	8,9
Introducción de sistemas de incentivos	0,0	3,6	3,7	11,8	0,0	6,8
Fabricación/comercialización de nuevos productos	20,0	28,6	20,6	14,0	33,3	19,1
Instalación de nuevos procesos de producción	0,0	25,0	16,8	17,2	33,3	17,8
Anuncios	20,0	0,0	2,8	1,1	0,0	2,1
No subir precios	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0	0,4
Remodelaciones	0,0	7,1	0,0	2,2	0,0	1,7
Servicio al cliente	0,0	3,6	1,9	0,0	0,0	1,3
Informática	0,0	3,6	1,9	4,3	0,0	3,0
NS/NR	0,0	0,0	0,9	1,1	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	5	28	107	93	3	236

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Como puede observarse, y a pesar de lo reducido de la muestra, quienes tienen solo educación primaria se centran en la fabricación o comercialización de nuevos productos, instalación de nuevos procesos, y fusión con otras empresas fundamentalmente. Sin embargo, entre quienes tienen secundaria y/o educación superior las opciones son más variadas. Esto puede estar reflejando una mayor disposición por la innovación en varios ámbitos de la empresa conforme el nivel educativo del empresario aumenta.

También se observa que las alianzas estratégicas, la introducción de sistemas de incentivos y la informática son mejoras que se introducen en las empresas de manera creciente con el mayor nivel educativo del jefe. Lo anterior refleja también que el aumento en la educación puede estar vinculado a una mayor complejidad en la operación y, por tanto, demanda de innovaciones más “sofisticadas”, o que involucran otros agentes.

Sobre el mismo asunto se vieron también las innovaciones por sector. Ellas se encuentran en el cuadro 3.13. Es posible señalar la presencia de “innovaciones transversales”, es decir, mejoras que se dan en todo tipo de empresa. Entre ellas pueden señalarse mejoras en los canales de distribución, fabricación/comercialización de nuevos productos, etc. Adicionalmente se encuentran los cambios propios de cada actividad económica particular.

Cuadro 3.13

Tipo de innovación más importante que han introducido los establecimientos por sector de actividad en la Subregión (porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
Ninguna	1,7	0,0	0,0	0,0	0,8
Fusión con otras empresas	4,3	4,3	5,0	3,0	4,2
Alianzas estratégicas	8,6	4,3	7,5	3,0	6,8
Comercialización del producto	12,1	12,8	10,0	6,1	11,0
Mejoras en canales distribución	13,8	8,5	22,5	21,2	15,3
Cambio en relaciones con proveedores	13,8	4,3	5,0	3,0	8,9
Introducción de sistemas de incentivos	6,9	12,8	5,0	0,0	6,8
Fabricación / comercialización de nuevos productos	19,8	21,3	15,0	18,2	19,1
Instalación de nuevos procesos de producción	12,1	25,5	12,5	33,3	17,8
Anuncios	2,6	2,1	2,5	0,0	2,1
No subir precios	0,0	0,0	2,5	0,0	0,4
Remodelaciones	0,9	0,0	5,0	3,0	1,7
Servicio al cliente	0,0	2,1	2,5	3,0	1,3
Informática	3,4	0,0	2,5	6,1	3,0
NS/NR	0,0	2,1	2,5	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	116	47	40	33	236

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Finalmente se analizaron las relaciones que podrían existir entre la edad de la empresa y el tipo de innovación (Cuadro 3.14). La edad de la empresa es efectivamente una variable que ayuda a determinar su senda de crecimiento y aprendizaje. Temas como las alianzas estratégicas o la

comercialización de producto toman importancia conforme la empresa se hace más madura. Al mismo tiempo, el cambio en las relaciones con proveedores, la fabricación / comercialización de nuevos productos, la instalación de nuevos procesos de producción son avances en la organización importantes en los primeros años, pero que van perdiendo peso relativo conforme estas empresas maduran.

Cuadro 3.14

Tipo de innovación más importante que han introducido los establecimientos por año de fundación de la empresa en la Subregión (porcentajes)

	11 años o más	De 6 a 10 años	5 años o menos	Total
Ninguna	0,0	1,5	1,1	0,8
Fusión con otras empresas	3,7	4,5	4,6	4,2
Alianzas estratégicas	8,5	7,5	4,6	6,8
Comercialización del producto	18,3	9,0	5,7	11,0
Mejoras en canales distribución	19,5	11,9	13,8	15,3
Cambio en relaciones con proveedores	6,1	10,4	10,3	8,9
Introducción de sistemas de incentivos	8,5	4,5	6,9	6,8
Fabricación / comercialización de nuevos productos	14,6	22,4	20,7	19,1
Instalación de nuevos procesos de producción	13,4	20,9	19,5	17,8
Anuncios	1,2	0,0	4,6	2,1
No subir precios	0,0	0,0	1,1	0,4
Remodelaciones	2,4	1,5	1,1	1,7
Servicio al cliente	0,0	0,0	3,4	1,3
Informática	2,4	6,0	1,1	3,0
NS/NR	1,2	0,0	1,1	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	82	67	87	236

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

De esta forma, el tema de la innovación, siendo crítico para el desarrollo de las empresas, a veces no parece lograr la importancia que se merece en este segmento. La evidencia internacional muestra que la innovación en el producto puede ser una de las variables claves de las oportunidades de negocios, más importante que la competencia de precios o la diferenciación del producto⁸⁵.

En ese sentido, muchas veces son las restricciones de corto plazo (asociadas a las limitaciones financieras, la relación con el Estado, o las condiciones del entorno) las que aprisionan la capacidad del empresario de ver los problemas con una perspectiva de largo plazo. Por ello es que se considera al empresario como un individuo cortoplacista. Pareciera que la innovación

⁸⁵ Kantis, H. y otros (2005), p. 80.

toma un papel instrumental en la forma de conducción de la empresa, y no el papel estratégico del que debería ser parte fundamental.

Después del examen del proceso innovador dentro de los establecimientos, la próxima sección analiza tanto las fuentes de financiamiento para iniciar una actividad empresarial (también conocido como capital semilla), como las relacionadas al financiamiento de la propia operación de la empresa.

Financiamiento de las microempresas

El tema central de este acápite, se refiere al estudio de estrategias de financiamiento de las microempresas. Se estudia las modalidades utilizadas por los empresarios para financiarse, tanto para comenzar con su negocio (capital semilla), como para mantener las operaciones cotidianas de la empresa. La capitalización de estas unidades ha sido un tema recurrente en la discusión pública desde hace ya varios años. Cada vez es más evidente que el desarrollo de la gran mayoría de las empresas pasa por enfrentar el reto de diseñar mecanismos inteligentes y novedosos de acceso a recursos de capital.

La literatura sobre capital semilla muestra que los nuevos negocios se financian en su gran mayoría con recursos propios de los dueños⁸⁶. La relevancia que estos tengan en la composición de una inversión inicial puede depender de muchos factores como las condiciones de subsistencia en que viven los microempresarios (las cuales dificultan la acumulación de ahorros principalmente durante períodos de crisis económicas), o la presencia de mercados financieros poco desarrollados que tienden a desincentivar el ahorro.⁸⁷ Otro elemento de influencia puede ser el grado de aversión al riesgo de algunos individuos, el cual los hace inclinarse por el autofinanciamiento o préstamos de familiares o amigos en vez de buscar fuentes formales o comerciales de crédito⁸⁸. Adicionalmente se encuentra que simplemente el financiamiento externo no es necesario. Al respecto, Kantis (2005) señala que las empresas de áreas metropolitanas en América Latina consideran en un 31,3% que el financiamiento externo no fue necesario, contra un 29% de las empresas de carácter local⁸⁹. Entre esa razón y la aversión al riesgo (o preferir evitar el uso del crédito) se encuentra no menos del 65% de las razones por las cuales no se usa financiamiento externo. Pero igualmente, una dependencia demasiado alta de los ahorros propios podría ser un efecto del limitado acceso a otros medios de financiamiento como préstamos de bancos comerciales, así como un indicador del bajo nivel de inversión inicial con el que entran al mercado muchas unidades económicas.

El papel que juegan los recursos propios en la inversión inicial de la muestra encuestada también es manifiesto, ya que para 453 de los 1075 microempresarios estos fueron el principal recurso para fundar su empresa, lo que representa un 42% (Cuadro 3.15). Adicionalmente, se pidió a los dueños de las unidades económicas que indicaran una segunda fuente de financiamiento

⁸⁶ Kantis, H. y otros (2005), p. 92.

⁸⁷ Pretes, Michael (2002). "Microequity and microfinance", *World Development*, vol. 30, no. 8, pp. 1341-1353.

⁸⁸ Diagnóstico del Plan Nacional de Desarrollo del Ministerio de Planificación de Costa Rica, 1998-2002, <http://www.mideplan.go.cr/pnd/Plan19982002/Economico/Microempresa/index.htm>, mayo 2008.

⁸⁹ Kantis, H. y otros (2005), p. 72.

en el caso de que la hayan requerido. De nuevo, el autofinanciamiento ocupa el primer lugar registrando un 10,7% de las respuestas. De esta manera, 568 empresarios dijeron haber empleado ahorros personales como capital inicial, independientemente de si estos fueron la fuente principal o secundaria; es decir, un poco más de la mitad de los encuestados (53%).

Cuadro 3.15
Fuentes de financiamiento para iniciar el negocio
de los establecimientos en la Subregión
(porcentajes)

	Fuente principal	Fuente secundaria	Total ^{1/}
Ahorros personales	42,1	10,7	52,8
Institución bancaria	21,9	5,7	27,5
Préstamo/regalo de amigos o parientes	8,3	3,2	11,4
Crédito de proveedores	6,4	5,8	12,2
Prestamistas particulares	4,9	4,6	9,5
Heredó el negocio	4,4	1,5	5,9
Liquidación del empleo anterior	3,6	2,2	5,9
Otras fuentes ^{2/}	7,3	2,1	9,5
Remesas	1,0	1,5	2,5
Total	100,0	100,0	-
Total de respuestas	1075	1075	-

Notas:

1/ Los porcentajes en la columna de total se calculan como la suma de los porcentajes obtenidos por cada alternativa de financiamiento ya sea como opción principal o secundaria, razón por la cual la suma total no es igual al 100%.

2/ Incluye: cajas populares, crédito de clientes, no sabe o no responde, programa de gobierno, cooperativa, ninguna, el negocio no requirió inversión y reinversión.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

A pesar de esto, la importancia de los ahorros entre los empresarios del segmento estudiado es bastante baja si se compara con la de otros países (Cuadro 3.16). En México, por ejemplo, según la Encuesta Nacional de Micronegocios del 2002, aproximadamente 60% de establecimientos de entre 3 y 6 empleados dependieron del autofinanciamiento como su principal recurso para iniciar (comparado con el 42% de la muestra del presente estudio). En el caso de los Estados Unidos, la Encuesta a Dueños de Establecimientos del 2002 (que se refiere tanto a fuentes principales como secundarias), indica que el porcentaje de negocios entre 1 y 9 empleados que utilizaron ahorros personales es superior al 63% (comparado con el 53% para las empresas de este estudio, que incluye tanto la fuente principal como la secundaria).

Como segundo recurso se encuentran los créditos de instituciones bancarias comerciales (Cuadro 3.15). El 22% de los microempresarios los mencionó como recurso principal y el 6% los usó como complemento, traduciéndose en una participación total de este medio de 28%. Este aporte es bastante más pequeño si se compara con el de los ahorros personales. Normalmente los préstamos con la banca comercial no son la alternativa de financiamiento

más frecuentemente usada por las personas para iniciar un negocio, sino que es más apropiada para unidades económicas que ya están en funcionamiento y pueden afrontar el riesgo de un préstamo para expandir operaciones o para capital de trabajo. En el contexto de los países en desarrollo, la baja participación de las instituciones bancarias en el financiamiento se explica tradicionalmente por varias razones, entre ellas: la escasez de inversión de capital, la falta de sucursales en lugares remotos, o la incapacidad (o aversión al riesgo) de los individuos para asumir el riesgo de repago si la iniciativa falla⁹⁰. Según Maldonado (2005), en América Latina la relación entre el crédito al sector privado y el PIB fue cercana a 0,33% durante los años noventa, aproximadamente una tercera parte del tamaño promedio de la de los mercados crediticios de Asia Oriental y de los países desarrollados, lo que podría impedir que crezcan las empresas latinoamericanas ya existentes y, a la misma vez, limitar el surgimiento de otras nuevas⁹¹.

Cuadro 3.16
Fuentes de financiamiento para iniciar el negocio en México
y Estados Unidos, 2002
(porcentajes)

	México ^{1/}	Estados Unidos ^{2/}	
	3 a 6 empleados	1 a 4 empleados	5 a 9 empleados
Ahorros personales	63,3	66,6	63,6
Institución bancaria	1,8	18,4	27,0
Préstamo de amigos o parientes	16,8	12,2	13,9
Ninguna	-	15,4	13,2
Tarjeta de crédito	-	9,5	8,8
Inversionista	-	3,5	5,0
Programa de gobierno	1,2	2,6	4,2
Liquidación del empleo anterior	6,5	-	-
Crédito de proveedores	3,3	-	-
Prestamistas particulares	2,8	-	-
Otra fuente	2,0	-	-
Cajas populares	1,9	-	-
Crédito de clientes	0,3	-	-

Notas:

1/ Se refiere a la fuente principal de financiamiento.

2/ Se refiere a todas las fuentes empleadas, razón por la cual la suma total no es igual al 100%.

Fuentes: Para México: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática de México, Encuesta Nacional de Micronegocios, 2002. Para Estados Unidos: U.S. Census Bureau, Survey of Business Owners, 2002.

Una vez hecha esta observación, es paradójico el hecho de que la incidencia en el uso de los créditos de la banca comercial entre los dueños de establecimientos en la muestra (28%) es bastante similar a la que se da entre los de Estados Unidos, país al cual generalmente no se le asocian los rasgos anteriormente descritos (particularmente si se le compara con la participación

⁹⁰ Pretes (2002), p. 1342.

⁹¹ Maldonado, Enrique E. (2005). "Acceso de los hogares guatemaltecos al sistema financiero, desde la perspectiva de la pobreza", *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, no. 42, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/gt/index.htm>.

que tiene este tipo de créditos entre las microempresas estadounidenses de 5 a 9 empleados -27%). Ése peso llega a ser incluso menor entre los negocios de 1 a 4 empleados, con solamente un 18,4% (Cuadro 3.16). De esta manera, pareciera que el nivel de acceso a préstamos de bancos comerciales de los nuevos empresarios en la Subregión no es significativamente diferente al que enfrentan los estadounidenses. La diferencia, no obstante, radicaría en que el aporte de las instituciones financieras en el país del norte se complementa con una importante participación de las tarjetas de crédito como capital inicial cercana al 10%. Este recurso ni siquiera fue mencionado por los microempresarios de la Subregión, probablemente debido al bajo grado de bancarización de este segmento, sea como empresa o individualmente; así como el bajo uso de tarjetas de crédito entre este estrato.

Los ahorros y los préstamos con instituciones bancarias suelen complementarse con préstamos o regalos de amigos o parientes. Este medio ocupa un lugar importante entre los establecimientos entrevistados, 8,3% los mencionó como fuente principal (tercer lugar entre las fuentes principales) y un 3,2% como medio secundario, por lo que más de un 11% los utilizó para comenzar (cuarto lugar general, ver cuadro 3.15). La incidencia del empleo de este recurso es similar a la que se presenta en los Estados Unidos y bastante inferior a la de México, alrededor de un 13% y 17%, respectivamente.

Muchos proveedores ofrecen líneas de crédito a sus clientes para la compra de mercancías y de materias primas, consecuentemente, los microempresarios también podrían verse favorecidos por ello y emplear créditos o adelantos de los proveedores para iniciar sus negocios, en el caso de la muestra, 131 de los 1075 encuestados (12%) mencionó esta forma como capital semilla, convirtiéndole en la tercera en importancia a nivel general (Cuadro 3.15). Este resultado es interesante porque refleja el surgimiento de cadenas productivas; probablemente asociadas a la reputación personal del emprendedor (posiblemente ganada en su actividad económica previa), o familiar (si viene de una empresa de familia).

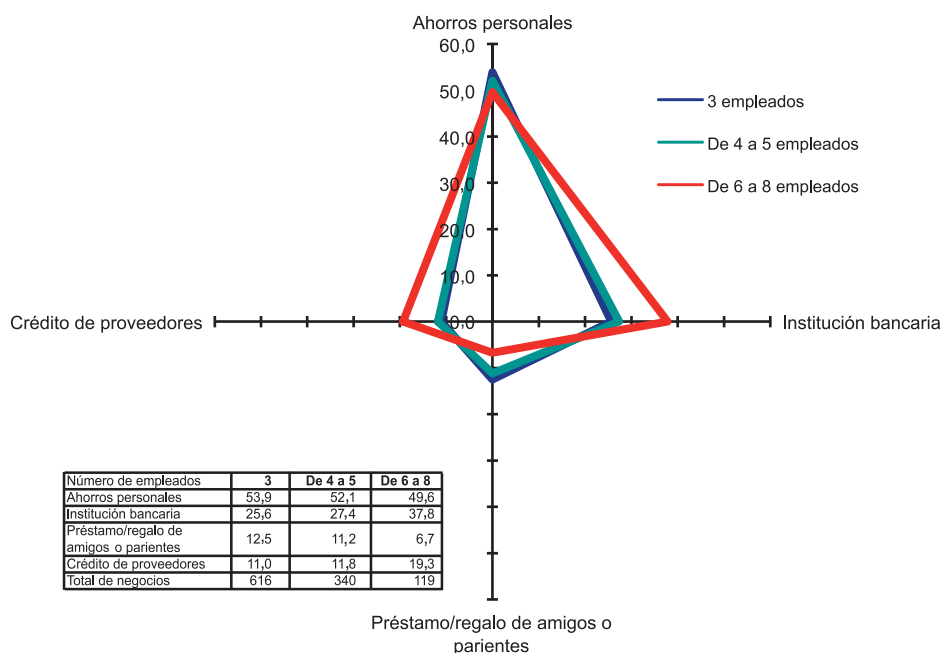
Otra posible fuente de recursos son los prestamistas particulares, pero solo el 10% de la muestra las utilizó para comenzar y solamente el 5% las mencionó como su recurso principal. En la mayoría de los casos las personas tienen pocos activos para poder responder por el préstamo, lo que reduce sus posibilidades de ser sujeto a crédito debido a que se incrementa el riesgo para los prestamistas. Además, las tasas de interés que estos ofrecen son en promedio muy altas, lo que los convierte en una opción poco atractiva para alguien que recién se inicia en el negocio.

Después de estas opciones los encuestados identificaron, en mucho menor medida, heredar el negocio, liquidación del empleo anterior, recurrir a las cajas populares, crédito de clientes, programa de gobierno, cooperativa, etc.

Mención aparte merecen las remesas. De la información recolectada se desprende que a pesar del importante papel que juegan éstas en el consumo de gran parte de la Subregión, únicamente 27 individuos (El Salvador y Guatemala, principalmente) las señalaron como recurso para iniciar operaciones; es decir, el 2,5% del total de los encuestados. Este es un indicador de lo que muestran los estudios sobre las remesas: que su uso se orienta básicamente al consumo.

A continuación se hará una descripción del gráfico 3.10, del cual se desprende un interesante vínculo entre el tamaño del establecimiento y las fuentes para iniciar una actividad económica. Realmente no parece haber mucha diferencia entre las unidades económicas de 3 trabajadores y las que tienen entre 4 y 5, ambos tipos de establecimientos comparten prácticamente la misma composición de medios de financiamiento, con un componente bastante alto de autofinanciamiento entre el 54% y 52%, respectivamente, seguido de las instituciones bancarias con alrededor de 26% y 27%, apareciendo en un tercer lugar los préstamos o regalos con un peso entre 7,6% y 9,4%.

Gráfico 3.10
Fuentes de financiamiento de los establecimientos
por tamaño del negocio en la Subregión^{1/}
(porcentaje de los negocios de determinado tamaño que utilizaron cada fuente)



Nota:

1/ Incluye a la fuente principal y secundaria.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

No obstante, se aprecian cambios substanciales en la estructura de las empresas más grandes. En primer lugar, la probabilidad de que el jefe de un establecimiento de 6 a 8 empleados recurra a préstamos con la banca comercial es aproximadamente 11 puntos porcentuales superior (38%) a la de los de negocios más pequeños (de 3 a 5 empleados). En segundo lugar, se puede ver una propensión más alta a utilizar los créditos de proveedores, ya que estos llegan a una participación de 19%. Paralelamente, la importancia de los ahorros personales y la de los préstamos o regalos solamente decrece ligeramente, alcanzando respectivamente 50% y 7%. En consecuencia, la composición de la inversión inicial de los emprendimientos de 6 a 8

trabajadores parece apuntar a una mayor diversificación de los medios de financiamiento y, al mismo tiempo, a una menor dependencia del autofinanciamiento y préstamos de amigos o parientes comparada con las empresas más pequeñas (Gráfico 3.10).

El cuestionario no incorpora preguntas respecto al monto del capital inicial. Sin embargo, la estructura del financiamiento podría ser usada como un indicador del nivel de inversión inicial con la que entran al mercado estas unidades económicas. También, podría explicar porqué las firmas más pequeñas o de subsistencia son en promedio menos productivas o eficientes y, en última instancia, porqué tienen tasas de salida del mercado más altas⁹². La idea se basa en el supuesto de que aquellos emprendedores que enfrentan mayores restricciones de liquidez generalmente comienzan un negocio con un nivel sub-óptimo de capital. A esta conclusión llegan Evans y Jovanovic (1989) utilizando una muestra de 5,225 jóvenes varones en Estados Unidos que fueron entrevistados periódicamente entre 1966 y 1981⁹³. Ellos encuentran una correlación positiva entre la probabilidad de comenzar un negocio y los activos, lo que, de acuerdo a los investigadores, implica que los emprendedores con mayores activos pueden comenzar un negocio con un nivel de inversión más eficiente, llegando a experimentar mayores tasas de retorno e ingresos que los que tienen menos activos. En la misma línea, Perry, Maloney y otros (2007) indican que las empresas tienden a quedarse pequeñas, e incluso a desaparecer, porque exhiben grados de productividad del capital bajos y costos de producción relativamente altos⁹⁴. Sin embargo, también podría argumentarse que el tamaño planeado de la actividad económica se encuentra sobredimensionado respecto de su stock de capital inicial, y por tanto, esta mala estimación podría arrastrar deficiencias estructurales al negocio, y eventualmente hacerlo inviable.

En lo concerniente a la composición de financiamiento propiamente dicha, se podría pensar que las firmas más pequeñas, al depender tan fuertemente de los ahorros personales, poseen un capital inicial de operación que suele ser sub-óptimo, lo cual se traduce en una menor productividad, dificultando consecuentemente el crecimiento posterior de la firma. Contrariamente, los emprendimientos de acumulación tienen mayores probabilidades de crecer gracias a que empiezan con niveles superiores de inversión, ya que pueden complementar sus propios ahorros con otros recursos. Naturalmente, una inversión basada solamente en ahorros propios puede ser tanto o más grande que otra que esté compuesta de varios medios de financiamiento, pero también es plausible pensar que entre más cuantioso sea el requerimiento de capital inicial, es más probable que se requiera el aporte de distintas fuentes para completarlo.

Castillo y Bonilla (2000) presentan interesante evidencia que apoya esta última idea. Estos autores, basados en 900 encuestas a diferentes micronegocios en Costa Rica, lograron establecer un vínculo entre la forma de financiamiento y la lógica de los establecimientos. Entre los que tienen

⁹² Se puede asumir perfectamente que el tamaño de la empresa en términos del número de empleados por sí solo es un indicador suficiente para aproximar el tamaño inicial de la inversión, pero es importante recordar que el tamaño actual de la empresa no era obligatoriamente el mismo que cuando ésta inició operaciones. Por lo tanto, y debido a que el cuestionario no incluye una pregunta que revele de forma directa el monto del capital semilla, se tiene que recurrir a otras variables para aproximarla de alguna manera.

⁹³ Evans, D. S. y Jovanovic, B. (1989). "An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints", *Journal of Political Economy*, vol. 97, no. 4, agosto, pp. 808-827.

⁹⁴ Perry, Guillermo, Maloney, William y otros (2007). "Chapter 5: Microfirm Dynamics and Informality" en Perry, Guillermo, Maloney, William y otros *Informality: Exit and Exclusion*, World Bank, Washington, D.C.

un índice de alta subsistencia, por ejemplo, el capital viene principalmente del autofinanciamiento, seguido por préstamos familiares o de amigos y baja presencia de bancos e instituciones financieras. Aquellos que se catalogaron bajo subsistencia media, recurrieron principalmente a los ahorros personales, con baja presencia de préstamos familiares o de amigos y de bancos e instituciones financieras. Finalmente, los establecimientos de subsistencia baja y los de lógica de acumulación, muestran un componente alto de ahorros propios, seguido por préstamos de bancos e instituciones financieras y baja presencia de préstamos familiares o de amigos⁹⁵. Visto de otra manera, entre más moderna sea la microempresa, se observa una participación más alta de la banca comercial entre las fuentes de financiamiento. Lamentablemente, los autores no ofrecen una explicación del mecanismo que articula la relación.

El nivel subóptimo de capital inicial puede también ser el resultado de una inadecuada planeación o cálculo de los verdaderos requerimientos iniciales de la nueva unidad económica; razón por la cual algunos emprendedores pueden considerar que no necesitan financiamiento externo o adicional. Esto podría estar apuntando a un problema de competencias entre aquéllos que están saltando al autoempleo. Una manera de ver esto es agrupando a los jefes por su nivel educativo y relacionar esos niveles con los distintos modos de financiarse (Gráfico 3.11). Lo que se descubre al hacer ese vínculo es que las personas que solo tienen estudios primarios son justamente las que tienen la estructura de financiamiento menos diversificada. Entre ellas se observa la mayor tasa de dependencia de los ahorros propios (57%) y, al mismo tiempo, una menor participación de otros recursos como préstamos de amigos o parientes (10%), o de instituciones bancarias (21%).

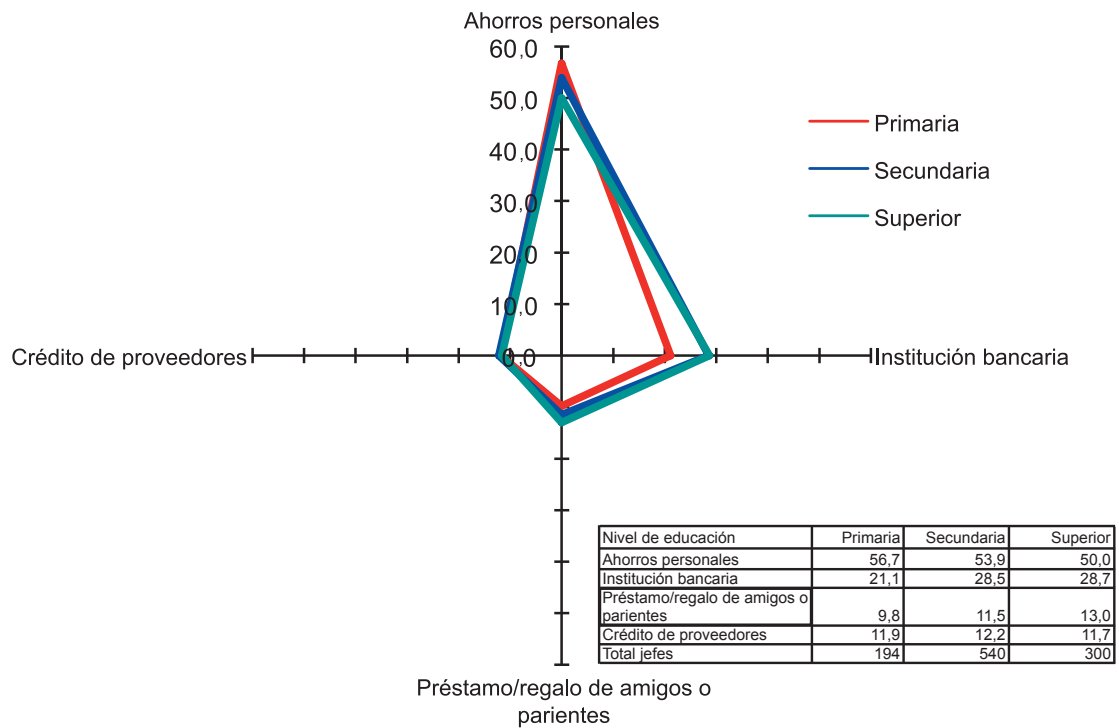
Gallart y otros (1991) proveen información que asocia las destrezas de los trabajadores con las posibilidades de inserción en sectores de mayor poder adquisitivo entre los cuentapropistas en Buenos Aires, Argentina. El estudio divide a los trabajadores entre aquéllos de baja calificación de la construcción y del servicio doméstico, que se insertan en nichos de comercio o servicios para clientelas de escaso poder adquisitivo y, aquellos que se ubican en actividades comerciales o de servicios con acceso a la clase media. Cuando se analizan las competencias, se concluye que lo que caracteriza a estos últimos es su capacidad de tomar decisiones en condiciones de incertidumbre y calcular costos y precios que sean retributivos y se adapten al mercado, entre otras. Estas habilidades, sin embargo, son más que todo producto de la educación formal. Lo que implicaría la necesidad de emprender una reforma en el sistema educativo formal de la región para que ésta pueda brindar las habilidades básicas necesarias⁹⁶.

Los cuadros siguientes presentan información que relaciona las fuentes de financiamiento con el tiempo de operación de los negocios. Estas combinaciones pueden permitir observar si a través del tiempo han ocurrido cambios en el patrón de financiamiento de los establecimientos. Pero, también, pueden reflejar la influencia que tiene la relación entre la estructura del financiamiento y el nivel de inversión inicial sobre el tiempo que una unidad económica permanece en el mercado.

95 Castillo, Geovanny y Bonilla, Eduardo (2000). Características, problemática e importancia de la microempresa y la pequeña empresa en el sector informal de la economía, PROMICRO/OIT, PRONAMYPE, San José, Costa Rica.

96 Gallart, María; Moreno, Martín y Cerrutti, Marcela (1991). "Los trabajadores por cuenta propia del Gran Buenos Aires: sus estrategias educativas y ocupacionales", *Cuaderno del CENEP*, no. 45, Centro de Estudios de Población, Buenos Aires, Argentina.

Gráfico 3.11
Fuentes de financiamiento de los establecimientos por educación del jefe en la Subregión^{1/}
(porcentaje de los jefes de determinada educación que utilizaron cada fuente)



Nota:

1/ Incluye a la fuente principal y secundaria.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

El cuadro 3.17 muestra la principal fuente de capital por intervalo de edad de las microempresas desde su año de fundación. En términos generales, la estructura de financiamiento se ha mantenido prácticamente constante entre las unidades económicas que tienen entre 6 y 10 años y las que tienen más de 11 años de fundación. Los ahorros personales en ambos casos fueron la opción principal de 2 de cada 5 establecimientos en dicho intervalo, seguidos de las instituciones bancarias con aproximadamente 23%, en tercer lugar continúan los préstamos o regalos de amigos o parientes con una pequeña discrepancia en la importancia relativa (8,2% para las de 6 a 10 años y 6,5% para las que tienen más de 11 años), mientras que el porcentaje del resto de opciones casi no varía.

Las diferencias más notables se presentan entre las microempresas que tienen menos de 6 años de estar operando y el resto de negocios. En primer lugar, se da un incremento en la participación de los ahorros personales como principal fuente de capital semilla, ya que ésta pasa de representar cerca del 40% en los negocios de más de 6 años a un 46% en los que se

originaron en los últimos 5 años⁹⁷. De manera coincidente con esta situación, se ha dado un decrecimiento leve en el peso de las instituciones bancarias, pasando de alrededor de un 23% en las microempresas más antiguas a un 20% en las de más reciente fundación. Paralelamente, los préstamos o regalos de amigos o parientes han llegado a representar cerca del 10%, cuando entre los negocios de más de 10 años estos significaban solamente el 6%.

Cuadro 3.17
Principal fuente de financiamiento por intervalo de años de fundación
de los establecimientos en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Menos de 6 años	De 6 a 10 años	Más de 10 años	Total
Ahorros personales	46,2	39,6	39,3	42,1
Institución bancaria	20,2	22,5	23,4	21,9
Préstamo/regalo de amigos o parientes	10,0	8,2	6,5	8,4
Crédito de proveedores	5,8	6,8	6,9	6,4
Prestamistas particulares	5,4	5,1	4,1	4,9
Heredó el negocio	0,7	6,1	7,8	4,5
Liquidación del empleo anterior	3,9	3,8	3,7	3,8
Otras fuentes ^{2/}	6,6	7,2	7,2	6,9
Remesas	1,2	0,7	1,2	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	411	293	321	1.025

Notas:

1/ No se incluyen los establecimientos con año de fundación desconocido.

2/ Incluye: Cajas populares, crédito de clientes, no sabe o no responde, programa de gobierno, cooperativa, ninguna y el negocio no requirió inversión.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

La composición del financiamiento muestra un patrón similar al anterior cuando se incorpora al análisis los medios secundarios empleados para complementar una inversión inicial. En el cuadro 3.18 se observa como la utilización de los ahorros personales se incrementa de niveles que rondaban el 50% en micronegocios de más de 6 años a casi 58% en los establecimientos más jóvenes. Igualmente, el aporte de los préstamos o regalos de amigos o parientes experimentó un aumento de aproximadamente 4 puntos porcentuales, llegando alcanzar casi un 15%. Estos movimientos coinciden con un decrecimiento en la importancia de las instituciones bancarias y los créditos de los proveedores como formas de financiamiento.

Tanto el cuadro 3.17 como el 3.18 revelan el importante peso del autofinanciamiento en cualquier intervalo de edad de los establecimientos, no obstante éste es todavía más notorio entre los negocios de más reciente fundación. Por otra parte, también se mostró arriba alguna

⁹⁷ Con el anterior comportamiento, pareciera que la región está comenzando a converger hacia los niveles de participación que tienen los ahorros personales en México o Estados Unidos, situación que puede tener su explicación en el mejor desempeño de las economías en los últimos años, el cual pudo haber facilitado la acumulación de ahorros.

prueba de que el empleo de sus propios recursos como capital semilla es más extendido entre las microempresas de 3 a 5 empleados. Esa alta dependencia podría ser señal del bajo nivel de inversión inicial con el cual éstas ingresan al mercado.

Cuadro 3.18
Fuentes de financiamiento para iniciar un negocio por intervalo de años de fundación de los establecimientos en la Subregión^{1/}
(porcentajes^{2/})

	Menos de 6 años	De 6 a 10 años	Más de 10 años	Total
Ahorros personales	57,4	49,8	50,2	53,0
Institución bancaria	24,6	26,3	33,0	27,7
Préstamo/regalo de amigos o parientes	14,4	10,9	9,0	11,7
Crédito de proveedores	9,7	12,6	15,3	12,3
Total de respuestas	822	586	642	2.050
Total de negocios	411	293	321	1.025

Nota:

1/ No se incluyen los establecimientos con año de fundación desconocido.

2/ Los porcentajes se calculan como la suma de los porcentajes obtenidos por cada alternativa de financiamiento ya sea como opción principal o secundaria, razón por la cual la suma total no es igual al 100%.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

De esta manera, mientras estas firmas exhiban consistentemente niveles bajos de productividad, probablemente no solo no crecerán, sino que eventualmente también tenderán a desaparecer con el tiempo. Esto también puede sustentarse con el hecho de que, en promedio, las unidades económicas más antiguas son a su vez las más grandes, como se llegó a acotar en la sección de generalidades de la empresa. Así, la participación que tienen las empresas de 3 a 5 empleados en el intervalo de las firmas de más de 10 años tenderá a diluirse, lo que implica una disminución del peso de los ahorros propios en ese mismo grupo.

Hasta el momento solo se ha analizado a la muestra en su totalidad, por lo que conviene en este punto dar una mirada a las particularidades en el comportamiento de los medios de financiamiento en cada uno de los países. El cuadro 3.19 muestra las fuentes de capital semilla (primaria y secundaria) mencionadas por los encuestados por país. Claramente se puede apreciar la gran heterogeneidad en el patrón de financiamiento de los microempresarios en cada uno de los países. A grandes rasgos, estos se pueden catalogar en tres grupos diferentes. El primero está conformado por países que tienen una estructura de financiamiento caracterizada por un alto componente de los ahorros personales (superior a 59%), una participación baja de la banca comercial (inferior a 20%) y niveles bastante similares de empleo de préstamos o regalos de amigos o parientes⁹⁸. A este grupo pertenecen Guatemala, Panamá y República Dominicana. Los microempresarios guatemaltecos son los que emplearon los ahorros personales en mayor medida entre la muestra regional (70%) y, al mismo tiempo, parecen recurrir menos

⁹⁸ En lo que respecta al rubro de préstamos o regalos de amigos o parientes, con excepción de Honduras, prácticamente todos los países comparten una proporción parecida, cercana al 13%.

a los bancos comerciales como posible alternativa para buscar fondos (16%). Los dueños de negocios en Panamá y República Dominicana parecen exhibir un comportamiento bastante similar entre ellos a la hora de buscar recursos, cerca de 3 de cada 5 individuos recurre al autofinanciamiento y únicamente 1 de cada 5 solicita un crédito a alguna institución bancaria para empezar un negocio. Se presenta una ligera diferencia en el financiamiento vía amigos o parientes, el cual alcanza casi un 15% entre los empresarios panameños comparado al 10% entre sus contrapartes dominicanas.

Otro conjunto consta de países que comparten niveles intermedios de participación del autofinanciamiento (entre 51% y 56%) e instituciones financieras (entre 27 y 33%) y una contribución de los préstamos o regalos de amigos o parientes de aproximadamente 13%. Aquí se encuentran Costa Rica y Nicaragua, que además de tener un patrón parecido en las tres principales formas de obtener capital ya mencionadas, son los lugares donde los individuos más recurren a los proveedores para cubrir los costos del arranque del establecimiento, casi 1 de cada 5 empresarios. Por el contrario, en República Dominicana, solamente 8% de los microempresarios respondieron haberlos empleado.

Cuadro 3.19
Fuentes de financiamiento para iniciar el negocio por país^{1/}
(porcentajes^{2/})

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ahorros personales	68,7	32,5	42,7	56,2	51,0	61,3	58,9	52,8
Institución bancaria	16,0	36,8	40,7	33,3	27,2	18,7	19,6	27,5
Préstamo/regalo de amigos o parientes	13,3	13,5	1,3	13,7	13,2	14,7	10,1	11,4
Crédito de proveedores	6,7	8,0	18,7	19,0	19,9	9,3	4,4	12,2
Prestamistas particulares	8,7	13,5	6,7	15,0	6,0	9,3	7,0	9,5
Heredó el negocio	6,0	4,9	2,7	8,5	7,3	8,0	3,8	5,9
Liquidación del empleo anterior	9,3	5,5	2,0	8,5	4,6	8,7	2,5	5,9
Remesas	4,7	5,5	2,7	2,6	0,7	0,7	0,6	2,5
Total de respuestas	300	326	300	305	302	299	316	2.148
Total de negocios	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Notas:

1/ Incluye la fuente principal y las secundarias.

2/ Los porcentajes se calculan como la suma de los porcentajes obtenidos por cada alternativa de financiamiento ya sea como opción principal o secundaria, razón por la cual la suma total no es igual al 100%.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Finalmente, están los países en donde el aporte de los propios recursos de los microempresarios al capital semilla es más bajo (entre 33% y 42%) y el financiamiento vía instituciones bancarias es alto (aproximadamente 40%). Se está hablando de El Salvador y Honduras. Es más, el primero

es el único lugar en donde las instituciones financieras se convierten en el principal medio para fundar un nuevo establecimiento, ya que 37% de estos microempresarios afirmaron haber empleado este recurso, contra 33% que señalaron el autofinanciamiento.

Algunas explicaciones plausibles a estas diferencias pueden estar en las características del sistema financiero, el ingreso medio de los habitantes y los hábitos de ahorro, los diferentes niveles de aversión al riesgo que se pueden dar en distintos momentos, etc. Complementariamente, es necesario recordar que el fragmento poblacional estudiado no es necesariamente representativo del verdadero perfil microempresarial de cada país, aunque la idea es intentar representarlo.

Para comenzar, en lo que concierne a la alta incidencia en las respuestas recibidas por los ahorros personales en Guatemala, ésta puede ser en realidad resultado de la presencia de restricciones de acceso al crédito que hacen que un individuo tenga que depender en mayor medida de sus propios ahorros para financiarse. Existe alguna evidencia que apoya esto. Velasco (2007) analizó por medio de entrevistas y discusiones en grupos focales con microempresarios el acceso financiero de estos desde la perspectiva del uso de cuentas y acceso a préstamos de las instituciones del sector formal de financiamiento, tales como bancos y cooperativas. A partir de estas entrevistas, el autor sugiere que los microempresarios guatemaltecos podrían estar sufriendo cierta exclusión financiera, ya que el 80% manifestó no tener relación de cuentahabiente con una institución financiera formal. La investigación describe un panorama todavía peor en cuanto al acceso a préstamos, porque éste señala que la experiencia del sector informal con instituciones financieras formales es prácticamente nula⁹⁹.

El problema de exclusión financiera, independientemente de las causas de éste¹⁰⁰, no es exclusivo de Guatemala. En un estudio para determinar el nivel de bancarización en Latinoamérica realizado por la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban), se concluye que cerca del 60% de la población no tiene acceso a los servicios financieros; factores como los bajos ingresos de los habitantes y el alto número de empresas que operan en el sector informal pondrían explicar esta situación¹⁰¹. Sin embargo, en el mismo estudio se identifican diferencias en los distintos niveles de acceso a estos servicios financieros en los países y los divide en tres grupos. En el grupo de más bajo acceso, es decir, lugares en donde solo alrededor de un tercio o menos de la población usa los servicios, se encuentra, precisamente, Guatemala y República Dominicana (además de Honduras y Nicaragua)¹⁰². Por otra parte, entre los de bajo a mediano

99 Velasco, Osmar (2007). "Capítulo I: La problemática habitacional, el desarrollo comunitario y la exclusión financiera en Guatemala", en Velasco, Osmar y Solo, Tova M., *Entre la exclusión financiera y el desarrollo comunitario: acceso al financiamiento privado para infraestructura básica comunitaria y el mejoramiento de vivienda*, Banco Mundial, Instituto del Banco Mundial, DFID, CIV, p.23.

100 La exclusión financiera puede ser resultado tanto de mercados financieros poco desarrollados o baja bancarización, como de una insuficiencia estructural de ingresos que restringe, de entrada, el acceso de los individuos al sistema bancario, entre otras.

101 EFE (2007). "Bajo nivel de bancarización dificulta la democracia financiera en América Latina", 5 de noviembre, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/gt/index.htm>.

102 Entre este grupo se encuentran también Honduras y Nicaragua, que como se notó anteriormente no poseen niveles de participación de instituciones bancarias tan bajos como en Guatemala y República Dominicana, por lo que una explicación simplemente basada en aspectos financieros no bastaría para entender las diferencias entre estos países. Completan el grupo: Argentina, Bolivia, Ecuador, México y Perú.

acceso, o en donde el 40% de la población usa los servicios, se encuentran, Panamá, Costa Rica y El Salvador¹⁰³. Ello podría explicar porqué en República Dominicana y Guatemala la banca comercial tiene mucha menor relevancia a la hora de financiar a los microempresarios.

En las mismas líneas, Dada (2000) sugiere que a pesar de que la liberalización financiera salvadoreña de las últimas décadas resultó en un mayor diferencial entre las tasas activas y pasivas, en su comparación con los márgenes de intermediación a nivel de la región centroamericana, El Salvador presenta las mejores condiciones para el usuario del crédito en términos de los tipos de interés debido a sus más bajos niveles inflacionarios (quizás debido a la dolarización), situación que puede explicar porqué las instituciones bancarias son el principal medio de financiamiento en este país¹⁰⁴.

Por otro lado, algunas diferencias en la estructura de las fuentes de financiamiento que se dan en la Subregión podrían tener su origen en las variaciones en el peso relativo de las empresas más pequeñas en la muestra de cada país. El gráfico 3.12 trata de representar esta relación; en cada eje se presenta el porcentaje de empresarios que dijeron haber utilizado como capital inicial, ya sea ahorros personales (eje x), o préstamos de instituciones bancarias (eje y). Las combinaciones de estas dos variables en cada país están representadas por esferas de distinto tamaño que, a su vez, representan la razón de las microempresas de 3 empleados entre las que tienen entre 6 y 8 trabajadores en dicho lugar. Entre más grande sea un globo, mayor será el peso relativo que tienen las empresas de 3 empleados entre el total de los negocios encuestados en un país; sin que eso sea necesariamente representativo de la estructura real de las microempresas de estas naciones. Como se dijo con anterioridad, los establecimientos más pequeños o de subsistencia, suelen recurrir más fuertemente al autofinanciamiento para comenzar una empresa. Así, si por alguna razón la muestra de empresarios encuestados en un país se encontrara concentrada en sectores de alta subsistencia, podría esperarse que se de una participación de las instituciones financieras baja respecto a la del promedio regional. El gráfico 3.12 confirma claramente lo anterior para los casos particulares de Guatemala y República Dominicana, cuyas esferas (las dos más grandes), coinciden con una alta incidencia de los ahorros personales y una importancia relativa baja de los préstamos de la banca comercial.

La encuesta también incluyó una sección que giró en torno a otra faceta del financiamiento de las microempresas, más puntualmente: su historial crediticio reciente para conseguir capital de trabajo. La misma incluyó preguntas para indagar si los microempresarios solicitaron crédito durante el período 2006/2007, el lugar donde lo pidieron, el uso que le dieron a los recursos y, en la eventualidad de un rechazo de la solicitud, las razones de éste.

El crédito para capital de trabajo de las microempresas ha sido considerado por muchos como un instrumento poderoso a partir del cual éstas pueden: implementar ciertas innovaciones tecnológicas dentro del proceso productivo; enfrentar una emergencia sin tener que liquidar activos productivos; aprovechar plenamente una oportunidad para la cual no se contaba con

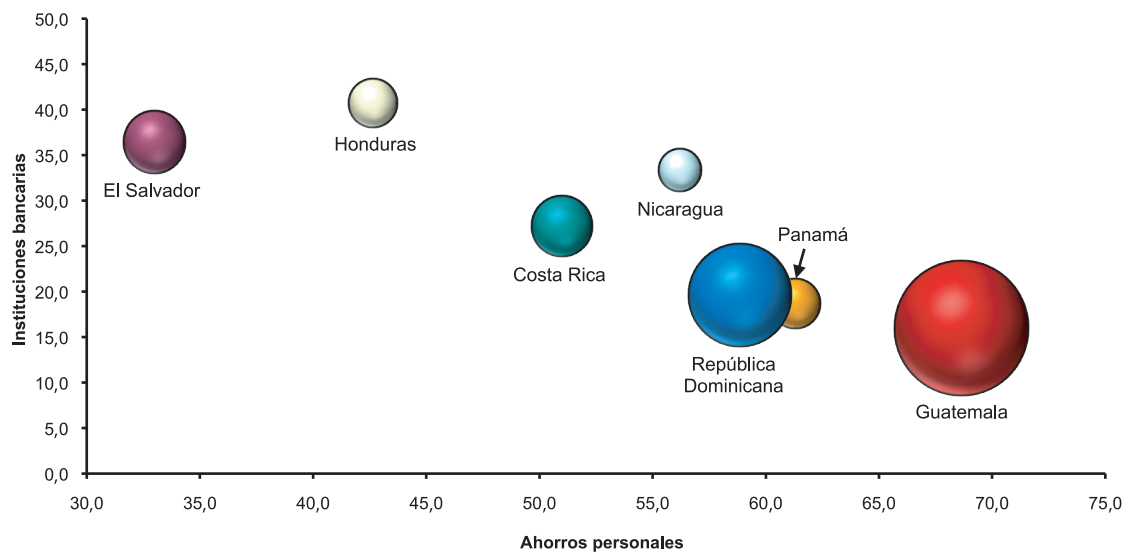
103 Brasil, Colombia, Uruguay y Venezuela también pertenecen al mismo grupo.

104 Dada, Oscar (2000). "Capítulo 2: Liberalización del sistema financiero del El Salvador", en Ochoa, María E., Dada, Oscar y Montecinos, Mario, *El impacto del ajuste estructural y estabilización económica en El Salvador*, SAPRIN.

suficiente poder de compra; aumentar la capacidad instalada mejorando las oportunidades de la empresa; y, mejorar el manejo de inventarios para suplir una mayor demanda. Por estas razones, en la mayoría de las estrategias de apoyo a la microempresa se incluyen programas de crédito. Este énfasis está basado en el supuesto implícito de que la falta de acceso al crédito formal es el obstáculo más importante para el desarrollo del microempresario¹⁰⁵. Las dificultades de acceso más comúnmente se originan porque muchos de los establecimientos no tienen un récord financiero o empresarial al carecer de un sistema de contabilidad formal y/o las garantías requeridas por las instituciones financieras, tampoco poseen la capacidad para mostrar el flujo de caja para presentar sus posibilidades de pago, o no están formalizados¹⁰⁶.

Gráfico 3.12

Importancia de los ahorros personales y las instituciones financieras como capital semilla según el tamaño relativo de los establecimientos en cada país¹¹



Nota:

1/ El tamaño de la esfera representa la razón del número de empresas de 3 trabajadores entre el número de empresas de entre 6 y 8 empleados en cada país.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Pero, incluso cuando el acceso financiero se manifiesta como un escollo real a las aspiraciones de crecimiento del estrato microempresarial, el financiamiento está lejos de ser el mayor dolor de cabeza para los emprendedores. En relación a esta aseveración, se debe traer a colación nuevamente el hecho de que en la presente encuesta solo el 7,9% de los jefes de establecimientos consideró la falta de crédito como su principal problema (y solo el 13,8% indicó que es un problema). Aunando a esto, parece darse una baja demanda de créditos entre las microempresas que se estudiaron; solo 3 de cada 10 establecimientos (29%) recurrió a créditos durante los últimos dos años (Cuadro 3.20).

¹⁰⁵ González Vega, Claudio (1997). "Pobreza y microfinanzas: lecciones y perspectivas", *Economics and Sociology Occasional Paper*, no. 2392, Ohio State University, Columbus, Ohio, pp. 6-7

¹⁰⁶ de Rosa, Claudio M. (2007). "Microcréditos y microempresas", *Revista Mipymes*, no. 28. Federación Interamericana Empresarial, <http://www.fiepymes.com/>, p.16.

Cuadro 3.20

Incidencia en la solicitud de créditos entre los establecimientos en la Subregión

	Porcentajes
<i>Buscó crédito</i>	
Sí	28,5
No	70,3
Ns/Nr	1,2
Total de respuestas	1.075
<i>Tasa de rechazo</i>	
Sí se aprobó	85,0
No se aprobó	15,0
Total de respuestas	306
<i>Razón por la que se le rechazó</i>	
Ns/Nr	52,2
Extrafinanciamiento con tarjeta de crédito	17,4
Por requisitos	15,2
Deudas	8,7
No le han dado respuesta	4,3
No prestan para patentes	2,2
Total de respuestas	46
<i>Lugar donde lo solicitó</i>	
Institución bancaria	71,9
Prestamistas particulares	8,5
Cooperativa	5,6
Cajas populares	3,6
Crédito de proveedores	3,3
Préstamo/regalo de amigos o parientes	2,3
Otros ^{1/}	4,9
Total de respuestas	306

Nota:

1/ Incluye: remesas, programa del gobierno, no sabe, no responde, ahorros personales, crédito de clientes, el negocio no requirió finalmente crédito.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

La escasa demanda de créditos puede tener varias interpretaciones¹⁰⁷. La primera es que la mayoría de las unidades económicas efectivamente no se vio obligada a capitalizarse en grandes montos (o del todo) por lo que no hubo necesidad de hacer una petición formal de crédito, al menos durante los últimos dos años.

107 En la encuesta no se indagó de manera directa sobre las razones por las cuales los microempresarios no solicitaron un crédito.

Igualmente, y quizás debido a la presencia de altas tasas de interés, puede suceder que el costo financiero de una inversión sea mayor que su rentabilidad, por lo que las firmas no tienen incentivo a endeudarse. Por ejemplo, Cristini y Moya (1999), citando un estudio de microempresas argentinas, indican que las altas tasas de interés en comparación con la rentabilidad de los negocios justifican que el 40% de éstos no acuda al banco a solicitar crédito¹⁰⁸. Así, una parte significativa de las microempresas tiene que depender principalmente de fondos propios para expandir el negocio; condición que limita sus oportunidades de crecer, ya que esto suele requerir más capital de lo que éstas puedan generar internamente. Frecuentemente, este tipo de negocios no generan flujos de efectivo grandes y su rentabilidad es relativamente baja, limitando su habilidad para pagar préstamos de alto costo financiero.

En tercer lugar, la baja tasa de solicitud puede atribuirse a que en muchos de los casos los microempresarios, a pesar de la necesidad, ni siquiera se molestan en acudir a un entidad financiera formal. Esto sucede cuando la probabilidad de rechazo de la solicitud de préstamo es muy alta por carecer de ciertos requisitos o cuando los costos de transacción asociados son muy elevados (como lo es la velocidad para desembolsar el crédito, el tiempo dedicado a la solicitud y a negociar el préstamo y los costos de preparar la información), entonces los demandantes prefieren no recurrir al mercado formal de crédito (Diagnóstico del Plan Nacional de Desarrollo del Ministerio de Planificación de Costa Rica, 1998-2002). Curiosamente, únicamente a una minoría de los 306 negocios que pidieron financiamiento se le declinó la petición (15%); de este modo, la baja probabilidad de éxito pidiendo créditos no parecería ser motivo para disuadir a los emprendedores de solicitar préstamos (Cuadro 3.20)¹⁰⁹. Aunque el alto porcentaje de respuestas positivas a las solicitudes podría significar que, en lugar de recurrir a préstamos empresariales, los individuos se capitalizaron en bajos montos por medio de créditos personales de consumo a corto plazo, los cuales generalmente implican menos papeleo y requisitos.

En el caso de las solicitudes denegadas, un poco más de la mitad de las personas desconocen las razones del rechazo (52%), 17,5 % señaló que prefirió financiarse por medio de su tarjeta de crédito, 15% acusó al exceso de requisitos, el 9% tenía deudas pendientes, mientras que el resto señaló otras causas como “no prestan para patentes” o “no le han dado respuesta” (Cuadro 3.20).

La gran mayoría de las personas acudió a instituciones bancarias para buscar financiamiento (72%), cerca del 9% utilizó prestamistas particulares, las cooperativas ocupan un tercer puesto con casi 6% de las respuestas, y el resto de las opciones se distribuye entre cajas populares (3,6%), proveedores (3,3%), préstamos de amigos o parientes (2,3%) y otros (5%).

¹⁰⁸ Cristini, M. y Moya, R. (1999). “El crédito para las microempresas: una propuesta de institucionalización para la Argentina”, *Documento de Trabajo*, no. 61, Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas, p. 10.

¹⁰⁹ En este sentido, Cristini y Moya (1999) también observan que las microempresas que vieron rechazadas sus solicitudes y también aquellas que obtuvieron menos crédito del solicitado, son significativamente más pequeñas que el resto. Similarmente, USAID (2005), en un estudio de microempresas ecuatorianas, descubrió que la proporción de éxito de conseguir un crédito realmente era sumamente alta para aquéllos que lo solicitaron. La proporción de éxito global para aquéllos que solicitaron los préstamos fue de 97,4 por ciento. Por consiguiente, el estudio sugiere, que la falta de éxito pidiendo créditos no parece ser un factor significativo para disuadir a los empresarios de solicitar préstamos (USAID, 2005, pp. 94-95).

El uso que los microempresarios le dieron a los recursos también fue asunto de interés (Cuadro 3.21)¹¹⁰. Generalmente éste depende mucho de la actividad económica que realiza una firma, por ejemplo, la adquisición de insumos o mercancías es la principal causa para buscar financiamiento entre los establecimientos del sector comercio con 42% de las respuestas, seguido de los de la industria manufacturera con 29%. Esta proclividad tiene sentido en vista de la alta tasa de rotación de las existencias de productos o materias primas en estas ramas de actividad. Inversamente, el 11% de los hoteles y restaurantes y el 6,3% de los locales de servicios recurrieron a un préstamo para este propósito. Dada la naturaleza de los negocios de estos dos últimos sectores, en donde las condiciones en que se encuentra el establecimiento influyen en la decisión del cliente en comer en un restaurante o contratar un servicio (de hospedaje, de peluquería, etc.), la causa principal para pedir prestado para estos microempresarios fue ampliar, adecuar o reparar local/vehículo (22,8% y un 25% de las respuestas, respectivamente).

Cuadro 3.21
Razón principal para solicitar crédito entre los establecimientos
por sector en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles/ Restaurantes	Servicios	Total
Adquirir o comprar mercancía/insumos	41,5	28,6	10,5	6,3	29,1
Otro fin relacionado al negocio	25,9	22,9	22,8	12,5	23,2
Ampliar, adecuar o reparar local/vehículo	10,2	12,9	22,8	25,0	14,7
Pagar deudas del negocio	10,2	5,7	19,3	18,8	11,8
Comprar maquinaria o equipo	1,4	17,1	1,8	21,9	7,2
Comprar local o vehículo	4,1	5,7	10,5	12,5	6,5
Fines ajenos al negocio	4,1	4,3	10,5	3,1	5,2
NR	2,7	2,9	1,8	0,0	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	147	70	57	32	306

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Las empresas en el sector servicios y manufactura estuvieron mucho más inclinadas a comprar maquinaria o equipo que aquéllas en hotelería o comercio. En estas últimas, la incidencia de las respuestas hacia esta alternativa no supera el 2%, pero para un número sustancial de microempresas de servicios y manufactura la compra de maquinaria y equipo fue bastante más relevante, 22% y 17% de manera respectiva (Cuadro 3.21).

Pagar las deudas de los negocios también se convierte en un motivo frecuente para justificar los créditos; principalmente entre los hoteles y restaurantes y los establecimientos de servicios, en donde cerca de 1 de cada 5 individuos recurrió a financiamiento para este objetivo (19%).

¹¹⁰ El ejercicio de relacionar las razones para solicitar créditos con otras variables como tamaño de la empresa, intervalos de año de fundación de las firmas, educación y sexo del jefe se realizó sin descubrir ninguna tendencia obvia.

Finalmente, llama la atención el alto porcentaje de personas que dijeron haber utilizado el préstamo para otros fines relacionados al negocio. Esta alternativa, al no estar especificada, podría abarcar desde remuneraciones hasta otros pagos varios (gastos de publicidad, papelería, etc.). Esto podrá ser indicativo de cierta debilidad en la planeación de los egresos o podría ocultar otros usos a los recursos provenientes del sistema financiero.

Otro elemento importante a tomar en consideración en el análisis es el comportamiento del financiamiento en los países, debido a que las tendencias anteriormente descritas muestran discrepancias evidentes en cada uno de ellos (Cuadro 3.22). Para comenzar, la incidencia en la demanda de créditos es bastante dispar en los países. Por ejemplo, prácticamente la mitad de los microempresarios que se entrevistaron en Nicaragua y Honduras expresaron haber necesitado buscar recursos durante el período 2006/2007 (49% y 44%, en el orden usual); sin embargo, sus pares panameños solamente buscaron préstamos en un 14% de los casos, siendo la tasa más baja de la Subregión.

Cuadro 3.22
Incidencia en la solicitud de créditos entre los establecimientos por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Buscó crédito</i>								
Sí	15,3	30,1	44,0	49,0	27,2	14,0	19,6	28,5
No	84,7	69,9	56,0	51,0	72,8	82,0	75,9	70,3
Ns/Nr	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,0	4,4	1,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075
<i>Tasa de rechazo</i>								
Sí se aprobó	87,0	89,8	78,8	96,0	82,9	57,1	83,9	85,0
No se aprobó	13,0	10,2	21,2	4,0	17,1	42,9	16,1	15,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	23	49	66	75	41	21	31	306
<i>Razón por la que se le rechazó</i>								
Ns/Nr	0,0	20,0	71,4	33,3	0,0	77,8	100,0	52,2
Extrafinanciamiento con tarjeta de crédito	100,0	40,0	0,0	33,3	14,3	11,1	0,0	17,4
Muchos requisitos	0,0	0,0	7,1	0,0	42,9	11,1	0,0	10,9
Deudas	0,0	40,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	8,7
No le han dado respuesta	0,0	0,0	7,1	33,3	0,0	0,0	0,0	4,3
No tiene orden patronal	0,0	0,0	0,0	0,0	28,6	0,0	0,0	4,3

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior:

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No prestan para patentes	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	2,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	3	5	14	3	7	9	5	46
<i>Lugar donde lo solicitó</i>								
Institución bancaria	47,8	73,5	75,8	70,7	87,8	81,0	54,8	71,9
Prestamistas particulares	17,4	4,1	1,5	12,0	4,9	0,0	25,8	8,5
Cooperativa	4,3	4,1	12,1	4,0	2,4	4,8	3,2	5,6
Cajas populares	0,0	10,2	1,5	5,3	0,0	4,8	0,0	3,6
Crédito de proveedores	8,7	2,0	4,5	1,3	2,4	4,8	3,2	3,3
Préstamo/regalo de amigos o parientes	0,0	4,1	1,5	2,7	2,4	0,0	3,2	2,3
Otros ^{1/2/}	21,7	2,0	3,0	4,0	0,0	4,8	9,7	4,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	23	49	66	75	41	21	31	306

Nota:

1/ Incluye: remesas, programa del gobierno, NS/NR, ahorros personales, crédito de clientes, el negocio no requirió finalmente crédito.

2/ En el caso de Guatemala 17,4% corresponde a remesas.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Gran parte de este contraste puede atribuirse a la diferencia en la tasa de rechazo en estas naciones. Como se sugirió previamente, ésta podrían funcionar como factor disuasorio para buscar crédito. La información del cuadro 3.22 parece sugerir que Panamá es, por lejos, el lugar donde existe mayor posibilidad de fracaso a la hora de conseguir financiamiento, aproximadamente 4 de cada 10 solicitudes fueron denegadas (el 81% de esas solicitudes se canalizaron por medio de instituciones bancarias formales). Por otro lado, en Nicaragua esta probabilidad se reduce drásticamente a únicamente 4% (71% de las peticiones se hicieron igualmente en instituciones bancarias formales). El resultado no deja de ser contraintuitivo en el tanto el primer país se considera como uno de los centros financieros más importantes del mundo, además de que es conocido por las operaciones *offshore* de compañías e instituciones financieras que prestan principalmente en el mercado latinoamericano¹¹¹. Además de tomar en cuenta que muchos de los bancos en ese país solo realizan transacciones con el exterior, podría pensarse también que el segmento microempresarial no es un mercado atractivo para el sistema financiero tradicional (que cubre los requerimientos de financiamiento interno del país).

Guatemala y República Dominicana también presentan una baja demanda de préstamos (15,3% y 19,6%, respectivamente), pero a diferencia de Panamá, las tasas de rechazo de estos países son relativamente bajas (13% y 16%, respectivamente). Lo que se aprecia, no obstante, es que los microempresarios de estos lugares son quienes menos acuden a las instituciones

¹¹¹ <http://www.offshoreexplorer.com/panamacorp.php>

bancarias comerciales para conseguir capital; comparativamente, solamente un 47,8% de los guatemaltecos y un 55% de los dominicanos mencionaron a este tipo de entidades. Estos empresarios, entonces, satisfacen una porción significativa de sus necesidades de financiamiento a través de medios más informales de crédito¹¹², como los prestamistas particulares (17% en Guatemala y 26% en República Dominicana). Esta circunstancia puede ser vista como otra prueba indirecta del mayor nivel de exclusión financiera que enfrentan los emprendedores en estos dos países.

Por último, las respuestas que dieron los encuestados en Costa Rica y El Salvador siguen un patrón acorde con el promedio regional. Aunque los dueños de establecimientos costarricenses sobresalen porque fueron los que más acudieron a instituciones bancarias cuando necesitaron capital (88%), situación que puede estar influenciada por el mayor posicionamiento de la banca estatal (y por consiguiente sus sucursales), en el mercado financiero de ese país; además de la identificación de las mipymes como parte de su mercado objetivo.

A modo de síntesis de este acápite, se puede decir que existe una divergencia clara en el patrón de financiamiento entre las empresas de menos de 5 trabajadores y las más grandes. La diferencia parece estar influida por problemas de acceso financiero causadas por diferentes factores como debilidades del sistema financiero o la incapacidad de los emprendedores de planear una inversión o su flujo de caja. Además, se ha identificado que el tamaño de la empresa y su nivel de madurez es también una variable que orienta el acceso a los mercados financieros formales en mayor medida. La siguiente sección abarca algunos aspectos del proceso administrativo y de contabilidad de las microempresas.

Manejo de los inventarios y la contabilidad

En este apartado se hace un análisis de algunos aspectos de la conducción de los negocios, entre ellos, el control de los inventarios, los métodos para llevar su contabilidad, y las formas en que venden sus productos y compran sus insumos. Esto es de vital importancia puesto que muchas veces los microempresarios dirigen sus empresas sin llevar un control formal de inventarios y sus ingresos e egresos, lo cual puede comprometer sus posibilidades de éxito.

Lo primero que se considera es el manejo de inventarios (Cuadro 3.23). La mayoría de los encuestados expresaron llevar este tipo de control (65%), pero existe un porcentaje relativamente alto que no lo hace (35%). Esto es preocupante porque el monitoreo de inventarios es una herramienta estratégica medular en cualquier empresa, pues ayuda a conocer información sobre la entrada y salida de productos e insumos, así como la caducidad de estos. A la vez, facilita el cálculo de proyecciones para diseñar planes a más largo plazo.

La presencia de un registro de existencias dentro de un negocio depende de muchos elementos como el sector en donde éste está ubicado, el tamaño del establecimiento, el nivel de educación

¹¹² Aunque, debido su poco peso a nivel general, las remesas se incluyen en la categoría "Otros" en el cuadro 3.22, en el único país en donde éstas juegan un papel importante en la financiación de empresas es en Guatemala, ya que 17,4% mencionaron haber recurrido a éstas.

del jefe, las relaciones con los clientes, etc. Por ejemplo, la información por ramas de actividad revela grandes diferencias entre las mismas (Cuadro 3.23). Tradicionalmente, los establecimientos que involucran ventas (de ropa, abarrotes o comida), son los más proclives a llevar controles más rigurosos de los movimientos de insumos y productos. Por este motivo, entre los puestos de comercio y hoteles/restaurantes es en donde se registran más respuestas positivas (73,4% y 64%, en el orden respectivo); mientras que en la industria manufacturera y servicios la incidencia de inventarios no supera el 56%.

Cuadro 3.23
Manejo de inventarios entre los establecimientos según ciertas características de los negocios y el jefe en la Subregión (porcentajes)

	Sí	No	NS/NR	Total de respuestas
<i>Sector</i>				
Comercio	73,4	26,0	0,6	470
Industria manufacturera	52,7	47,3	0,0	201
Hoteles/Restaurantes	64,0	36,0	0,0	267
Servicios	55,5	44,5	0,0	137
<i>Tamaño de empresa</i>				
3 empleados	60,4	39,3	0,3	616
De 4 a 5 empleados	69,1	30,6	0,3	340
De 6 a 8 empleados	76,5	23,5	0,0	119
<i>Nivel de educación del jefe</i>				
Ninguna	57,1	42,9	0,0	35
Primaria	48,5	51,0	0,5	194
Secundaria incompleta	56,6	43,4	0,0	205
Secundaria completa	68,4	31,0	0,6	335
Estudios superiores	78,3	21,7	0,0	300
NR	66,7	33,3	0,0	6
<i>Sexo del jefe</i>				
Hombres	67,5	31,8	0,6	462
Mujeres	63,0	37,0	0,0	613
Total	64,9	34,8	0,3	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Otras variables que se debe considerar al analizar los inventarios son el tamaño y complejidad del negocio. Un 77% de las empresas que cuentan con entre 6 y 8 trabajadores realizan un registro de existencias, mientras que un 61% de los negocios más pequeños lo hacen (Cuadro 3.23). Una hipótesis preliminar para explicar este resultado podría apuntar a una mayor aglomeración de locales de comercio (establecimientos con alta incidencia de inventarios) entre las unidades

económicas más grandes. No obstante, en el grupo de empresas de 6 a 8 trabajadores es donde existen menos unidades del sector comercio, por lo que el factor complejidad del establecimiento parece ser lo que está influyendo más en este caso.

Igualmente, se observa que cuando el dueño del establecimiento goza de un nivel educativo de al menos educación secundaria completa, la proporción de respuestas positivas aumenta considerablemente; un poco menos de la mitad de jefes con primaria lleva inventarios, pero un 78% de los individuos con estudios superiores sí realiza este control.

Los hombres tienden a usar ligeramente más los inventarios que las mujeres (68% contra 63%). Esta divergencia es consecuencia directa del hecho de que ellas por lo general, manejan negocios más pequeños.

Muchos de los factores que influyen en la incidencia de inventarios se reflejan también en el comportamiento que se observa entre los países (Gráfico 3.13). La mayor importancia relativa que tienen las unidades económicas más pequeñas entre la muestra estudiada en Guatemala, República Dominicana y El Salvador, hace que en estos países el empleo de inventarios sea menor que en otros, como Panamá, Nicaragua y Honduras¹¹³. Incluso, Guatemala es el único país en donde la mayoría de empresarios no tiene un control de existencias (58%). Llama la atención el caso de Costa Rica, pues, a pesar de que la muestra también está compuesta por un número relativamente alto de negocios pequeños, exhibe la segunda mayor incidencia de respuestas positivas (77,5%). El factor que parece diferenciar a este país de Guatemala, República Dominicana y El Salvador es la mayor presencia de dueños con educación superior, quienes tienden a llevar controles más estrictos¹¹⁴.

Cuando se pasa a examinar el tipo de contabilidad que realizan los encuestados (Cuadro 3.24), se encuentra que entre los 1075 negocios, la contabilidad formal es el método de registro más frecuentemente utilizado, aunque sin alcanzar un grado de incidencia muy elevado (cerca del 35%). En segundo lugar aparecen los apuntes personales (28,5%) y, seguidamente, el cuaderno de ingresos y egresos (20,8%). Por último, solamente una minoría no realiza cuentas de ningún tipo (14,3%).

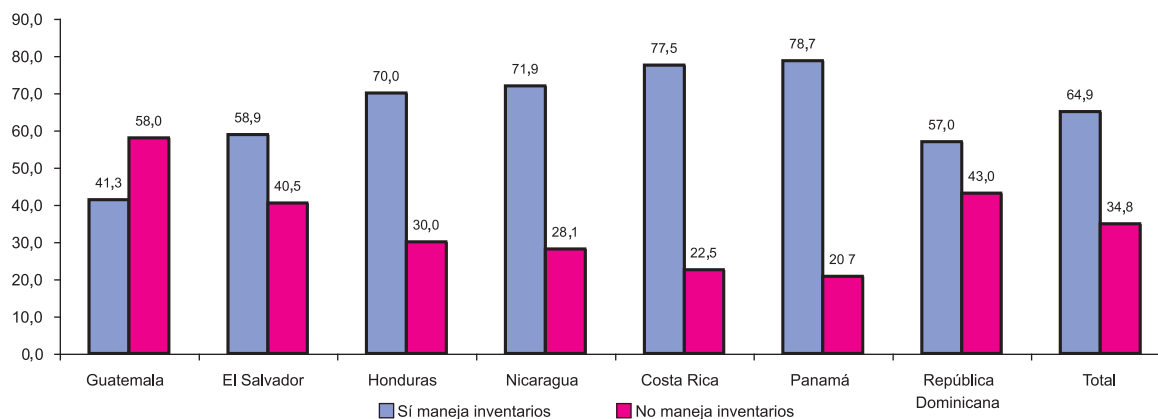
Similarmente a lo que sucede con los inventarios, los métodos de contabilidad empleados van a depender mucho de elementos relacionados con las características del establecimiento y el perfil del dueño. Esas variables, además, actúan de manera similar en ambos casos. Respecto a la rama de actividad, ya se indicó que los negocios de comercio y hoteles/restaurantes son los más propensos a llevar controles más rigurosos. Por consiguiente, no es de extrañar que sean estos negocios los que más recurran a la contabilidad formal (43% y 35%, respectivamente). Por otra

113 Como se anotó en secciones previas, mientras que en Panamá, Honduras y Nicaragua la presencia de empresas de solo 3 empleados no supera el 50%, casi el 70% de las empresas entrevistadas en Guatemala y República Dominicana y el 60% de las de El Salvador y Costa Rica tienen ese tamaño.

114 Un 38% de los jefes entrevistados en Costa Rica tienen estudios superiores, en contraste, en Guatemala y República Dominicana ese porcentaje no supera el 14%. También, en República Dominicana y El Salvador, el peso de los establecimientos de comercio en segmento de empresas estudiadas, es el menor que en otros países de la región (30% en comparación con el 50% en otros países), por lo cual la incidencia de inventarios se puede ver disminuida debido a esto.

parte, los apuntes personales son los preferidos por aquéllos que se ubican en la manufactura y servicios (cerca del 35% de las unidades productivas en ambos sectores). Paralelamente, una quinta parte de los dueños en estas últimas dos actividades no realiza cuentas, proporción que se reduce bastante entre los hoteles/restaurantes y establecimientos comerciales.

Gráfico 3.13
Manejo de inventarios entre los establecimientos por país^{1/}
 (porcentajes)



Nota:

1/ No se incluyen los NS/NR.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

La contabilidad formal también aumenta directamente en función del tamaño de la empresa, pues el uso de ésta salta de un 30,1% cuando la unidad económica es de 3 empleados a un 55,5% cuando es de 6 a 8 empleados. Al mismo tiempo, el empleo de apuntes personales y la proporción de negocios que no realiza cuentas disminuyen drásticamente en esta últimas unidades (apuntes personales de 32,3% a 17,6% y no realiza cuentas de 16% a 4%). Similar patrón se repite cuando se agrupa a los negocios por intervalo de año de fundación, pues entre más antiguo sea un negocio, el uso de sistemas contables más sofisticados se incrementa. Esto confirma que las empresas más grandes y antiguas son las de mayor complejidad. En contraste, muchas microempresas siguen siendo demasiado pequeñas como para que vean necesario implantar registros de ingresos y egresos más elaborados. Esto es aun más manifiesto en los negocios que tienen una lógica de subsistencia, pues el monto de sus ventas suele ser bastante bajo, tienen un número limitado de clientes y con la mayoría de ellos guardan relaciones personales¹¹⁵. En estas mismas líneas, Tanzi (1979)¹¹⁶ ya había señalado que un componente clave

¹¹⁵ Adicionalmente, se tiene que tener presente que en la mayoría de regímenes tributarios, los negocios pueden constituirse como personas naturales o personas jurídicas, dependiendo de la forma organizativa que adopten. Las empresas con personería natural no necesitan diferenciar el patrimonio personal del de la empresa y no están obligadas a llevar libros completos de contabilidad. Las empresas con personería jurídica deben diferenciar patrimonios y contar con registros contables completos. Aunque no se puede diferenciar el tipo de personería en el presente estudio, podría suceder que la mayoría de negocios grandes se encuentren constituidos bajo una personería jurídica.

¹¹⁶ Tanzi, Vito (1979). *Underground economy, income tax evasion and the demand of currency in the United States, 1929-76*, International Monetary Found.

para medir la informalidad de las empresas estaba asociado al mayor número de operaciones de contado que éstas realizan. Así, el grado de formalización también puede ser identificado por la forma de sus operaciones financieras.

Cuadro 3.24
Métodos de contabilidad empleados entre los establecimientos según ciertas características de los negocios y el jefe en la Subregión
 (porcentajes)

	Contabilidad formal	Cuaderno de ingresos y egresos	Apuntes personales	No realiza cuentas/ no tiene	NS/NR	Total	Total de respuestas
<i>Sector</i>							
Comercio	43,0	20,6	25,1	9,8	1,5	100,0	470
Industria manufacturera	22,9	19,9	35,3	20,9	1,0	100,0	201
Hoteles/Restaurantes	34,8	23,6	26,2	13,9	1,5	100,0	267
Servicios	27,0	17,5	34,3	21,2	0,0	100,0	137
<i>Tamaño de empresa</i>							
3 empleados	29,7	20,0	32,3	16,4	1,6	100,0	616
De 4 a 5 empleados	37,9	21,8	25,3	14,1	0,9	100,0	340
De 6 a 8 empleados	55,5	22,7	17,6	4,2	0,0	100,0	119
<i>Años de fundación de la empresa</i>							
Más de 10 años	1,2	40,8	12,8	28,7	16,5	100,0	321
De 6 a 10 años	1,7	37,2	22,2	28,7	10,2	100,0	293
Menos de 6 años	0,5	30,4	26,3	28,2	14,6	100,0	411
NS/NR	4,0	26,0	20,0	28,0	22,0	100,0	50
<i>Nivel de educación del jefe</i>							
Ninguna	40,0	11,4	14,3	28,6	5,7	100,0	35
Primaria	22,7	18,6	36,6	21,6	0,5	100,0	194
Secundaria incompleta	26,8	18,1	33,2	20,0	2,0	100,0	205
Secundaria completa	38,5	23,3	24,5	12,5	1,2	100,0	335
Estudios superiores	44,0	22,7	26,7	6,0	0,7	100,0	300
NR	66,7	16,7	0,0	16,7	0,0	100,0	6
<i>Sexo del jefe</i>							
Hombres	42,0	18,6	23,8	14,3	1,3	100,0	462
Mujeres	30,0	22,5	32,0	14,4	1,1	100,0	613
Total	35,2	20,8	28,5	14,3	1,2	100,0	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

A partir de los datos por intervalo de educación, es claro que el empleo de la contabilidad formal aumenta sostenidamente con el incremento de los años de estudio del jefe. De hecho, la tendencia a utilizar este método entre los que tienen estudios superiores dobla a la que se da cuando el dueño solo tiene primaria (44% contra 22%). Por otra parte, únicamente el 6% de los que tienen estudios universitarios no lleva cuentas, contra un 22% de los que solo hicieron primaria. Sobre los apuntes personales, aunque la relación es más débil que en el caso anterior, se nota una leve disminución de su uso conforme aumenta la educación del entrevistado.

El anterior vínculo, sin duda, reafirma el impacto positivo que tiene la educación formal en el manejo administrativo por parte de los microempresarios, ofreciéndoles una oportunidad para que sus proyectos puedan ser exitosos. Evidentemente, la conducción del negocio se facilita cuando se asocian los resultados financieros con aspectos de la operación cotidiana de la empresa, como la rotación de productos, ventas por cobrar, cuentas pendientes, el flujo de caja, activos, pasivos etc. Esto solo se puede lograr por medio de la implementación de sistemas de contabilidad más sofisticados que permitan la construcción de razones financieras. De ahí la importancia de involucrar a los ministerios de educación en la ejecución de políticas dirigidas a este estrato de población.

En el caso particular del estudio, estos resultados pueden conducir a pensar que el porcentaje relativamente alto de microempresarios que lleva la contabilidad de manera informal puede ser una muestra de que en muchos casos ha primado la intuición o el sentido común a la hora de manejar su empresa. Ello puede dificultar tener información financiera clara y objetiva a la hora de tomar decisiones, y por tanto, un impacto en el crecimiento y/o sostenibilidad de la empresa.

En la valoración por sexo del jefe, se encuentra que existe una mayor propensión de los hombres por llevar contabilidad formal, pues el 42% de ellos lo hace, contra un 30% de las mujeres. En el caso de ellas se da un mayor uso a los apuntes personales con un 32%, seguido del cuaderno de ingresos y egresos con un 22,5%. La costumbre de no llevar ningún tipo de contabilidad es prácticamente igual en los dos (14% de los casos). Desde otra perspectiva, esta situación demuestra que cerca del 60% de los hombres y el 70% de la mujeres no cuentan con un sistema contable formal; y, aunque las mujeres de la muestra tienen un nivel educativo mayor que los varones, esto no se traduce en el uso de este tipo de contabilidad. Esto último puede ser producto de que las mujeres estén ubicadas en las empresas de menor tamaño y complejidad, y por ende, con una baja necesidad de procedimientos contables tradicionales.

Un escenario interesante de analizar es el de los registros contables más frecuentemente utilizados en cada país, pues se revelan grandes diferencias regionales. El dato más sobresaliente es que 3 de cada 4 microempresas encuestadas en Costa Rica, expresaron que sí implementan sistemas de contabilidad formal, porcentaje que es muy superior al que se da en cualquier otro país. Aunado a esto, únicamente solo un 1,3% no tiene control alguno. Castillo y Bonilla (2000) llegan a un resultado bastante similar; ellos encuentran que el 80,3% de las unidades productivas de pequeña escala en este país llevan una contabilidad formal de las actividades de su micronegocio, y tan solo el 5,9% de todas las empresas estudiadas carecen de algún tipo de registro. Probablemente, el grado de formalidad en la relación entre el Estado y las empresas

que caracteriza a aquel país, puede también haber permeado en el grado de formalidad al interior de las organizaciones, llevándolas a mantener estándares financieros y contables consistentes con el ambiente institucional prevaleciente. En estas mismas líneas, un estudio reciente del Observatorio de MiPYMES del la Universidad Estatal a Distancia (UNED) en Costa Rica señala que el 58,9% de las empresas encuestadas se formalizó desde un inicio (a diferencia de la presente investigación, la muestra del estudio citado incluye micro, pequeñas y medianas empresas)¹¹⁷.

Después de los microempresarios de este país, los hondureños y guatemaltecos son los que más emplean métodos contables formales (un 40% de los negocios). El dato de Guatemala es llamativo en vista de que ésta es la única nación de la Subregión en donde la mayoría de empresarios encuestados no realiza inventarios; y, en consecuencia, era de esperarse que también se diera una baja tasa de utilización de la contabilidad formal. Sin embargo, la proporción de negocios con éste sistema contable es superior a la de otros países con mayor uso de control de existencias. Quizás su tamaño relativo sea insuficiente para manejar inventarios, pero si buscan tener sus cuentas bien estructuradas porque desean que su actividad sea sostenible en el mediano y largo plazo. Esto también puede señalar la presencia de dos tipos de empresas, un grupo de acumulación y otro de subsistencia, y la variable inventario y contabilidad pueden ser indicadores de estas realidades.

En Nicaragua y República Dominicana solamente un 11,8% y 19,6% de las empresas expresaron tener contabilidad formal, en el orden respectivo. En el primer país, el método preferido para llevar sus cuentas son los apuntes personales, con un 51,6% de respuestas; mientras que en el último, es mucho más común que los microempresarios no realicen ningún tipo de registro (37,3%). La informalidad con el que las personas conducen sus negocios en estos países puede ser indicativa del alto nivel de subsistencia de las unidades económicas consideradas.

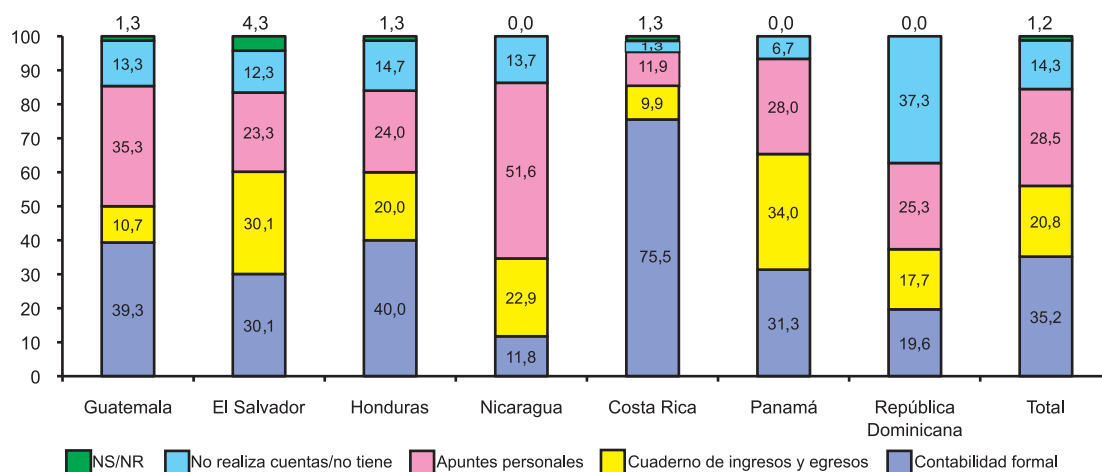
Adicionalmente, a modo de aprender sobre la formalidad en las relaciones comerciales de los encuestados, se incorporaron interrogantes respecto a los mecanismos que emplean los establecimientos para comprar sus insumos y vender sus productos y servicios (Cuadro 3.25). Para el 52,1% de todos los entrevistados, la principal forma de compra de insumos es por medio del pago al contado, el 32,8% prefiere una combinación de crédito/contado, mientras que un 11,4% hace las adquisiciones de materias primas a crédito o de fiado.

Si se asocia los mecanismos de compra con el tipo de contabilidad que implementan las unidades, se encuentra que aquéllas que utilizan contabilidad formal realizan las compras mayoritariamente de crédito/contado (43%) y seguidamente recurren al pago al contado (40%). Pero cuando las empresas utilizan métodos menos rigurosos de contabilidad, esa proporción se revierte; entre más informal se vuelve el sistema contable, más significativa se hace la participación de las compras al contado, en detrimento de las hechas por crédito/contado. Concretamente, entre los que utilizan el cuaderno de ingresos y egresos el mecanismo crédito/contado es utilizado en un 32% de los casos, en cambio, los pagos de contado alcanzan un 53%. Los que disponen de apuntes personales o no realizan cuentas presentan valores incluso más extremos; el 61% de los

117 Observatorio MiPYMES UNED (2008). Diagnóstico Nacional de MIPYMES, p. 21.

individuos adquieren sus insumos de contado y el uso de crédito/contado no supera el 26,5%. Lo anterior es un claro indicador de que el grado de formalidad de la empresa puede asociarse a la relación entre su tipo de contabilidad y sus formas de pago.

Gráfico 3.14
Tipo de contabilidad de los establecimientos por país
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Desde la perspectiva de las principales modalidades de venta de productos y servicios la situación es parecida a la anterior. A grandes líneas, el 67,6% del total de los entrevistados realiza las ventas de contado, mientras que un 24,4% lo hacen de crédito/contado (Cuadro 3.25). La relación con el tipo de contabilidad también deja ver que los establecimientos que usan sistemas de contabilidad menos estrictos son más propensos a vender con pagos al contado, en cambio los que tienen contabilidad formal usan en mayor medida la combinación crédito/contado (30,4%).

Parte de este comportamiento puede explicarse porque la mayoría de establecimientos que llevan contabilidad formal son los más grandes, aunado a esto, el monto de las ventas y compras de estas unidades es mayor, haciendo el pago al contado más difícil en algunos casos. Esto último se aprecia en el siguiente gráfico 3.15, el cual muestra las modalidades de compra de insumos por tamaño del negocio. Conforme disminuye este último, aumenta la participación de compras de contado, pues pasa de un 44,5% en las de mayor tamaño a 50% en las de 4 a 5 empleados, hasta alcanzar el 54,7% en las de 3 trabajadores. Paralelamente el peso de la combinación contado/crédito se incrementa al aumentar el tamaño del negocio, de un 33,2% a 43,7%.

Cuadro 3.25

Métodos de compra de insumos y venta de productos y servicios empleados entre los establecimientos por tipo de contabilidad en la Subregión (porcentajes)

	Contabilidad formal	Cuaderno de ingresos y egresos	Apuntes personales	No realiza cuentas/no tiene	NS/NR	Total
<i>Principal forma de compra de insumos</i>						
Irregular	2,4	1,8	1,6	1,3	0,0	1,9
De contado	40,2	53,1	61,1	61,0	61,5	52,1
A crédito o fiado	12,4	12,1	8,8	13,0	15,4	11,4
Con anticipos	1,3	0,9	1,0	1,3	0,0	1,1
A consignación	0,3	0,0	1,0	0,0	0,0	0,4
Contado y crédito	43,1	32,1	26,5	22,1	23,1	32,8
NS/NR	0,3	0,0	0,0	1,3	0,0	0,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Principal forma de venta de productos y servicios</i>						
Irregular	1,3	1,3	1,3	0,6	0,0	1,2
De contado	62,4	65,2	74,8	69,5	69,2	67,6
A crédito o fiado	4,0	6,7	3,3	9,1	0,0	5,0
Con anticipos	1,6	1,8	1,3	0,6	0,0	1,4
A consignación	0,3	0,4	0,7	0,0	0,0	0,4
Contado y crédito	30,4	24,6	18,6	20,1	30,8	24,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	378	224	306	154	13	1.075

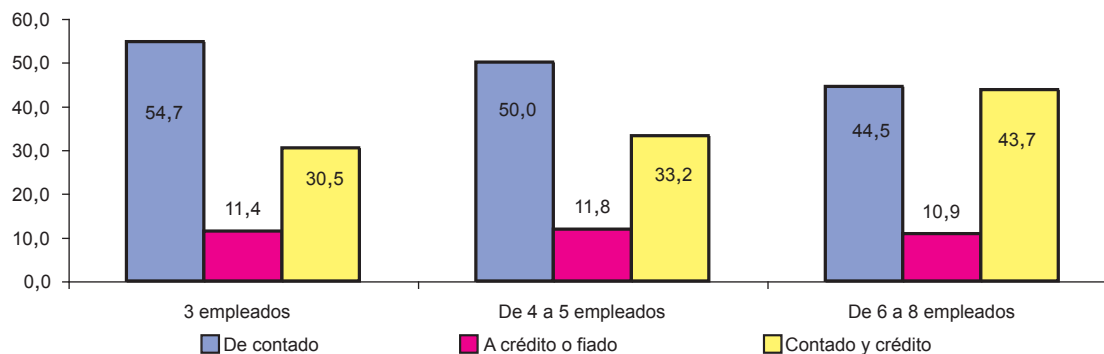
Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Si bien es cierto el tamaño de la unidad influye mucho en la necesidad de poseer sistemas contables y de inventarios más estrictos, el empleo de estos presentan una serie de ventajas que deberían de ser tomados en cuenta por todo tipo de negocios, independientemente de su tamaño. Son una poderosa herramienta analítica para comprender mejor los resultados financieros de la empresa y facilitan hacer proyecciones a largo plazo. También permiten diferir ingresos y egresos en el tiempo, lo que es muy útil para controlar los flujos de caja, por lo general muy irregulares en este estrato productivo. En la actualidad existen muchos programas de software sencillos que pueden usarse para facilitar esta tarea; pero como se mencionó, solamente una parte marginal de las empresas dispone de equipo de cómputo para implementarlos.

Con el análisis del manejo de los inventarios y la contabilidad, finaliza la sección destinada a caracterizar a las unidades económicas estudiadas. Esta parte presentó aspectos tales como el tamaño de los negocios, su antigüedad, el sector donde se ubican, el tipo de local y su equipamiento, etc. Adicionalmente se estudiaron los procesos de innovación y las modalidades

de financiamiento más comunes entre estas empresas. La información presentada muestra interesantes vínculos entre el tamaño y antigüedad de la empresa, el nivel educativo del empresario y el grado de consolidación y profesionalización del negocio.

Gráfico 3.15
Forma de compra de insumos de los establecimientos por intervalo de empleados en la Subregión
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En esa línea, así como es necesario hacer una descripción de las características de las empresas sujetas de la investigación, igualmente es fundamental conocer acerca del empresario. Conocer más de ellos implica aprender sobre sus estilos de gestión, así como su aptitud de liderazgo. La siguiente parte del estudio se centra, precisamente, en la descripción detallada del perfil de los emprendedores y sus empleados.

3.2.2 Características del empresario y los trabajadores

Mucho del comportamiento del negocio es resultado de los rasgos personales del empresario. Por ello, además de la información de la empresa y sus características, es fundamental identificar algunas peculiaridades de los entrevistados, tales como su edad, nivel educativo, rasgos de personalidad, expectativas respecto del negocio en el futuro, etc. Además, en este acápite se consideran algunos de los rasgos de sus equipos de trabajo, también asociados a la edad, género, educación, posible grado de parentesco, entre otros. Con ello se tratará de establecer, si es posible, relaciones entre los patronos, así como otros vínculos que permitan conocer más de la interacción al interior de la empresa.

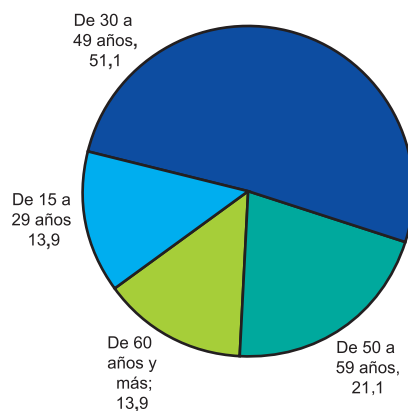
Generalidades del propietario

Dada la importancia de conocer las conductas empresariales y su impacto en el desempeño de la firma, se considera algunas de sus características más relevantes, intentando vincularlas con sus antecedentes productivos y expectativas respecto del negocio.

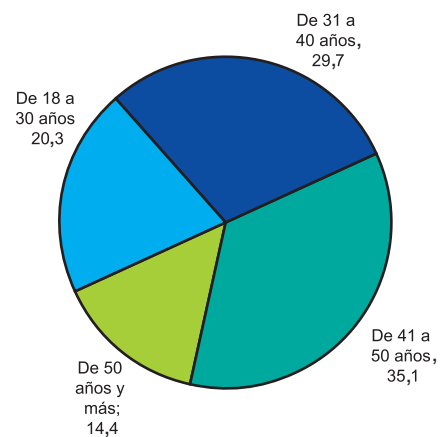
Para comenzar, se comparan los datos de la edad de los encuestados en la muestra con los que se reportan en las encuestas de hogares de los países de la Subregión. Como se observa en el gráfico 3.16, la mayor parte de los microempresarios del segmento estudiado en este estudio se encuentra en el rango 41 a 50 años (35,1%), en segundo lugar se encuentran los empresarios de 31 a 40 años (29,7%), y en tercero los de 18 a 30 años (20,3%).

Gráfico 3.16

Edad de patronos según encuestas de establecimientos 2006
(porcentajes)



Edad del entrevistado a nivel regional
(porcentajes)



Nota: No incluye a Guatemala

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas de hogares de los países proporcionadas por el Sistema de Información y Análisis Laboral de la OIT (SIAL), 2006.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresas realizada por CID Gallup, 2007.

En el caso de la encuesta de hogares, la mayor parte de los patronos de microempresas se encuentra en el rango de 30 a 49 años (51,1%), mientras que el segundo grupo es el 50 a 59 años (21%). El grupo de empresarios de entre 30 y 50 años es el más significativo, lo cual va en contra de la intuición respecto de la participación de la juventud en la actividad empresarial.

En el rango de 41 a 50 años, la mayor parte de los entrevistados se encuentran en Panamá y Costa Rica (43,3% y 41,7% respectivamente). En el rango de entre 31 y 40 años, Nicaragua Guatemala y Panamá concentra los mayores porcentajes de entrevistados (39,9%, 34% y 34% respectivamente). Entre los 18 y 30 años, Honduras y Guatemala ostentan los mayores grupos en este rango (30 y 26% respectivamente). Finalmente, en el caso del grupo de 51 y más años, República Dominicana y Honduras son los que muestran la mayor concentración (27,8% y 20% respectivamente –cuadro 3.26).

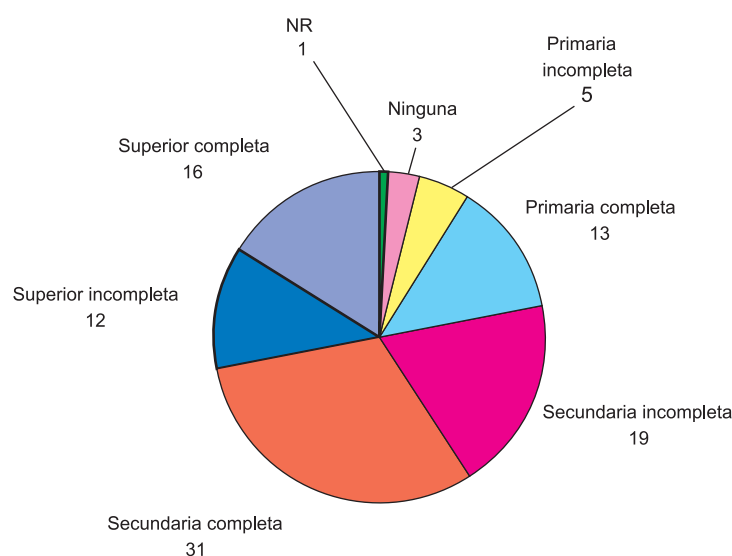
Cuadro 3.26
Edad de los jefes de los establecimientos por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR	1,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	3,8	0,8
Entre 18 y 30	26,0	14,1	30,0	20,9	19,9	14,7	17,1	20,3
Entre 31 y 40	34,0	33,1	24,7	39,9	22,5	34,0	19,6	29,7
Entre 41 y 50	36,0	39,3	24,7	28,8	41,7	43,3	31,6	35,1
51 y más	2,7	13,5	20,0	10,5	15,9	8,0	27,8	14,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Otros aspectos también relevantes de las características del empresario, como su género, nivel educativo y ocupación principal en la actividad fueron indagadas por la encuesta. En el caso de la educación a nivel regional, los resultados se ven en el gráfico 3.17.

Gráfico 3.17
Nivel educativo de los jefes de los establecimientos en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En cuanto al nivel educativo, es importante señalar que el 31,2% de los jefes de la muestra contaba con secundaria completa, 19,1% con secundaria incompleta y 15,5% contaba con superior completa. Asimismo, 13,5% señaló tener primaria completa, y 12,4% superior incompleta. Lo pertinente es que menos del 19% señaló que tenía primaria completa o incompleta. Una de las razones de este patrón podría estar influenciada por el sesgo de selección de la muestra que buscó unidades económicas de al menos tres trabajadores, y que los dueños al menos contaran con primaria completa, aunque no siempre se pudo cumplir con este último parámetro.

La información del gráfico es significativa en la medida que tradicionalmente se ha asociado a las microempresas con niveles educativos muy bajos y hasta sin ellos.

En el caso del segmento estudiado en esta investigación, casi el 80% cuenta al menos con educación secundaria. Así, es posible señalar que el avance educativo de los países de la Subregión tiene su reflejo también en la mayor educación de los microempresarios. Esto es coincidente con los datos del PNUD¹¹⁸ que muestran un progreso significativo en el nivel educativo de América Latina respecto a todo el mundo. La tasa de alfabetismo mundial adulto fue en 2003 de 82% para los mayores de 15 años, mientras que en 1997 era del 78%. En América Latina, la tasa en 2003 fue de 89,6%, mientras que en 1997 fue del 87,2%. La información del cuadro 3.27 muestra que Nicaragua (41,8%), Costa Rica y Panamá son los países que ostentan la mayor proporción de empresarios con educación superior (completa o no).

Respecto al género, el 57% de los encuestados son mujeres y el 43% son hombres (Cuadro 3.27). Éste fue un requerimiento del equipo investigador en la medida de conocer en más detalle características de las mujeres empresarias, las cuales han sido identificadas en los estudios sobre microempresas como un grupo muy importante. Así, encontramos la mayor diferencia respecto del promedio en Nicaragua y Costa Rica (65,4% y 63,6%). En razón de lo anterior, se contrasta la información de la muestra con datos tomados de las encuestas de hogares con el propósito de equilibrar la información y contar con parámetros realistas respecto de la composición empresarial en la Subregión. De esta forma, en promedio, casi el 27% de las empresas se encuentran dirigidas por una mujer, lo cual contrasta con los datos de la muestra. (Gráfico 3.18).

Cuadro 3.27

Género, educación y ocupación de los jefes de los establecimientos por país (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Género</i>								
Masculino	48,7	48,5	44,0	34,6	36,4	40,7	47,5	43,0
Femenino	51,3	51,5	56,0	65,4	63,6	59,3	52,5	57,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Nivel de educación</i>								
Ninguna	2,7	4,3	2,0	2,6	2,0	0,0	8,9	3,3
Primaria incompleta	2,7	6,7	5,3	0,0	2,6	0,0	13,9	4,6
Primaria completa	22,7	17,8	14,7	15,0	11,9	4,0	8,2	13,5
Secundaria incompleta	24,0	9,8	23,3	17,0	15,2	18,7	25,9	19,1
Secundaria completa	34,7	35,6	32,7	23,5	27,8	33,3	30,4	31,2
Superior Incompleta	9,3	11,7	6,7	15,7	13,2	24,0	6,3	12,4
Superior completa	4,0	12,9	15,3	26,1	24,5	20,0	6,3	15,5
NS/NR	0,0	1,2	0,0	0,0	2,6	0,0	0,0	0,6

Continúa en la página siguiente.

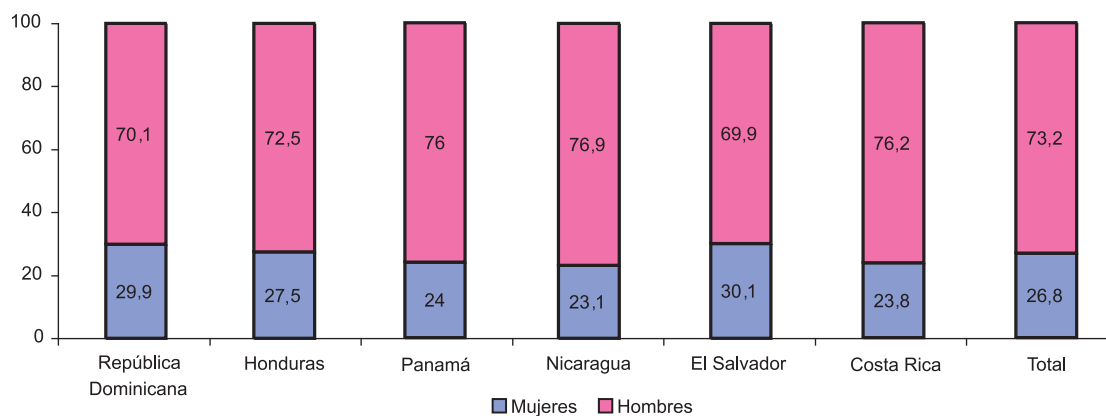
118 UNDP, Human Development Report 2005 y 1999.

Viene de la página anterior:

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Ocupación principal dentro del establecimiento</i>								
NS/NR	3,3	0,0	0,0	2,6	2,0	0,0	4,4	1,8
Ventas	18,0	3,7	4,7	12,4	0,0	5,3	7,0	7,3
Producción	12,0	3,7	2,0	7,8	0,0	5,3	0,0	4,4
Administración/contabilidad	66,0	92,0	90,7	75,8	98,0	88,7	87,3	85,6
Mensajero/distribución/repartidor	0,7	0,6	2,7	0,7	0,0	0,7	0,0	0,7
Servicio al cliente	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,1
Seguridad	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,6	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Gráfico 3.18
Jefatura de los establecimientos según género por país^{1/}
(porcentajes)



Nota:

^{1/}Guatemala no cuenta con la encuesta de hogares para el 2006, por lo cual no se incluye en el gráfico.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas de hogares de los países proporcionadas por el Sistema de Información y Análisis Laboral de la OIT (SIAL), 2006.

En cuanto a la ocupación principal del dueño en el negocio (Cuadro 3.27), los resultados muestran categóricamente que sus responsabilidades se centran en un 85,6% en labores administrativas/contables; en un segundo lugar muy rezagado en las ventas (7,3%); y en tercer lugar en la producción (4,4%). En Costa Rica el 98% de los empresarios se dedican a labores administrativas/contables, mientras que en Guatemala solo el 66% se dedica a ello. En este último país, las ventas son la actividad preponderante del 18% de los encuestados, mientras que la producción ocupa un 12%. Obviamente la administración, como actividad más involucrada con el día a día de la empresa, probablemente limita el tiempo del empresario hacia el análisis

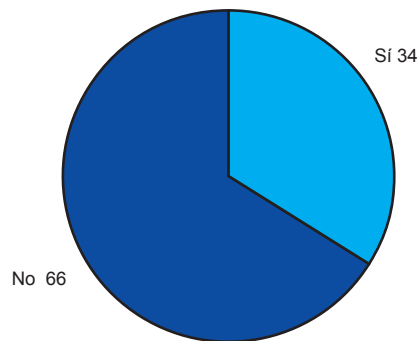
de las opciones de crecimiento de la empresa (pensamiento estratégico), la innovación, etc. De esta forma, una eficiente operación diaria puede mantener a la empresa bajo cierta estabilidad, pero ello no asegura la sostenibilidad en el mediano-largo plazo.

Se indagó también respecto del grado de sofisticación de la unidad económica a través de dos variables que buscan una aproximación a la misma. Por un lado, se preguntó si es que el patrono se encuentra registrado en el seguro social (indicador tradicional del grado de formalidad de la empresa) y, por el otro, si éste se asigna una remuneración o no. Esto indicaría también el grado de formalidad de la administración de los recursos por parte del propietario.

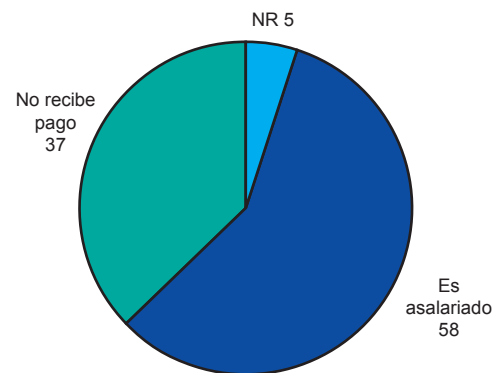
Las respuestas a estas interrogantes a nivel regional se encuentran en el gráfico 3.19. Únicamente un tercio de los entrevistados se encuentra registrado en el seguro social. Esto señalaría que hay un porcentaje importante que no aporta, y que al menos desde esta perspectiva, no se encuentra formalizado. Las razones pueden asociarse desde restricciones económicas hasta la percepción de que el valor de la aportación no es compensado por la calidad de los servicios. De otro lado, un 58% de los entrevistados dice contar con un salario. Sin embargo, un 37% señala no recibir un honorario, lo cual podría indicar cierto grado de desorganización en la asignación de los ingresos de la empresa, y por tanto, cierta informalidad en la gestión.

Gráfico 3.19

Registrado en el Seguro Social
(porcentajes)



El entrevistado...
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

La situación del aseguramiento en los países varía bastante. En Guatemala el 90% de los entrevistados no estaba registrado en la seguridad social, mientras que en Costa Rica ese porcentaje era del 28,5% (Cuadro 3.28). En Nicaragua y República Dominicana también señalaron en un 79,1% y 71,5% no estar registrados en la seguridad social. Esto podría revelar un alto grado de informalidad laboral.

En este sentido, la formalidad se refleja desde dos perspectivas. La primera (contribución a la seguridad social), como parte de la relación entre el estado y las empresas. En ese punto, los

resultados muestran que en América Central aún hay mucho camino por recorrer. En atención a ello, la evidencia internacional muestra que el deseo de las empresas por formalizarse es resultado de una decisión económica (asociada generalmente a su proceso de crecimiento y su necesidad de interactuar con otros agentes más formalizados y que requieren de un mayor grado de institucionalidad de la unidad económica), por lo que el acento de las políticas debe orientarse a generar un entorno favorable a los negocios.

La segunda perspectiva (grado de asalariamiento del patrón), más bien trata de concentrarse en el grado de formalidad o profesionalización en la operación de la empresa. En ello se observa más avance en la medida que al asignarse una remuneración el patrón, la unidad económica no es vista como la “caja chica” de la familia, y por tanto, la asignación de los recursos entre empresa y familia está claramente delimitada.

Respecto al asalariamiento, Honduras, Panamá y el Salvador (72,7%, 67,3%, y 61,3% respectivamente) son quienes señalan en mayor medida asignarse una remuneración. Nicaragua y Costa Rica por el contrario son los que mayoritariamente no se asignan salarios (53,6% y 41,7% - Cuadro 3.28).

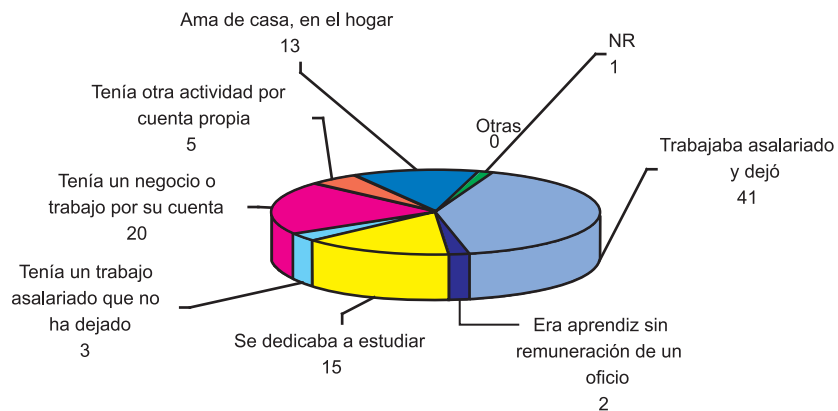
Cuadro 3.28
Aproximaciones al grado de formalidad de los empresarios por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Empresario registrado en la Seguridad Social</i>								
NS/NR	4,0	8,6	4,7	3,9	1,3	0,0	1,9	3,5
Sí	6,0	31,3	33,3	17,0	70,2	44,0	26,6	32,6
No	90,0	60,1	62,0	79,1	28,5	56,0	71,5	63,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Empresario asalariado o no</i>								
NS/NR	24,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	8,2	4,7
Asalariado	45,3	61,3	72,7	46,4	58,3	67,3	56,3	58,2
No recibe pago	30,0	38,7	27,3	53,6	41,7	32,7	35,4	37,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

A la vez de conocer sobre estas características empresariales, se quiso profundizar en las motivaciones de los propietarios para llevar adelante la aventura empresarial y sus antecedentes previos. La primera indagación fue sobre cuál era la labor que realizaba antes de iniciar su negocio. Un 41% tenía un trabajo asalariado, 20% tenía un negocio propio, 15% se dedicaba a estudiar y un 13% se dedicaba a actividades en el hogar. En este grupo se encuentra casi el 90% de todas las respuestas (Gráfico 3.20).

Gráfico 3.20
A que se dedicaban los jefes antes de iniciar su negocio en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En República Dominicana, Costa Rica y El Salvador la respuesta preponderante era el tener un trabajo asalariado (48,1%, 46,4%, 44,2% respectivamente). En El Salvador (19%), Nicaragua (18,3%) y Honduras (17,3%) se dedicaban a estudiar. En Panamá (19,3%), República Dominicana (18,4%) y Guatemala (17,3%) se dedicaban a las tareas del hogar (cuadro 3.29).

Cuadro 3.29
Actividad anterior a la empresa de los jefes de los establecimientos
y el tiempo que le dedicaron a ella por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Anterior actividad de la empresa</i>								
NS/NR	2,7	1,2	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Se dedicaba a estudiar	14,0	19,0	17,3	18,3	11,3	12,7	13,3	15,2
Trabajaba asalariado y dejó	39,3	44,2	34,0	35,9	46,4	32,7	48,1	40,2
Tenía un negocio o trabajo por su cuenta	17,3	14,7	24,0	32,7	14,6	18,0	15,2	19,4
Era aprendiz sin remuneración de un oficio	2,7	1,2	4,0	0,7	0,7	4,0	0,6	2,0
Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado	2,7	3,7	6,7	0,7	0,0	6,0	3,2	3,3
Tenía otra actividad por cuenta propia	4,0	8,0	3,3	1,3	13,2	7,3	1,3	5,5

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior:

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ama de casa, en el hogar	17,3	7,4	10,0	7,8	13,9	19,3	18,4	13,4
Taxista	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1
Trabajo fuera del país	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1
Trabajo salón de belleza	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1
Nada	0,0	0,6	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tiempo que le dedicó a la actividad</i>								
NS/NR	11,3	3,7	2	4,6	2,6	0,7	3,8	4,1
Menos de un año	4,7	1,8	1,3	0	0,7	2,7	1,3	1,8
De 1 a 2 años	7,3	8	9,3	9,2	6,6	11,3	5,1	8,1
De 2 a 5 años	26	18,4	16	22,9	20,5	22,7	9,5	19,3
5 años y más	50,7	68,1	71,3	63,4	69,5	62,7	80,4	66,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

El 67% de los encuestados realizó todas estas labores durante cinco o más años. Esto implica que para dos tercios de los entrevistados fueron sus actividades preponderantes por un tiempo largo, lo cual supone cierto grado de estabilidad en la actividad previa. Aunado a lo anterior; una posible tarea remunerada por cinco o más años implicaría un conocimiento razonablemente acabado de las características de esa labor; la cual pudo ser el antecedente más claro a su posterior orientación emprendedora (República Dominicana - 80,4%, Honduras - 71,3%, Costa Rica - 69,5% - y El Salvador - 68,1% - son los con mayor preponderancia de mantenerse en una actividad por más de cinco años).

El análisis de la anterior actividad por sexo revela varias cosas interesantes (Cuadro 3.30). En primer lugar; que eran proporcionalmente más hombres que mujeres quienes tenían un trabajo asalariado y lo dejaron (49% frente a 34%). En segundo lugar; que las mujeres ocupaban un rol de exclusividad en el hogar frente a los varones (23% frente a 0,6%). Comparativamente, más mujeres se dedicaban a estudiar (15,7% frente a 14,5%). De otro lado, y a pesar que en la muestra hay menos hombres, se observa que son éstos quienes señalan más frecuentemente ser aprendiz sin remuneración de un oficio (62% frente a 38%). Asimismo, son los hombres quienes tienden a señalar más tener un trabajo asalariado que no han dejado (57% frente a 43%), o que tienen otra actividad por cuenta propia (54% frente a 46%). Ello lleva a señalar el importante rol que juega el género en la definición de las actividades de los hoy empresarios.

Cuadro 3.30
Anterior actividad a la que se dedicaban los jefes de los establecimientos
por sexo en la Subregión
(porcentajes)

	Hombres	Mujeres	Total
NS/NR	1,3	0,2	0,7
Se dedicaba a estudiar	14,5	15,7	15,2
Trabajaba como asalariado y lo dejó	48,7	33,8	40,2
Tenía un negocio o trabajo por su cuenta	20,1	18,9	19,4
Era aprendiz sin remuneración de un oficio	2,8	1,3	2,0
Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado	4,3	2,4	3,3
Tenía otra actividad por cuenta propia	6,9	4,4	5,5
Ama de casa, en el hogar	0,6	23,0	13,4
Taxista	0,0	0,2	0,1
Trabajo fuera del país	0,2	0,0	0,1
Trabajo en salón de belleza	0,0	0,2	0,1
Nada	0,4	0,0	0,2
Total	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	462	613	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Otro elemento que determina la anterior actividad del jefe y su decisión de incorporarse a la vida empresarial es la edad de éste. De esta forma, a edad más temprana casi el 38,1% se dedicaba a estudiar; porcentaje que cae dramáticamente en el rango de 51 años y más (5,9%).

El tener un trabajo asalariado y dejarlo también tiene un patrón etario que llega al tope a los 40 años y luego cae (Cuadro 3.31). Entre los 18 y 30 años, solo el 16% se encuentra en esa situación, que llega al 35,9% en el rango de 41-50 años y cae en el rango siguiente de 51 y más años a 13,9%. La razón es bastante clara, y se asocia a la edad laboral de mayor rendimiento. El trabajar en la casa también muestra un patrón creciente hasta el rango de 41 a 50 años y luego cae. Todo lo anterior muestra que la edad en mucho determina el tipo de actividad en la que se desempeñan los empresarios de la investigación.

Posteriormente se quiso conocer más respecto de las motivaciones de los empresarios para iniciar el negocio. A nivel regional, las razones principales se orientaron fundamentalmente a la necesidad de ser independiente (24%), complementar el ingreso familiar (19%), una buena idea de negocio (16%), tradición familiar (14%), mayor ingreso que como asalariado (13%), entre otras (Gráfico 3.21).

Cuadro 3.3 I

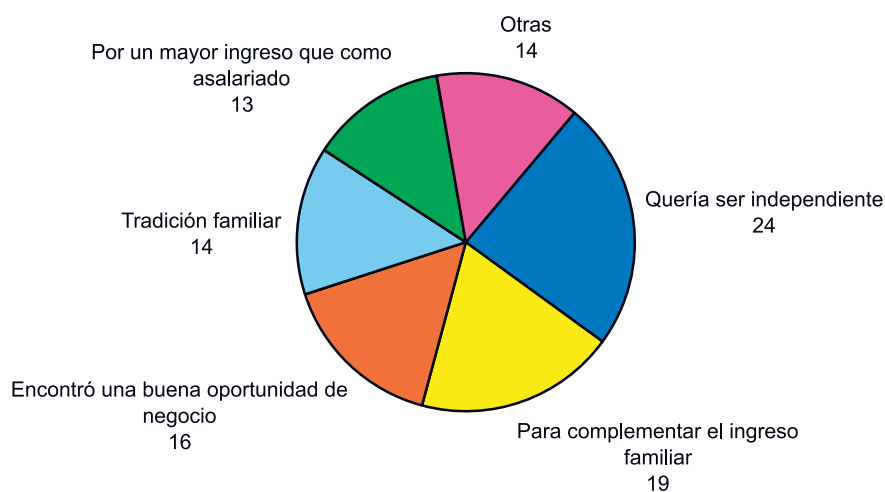
Anterior actividad a la que se dedicaban los jefes de los establecimientos por intervalo de edad en la Subregión (porcentajes)

	De 18 a 30 años	De 31 a 40 años	De 41 a 50 años	De 51 años o más	NS/NR	Total
NS/NR	1,4	0,0	1,1	0,0	0,0	0,7
Se dedicaba a estudiar	38,1	12,9	7,7	5,9	11,1	15,2
Trabajaba asalariado y dejó	30,7	44,8	42,2	39,5	33,3	40,2
Tenía un negocio o trabajo por su cuenta	12,4	20,1	19,9	27,6	11,1	19,4
Era aprendiz sin remuneración de un oficio	0,5	3,1	1,9	2,0	0,0	2,0
Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado	3,2	2,2	5,0	1,3	0,0	3,3
Tenía otra actividad por cuenta propia	3,2	4,7	6,1	9,2	0,0	5,5
Ama de casa, en el hogar	9,6	12,2	15,6	13,8	44,4	13,4
Taxista	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Trabajo fuera del país	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,1
Trabajo salón de belleza	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,1
Nada	0,5	0,0	0,3	0,0	0,0	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	218	319	377	152	9	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Gráfico 3.2 I

Motivación para iniciar el negocio en la Subregión (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En general, ser independiente es la opción principal a nivel regional para iniciar una actividad empresarial, pero existen distintos matices respecto a su preponderancia entre los países. En efecto, en El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, y República Dominicana, son otras las motivaciones que llevan a estos emprendedores a iniciar un negocio. En El Salvador el motivo primordial es complementar el ingreso familiar (lo mismo que en Nicaragua y República Dominicana); mientras que en Honduras es lograr un ingreso mayor que como asalariado. En Costa Rica la razón más mencionada fue la aparición de una buena oportunidad de negocio (Cuadro 3.32).

Cuadro 3.32
Motivaciones de los jefes de los establecimientos para iniciar el negocio por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR/Ninguno	2,0	0,0	4,0	0,0	0,7	0,0	2,5	1,3
Tradición familiar	12,7	9,2	12,7	22,2	19,2	10,7	13,3	14,2
Horario flexible	4,7	3,1	4,0	0,7	0,7	0,7	0,0	2,0
Por un mayor ingreso que como asalariado	16,7	14,7	20,7	8,5	7,3	6,0	20,3	13,5
Para complementar el ingreso familiar	11,3	25,8	18,7	23,5	10,6	15,3	24,1	18,6
No encontró empleo como trabajador asalariado	0,7	3,7	0,7	0,0	0,0	3,3	1,3	1,4
Despido o recorte de personal	3,3	4,3	2,7	1,3	3,3	0,7	1,9	2,5
Quería ser independiente	28,0	23,3	13,3	21,6	19,2	32,0	22,8	22,9
Encontró una buena oportunidad de negocio	20,7	10,4	12,7	15,7	23,2	27,3	6,3	16,5
Experiencias anteriores	0,0	3,1	3,3	0,7	5,3	3,3	3,2	2,7
Le gusta el área que desarrolló	0,0	2,5	6,7	5,9	9,9	0,7	3,8	4,2
Humanitario	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Realización como persona	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,6	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a a encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Lo importante en este acápite es que, a diferencia de otros estudios sobre las motivaciones emprendedoras (donde el afán de independencia es la más importante), el ingreso es un tema relevante en el análisis individual por país. Kantis (2005), por ejemplo, señala que entre las

pequeñas empresas “dinámicas”, la principal motivación es lograr satisfacer un logro personal (en Argentina 87,5%; Brasil 91,7%; México 94,7%; Costa Rica 92,9%; El Salvador 96,6%), luego poner sus conocimientos en práctica y recién en tercer lugar el incrementar el ingreso¹¹⁹. Es cierto que estas unidades económicas se caracterizan por un alto nivel educativo del empresario (al menos el 55% de ellos son graduados universitarios), y se encuentran ubicados en sectores de un gran dinamismo económico (como la tecnología de información y comunicación). Con ello, se puede señalar que, de nuevo, el nivel educativo es una variable muy importante en el tipo de empresa, motivaciones y aspiraciones de los empresarios involucrados.

Adicionalmente se buscó indagar sobre si existiría alguna relación entre el sexo y la motivación a iniciar el negocio. El afán de independencia es mayor en los hombres que en las mujeres (26% frente a 20%), así como ganar un mayor ingreso que como asalariado (15,2% frente a 12,2%), aunque solo levemente. Sin embargo, cabe resaltar que en el caso de las empresarias, el complementar el ingreso familiar es claramente superior al caso de ellos (21,9% frente a 14,3%). Lo anterior muestra que es posible establecer algunas orientaciones respecto de la actividad emprendedora asociados al sexo de los propietarios (cuadro 3.33).

Cuadro 3.33
Motivaciones de los jefes de los establecimientos para iniciar el negocio
por sexo en la Subregión
(porcentajes)

	Hombres	Mujeres	Total
NS/NR/Ninguno	1,1	1,5	1,3
Tradición familiar	14,3	14,2	14,2
Horario flexible	2,6	1,5	2,0
Por un mayor ingreso que como asalariado	15,2	12,2	13,5
Para complementar el ingreso familiar	14,3	21,9	18,6
No encontró empleo como trabajador asalariado	1,3	1,5	1,4
Despido o recorte de personal	1,7	3,1	2,5
Quería ser independiente	26,0	20,6	22,9
Encontró una buena oportunidad de negocio	16,9	16,2	16,5
Experiencias anteriores	3,0	2,4	2,7
Le gusta el área que desarrolló	3,2	4,9	4,2
Humanitario	0,2	0,0	0,1
Realización como persona	0,2	0,2	0,2
Total	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	462	613	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

¹¹⁹ Kantis, H. y otros (2005), pp. 35-37.

Cuadro 3.34
Anterior actividad frente a la motivación a iniciar el negocio en la Subregión
 (porcentajes)

	Ns / Nr / Ninguno	Tradición familiar	Horario flexible	Por un ma- yor ingreso que como asalariado	Para com- plementar el ingreso familiar	No encon- tró empleo como trabajador asalariado	Despido o recorte de perso- nal	Quería ser independ- iente	Encon- tró una buena oportu- nidad de negocio	Expe- riencias anterio- res	Le gusta el área que desarrolló	Huma- nitario	Real- ización como perso- na	Total
Anterior actividad														
NS/NR	7,1	2,0	4,8	0,7	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7
Se dedicaba a estudiar	14,3	26,1	28,6	11,0	10,5	26,7	0,0	16,7	13,0	10,3	13,3	100,0	0,0	15,2
Trabajaba asalariado y dejó	64,3	28,8	33,3	60,0	31,5	13,3	81,5	48,0	32,2	31,0	28,9	0,0	50,0	40,2
Tenía un negocio o trabajo por su cuenta	0,0	22,9	9,5	9,0	20,5	13,3	7,4	13,4	29,4	44,8	33,3	0,0	50,0	19,4
Era aprendiz sin remun- eración de un oficio	0,0	5,2	0,0	2,1	0,5	0,0	7,4	1,6	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0
Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado	7,1	0,7	9,5	6,2	3,5	6,7	0,0	3,7	1,7	3,4	2,2	0,0	0,0	3,3
Tenía otra actividad por cuenta propia	7,1	2,6	4,8	0,7	8,0	0,0	0,0	4,5	9,6	10,3	11,1	0,0	0,0	5,5
Ama de casa. en el hogar	0,0	10,5	9,5	9,7	25,5	40,0	3,7	11,8	11,3	0,0	11,1	0,0	0,0	13,4
Taxista	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Trabajo fuera del país	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Trabajo en salón de belleza	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Nada	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	14	153	21	145	200	15	27	246	177	29	45	1	2	1.075

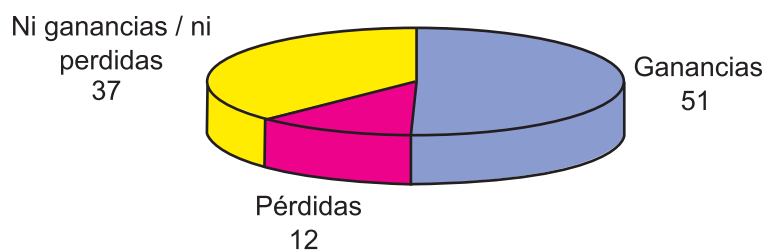
Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Otra combinación relevante se vincula a sus motivaciones para iniciar el negocio y la anterior actividad que desempeñaba (Cuadro 3.34). En el grupo de los que querían ser independientes, un 48% de ellos era asalariado y dejó de serlo, 17% se dedicaba a estudiar, 13% tenía un negocio y 12% era ama de casa. De otro lado, entre quienes querían complementar ingreso, el 32% era asalariado y dejó de serlo, el 26% era ama de casa, y un 21% tenía un negocio. Solo 11% se dedicaba a estudiar. De los que señalaron encontrar una buena oportunidad de negocio, 32% era asalariado y dejó de serlo 29% tenía trabajo por cuenta propia, 13% se dedicaba a estudiar y 11% era ama de casa. Lo anterior refleja que quienes iniciaron un negocio por estas tres motivaciones en general contaban con un trabajo asalariado, tenían un negocio o estudiaban. Solo en el grupo de los que buscan complementar ingreso, aparece en segundo lugar el ser ama de casa. Esto refleja con claridad la necesidad de complementar ingreso que lleva a la mujer a entrar a la actividad económica empresarial (no laboral).

Sin embargo, y más allá de la motivación al emprendimiento, es necesario tener en mente que aunque ella es importante como detonante del inicio de la aventura empresarial, el desempeño posterior y sus expectativas son las que determinan en mucho las aspiraciones respecto de la continuidad del negocio. Esto se verá a continuación.

La encuesta incluyó un apartado que indagó sobre la situación del negocio en los últimos dos años y sus expectativas al respecto. Particularmente, si en el período 2006-2007 la unidad económica experimentó ganancias o pérdidas. En la Subregión, la mayoría de los entrevistados señaló ganancias (49%), o en todo caso ni ganancias ni pérdidas (35%). Esto da una sensación positiva respecto sus resultados económicos (Gráfico 3.22).

Gráfico 3.22
Opinión general sobre los resultados del negocios 2006-2007 en la Subregión
(porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En el caso del análisis individual, la situación es semejante aunque con los altibajos propios del desempeño económico de cada país de la muestra. Se observa que quienes señalaron ganancias de manera mayoritaria fueron Costa Rica (72,2%), Guatemala (65,3%) y Panamá (56,7%). A la vez, los países en donde los empresarios señalaron más comúnmente pérdidas fueron República Dominicana (22,8%), El Salvador (17,2%) y Nicaragua (15,7%) (Cuadro 3.35).

Cuadro 3.35
Opinión de los jefes de los establecimientos sobre resultados del negocio
en el período 2006-2007 por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR	3,3	5,5	4,0	4,6	3,3	2,7	5,7	4,2
Ni ganancias ni pérdidas	26,0	49,1	37,3	40,5	20,5	33,3	36,7	35,0
Pérdidas	5,3	17,2	7,3	15,7	4,0	7,3	22,8	11,5
Ganancias	65,3	28,2	51,3	39,2	72,2	56,7	34,8	49,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Como se aprecia en el cuadro 3.35, hay en general una percepción positiva respecto de sus resultados económicos para los dos años anteriores. Por ello, se les preguntó también sobre sus perspectivas en cuanto al futuro del negocio: continuar con el mismo o abandonarlo.

Básicamente, la respuesta mayoritaria fue la de continuar con el negocio. Como se observa en el cuadro 3.36, el 93,1% continuará, mientras que únicamente un 5,6% lo abandonará, y un 1,3% no sabe o no responde a la pregunta. Se desprende, por lo consiguiente, que existe una consolidada tendencia regional alrededor de mantenerse en la actividad empresarial.

Cuadro 3.36
Opinión de los jefes de los establecimientos sobre las expectativas
del negocio por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR	4,0	1,2	2,0	0,7	0,7	0,0	0,6	1,3
Continuar con negocio	90,7	93,9	92,7	94,1	94,7	96,0	89,9	93,1
Abandonar negocio	5,3	4,9	5,3	5,2	4,6	4,0	9,5	5,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

En el análisis por países, Panamá es el que presenta la mayor propensión a mantenerse en la actividad (96%), mientras que República Dominicana es el que tiene una mayor tendencia a abandonarla (9,5%).

Aquéllos que señalaron que continuarán con el negocio, fueron sujetos de una nueva pregunta alrededor de la forma en que continuarán. El resultado general se observa en el cuadro 3.37.

Como puede verse, la opinión más frecuente entre todos los empresarios fue ampliando el número de productos (38,4%), seguida de realizando nuevas inversiones (34,8%) y diversificando productos y servicios (20,8%).

Es importante analizar estas respuestas, porque en el contexto del estudio la mayor parte de las empresas entrevistadas son del ámbito comercial. Dado esto, probablemente la incorporación de nuevos productos no implique un esfuerzo tan significativo como el aumento de la nómina de trabajadores o la realización de nuevas inversiones, los cuales si pueden suponer un cambio significativo en los procesos de crecimiento del negocio.

Cuadro 3.37
Opinión de los jefes de los establecimientos sobre cómo van a continuar con el negocio por país
(porcentajes-respuesta múltiple)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ampliando el número de sus productos	37,5	39,2	33,1	45,1	31,5	46,5	35,2	38,4
Aumentando el número de trabajadores	9,6	5,2	7,9	6,3	8,4	3,5	6,3	6,7
Diversificando los productos y servicios	21,3	26,1	11,5	27,1	28	14,6	16,2	20,8
Realizando nuevas inversiones	33,1	24,8	41,7	34	39,2	27,8	43,7	34,8
Exportando	1,5	0	0	0,7	2,1	0	1,4	0,8
Con otro plan	2,9	0	2,9	0,7	9,1	3,5	10,6	4,2
NS/NR	14,7	4,6	2,9	4,2	3,5	4,2	2,8	5,2
Total de respuestas	136	153	139	144	143	144	142	1.001

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Lo anterior también se observa en los estudios por país como puede verse en el cuadro 3.37. Los casos más destacables son los de Panamá, Nicaragua y El Salvador, cuyas respuestas están por encima del promedio para la primera opción. En el caso de la realización de nuevas inversiones, llaman la atención República Dominicana, Honduras, Costa Rica, los cuales muestran porcentajes superiores al promedio. Adicionalmente se puede apreciar que el tema de la exportación, en general, no es un asunto en la agenda de los microempresarios dada la poca incidencia de respuestas sobre el particular.

Por otro lado, también se indagó entre quienes señalaron su deseo de abandonar el negocio y las razones de su decisión. Es necesario aclarar que el número de respuestas por país no es para nada significativo, sin embargo, sí puede ser una señal de por donde van las razones de la desilusión respecto de la aventura empresarial (cuadro 3.38).

Cuadro 3.38
Opinión de los jefes de los establecimientos sobre las razones
por las que abandonarían el negocio por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Por bajas ganancias	62,5	62,5	62,5	37,5	14,3	66,7	80,0	58,3
Para emprender otra actividad	12,5	12,5	25,0	12,5	42,9	0,0	0,0	13,3
Para contratarse como asalariado	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7
No logró lo esperado al iniciar el negocio	12,5	25,0	12,5	12,5	0,0	33,3	6,7	13,3
Por motivos personales	0,0	0,0	0,0	12,5	28,6	0,0	6,7	6,7
Por enfermedad	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	1,7
Inflación	0,0	0,0	0,0	12,5	0,0	0,0	0,0	1,7
Para descansar	0,0	0,0	0,0	0,0	14,3	0,0	0,0	1,7
Falta de energía eléctrica	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,7	1,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	8	8	8	8	7	6	15	60

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

La alternativa más seleccionada en la Subregión (salvo en el caso de Costa Rica) tiene que ver con las bajas ganancias. Ésa es la razón más poderosa para abandonar el negocio (58,3%), seguida de emprender otra actividad y no logró lo esperado al iniciar el negocio (13,3% cada una). De esta forma, la experiencia empresarial para este grupo de personas no fue lo exitosa que pensaron y ello no los anima a emprender otra vez (salvo al grupo que directamente lo manifiesta)¹²⁰.

Muchas de las respuestas recibidas a este punto tienen como antecedente más importante las características o rasgos de personalidad del propietario del negocio. Por esta razón se recolectó información sobre ello en dos perspectivas: la primera, de carácter general, que busca conocer los rasgos personales más significativos de los empresarios¹²¹; y la segunda, que busca profundizar en las 10 características del perfil del emprendedor.

120 Adicionalmente se examinó sobre el posible componente familiar de la empresa a futuro. Para ello se indagó sobre si ha pensado dejar el negocio en manos de un familiar; y si es así, quién de ellos podría ser el responsable de llevar las riendas de la empresa. Aunque el número de respuestas no es significativo (9 casos en total), si nos da una señal de hacia donde iría la tendencia. Básicamente, se observa que mayoritariamente no hay interés en dejar la empresa en manos de un familiar. Esta respuesta representa el 87,7% de quienes respondieron la pregunta. Y quienes declararon tener interés en hacerlo, legarían su patrimonio a sus hijos (67%). Para futuras investigaciones el tema de la empresa familiar debería ser sujeto de un análisis más detallado.

121 Uno de los aportes más significativos de los grupos focales fue la necesidad de profundizar sobre los rasgos de la personalidad de los dueños de los negocios, ya que muchas de sus acciones empresariales están fundamentadas en estos rasgos.

En la lista a continuación se presentan los catorce rasgos de personalidad del dueño del negocio desde la primera perspectiva. Cada atributo se mueve en un espectro de dos posiciones, aparentemente antagónicas (por ejemplo, sociable vs. reservado), en las que el entrevistado puede orientar su respuesta hacia una u otra opción, enfatizando si su personalidad se asocia mucho, algo o poco con dicha característica. A manera de ejemplo, para la alternativa sociable o reservado las posibles respuestas podrían ser: muy sociable, algo sociable, poco sociable, indiferente, poco reservado, algo reservado, muy reservado.

Las características entre las que el empresario tuvo que elegir son:

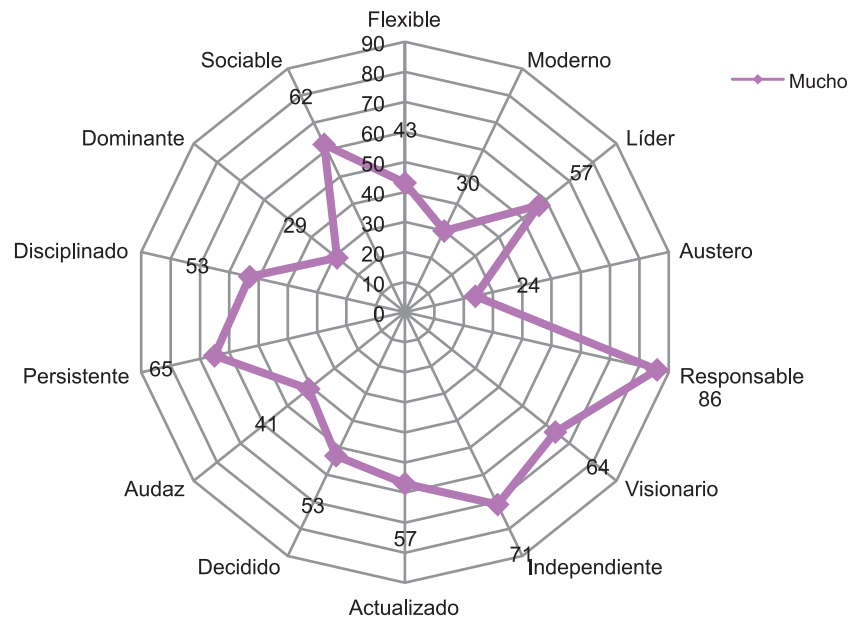
- i.** Sociable o reservado(a)
- ii.** Dominante o sumiso(a)
- iii.** Desordenado(a) o disciplinado(a)
- iv.** Persistente o inconstante
- v.** Audaz o cauteloso(a)
- vi.** Indeciso(a) o decidido(a)
- vii.** Actualizado(a) u obsoleto(a)
- viii.** Independiente o dependiente
- ix.** Visionario(a) o conformista
- x.** Responsable o irresponsable
- xi.** Derrochador(a) o austero(a)
- xii.** Líder o seguidor(a)
- xiii.** Tradicional o moderno(a)
- xiv.** Inflexible o flexible

Se inicia por una síntesis que muestra la respuesta más importante (en porcentajes) señalada por los empresarios a nivel regional en cada uno de estos catorce rasgos de personalidad (la información de los países va en el anexo). A través del gráfico 3.23 se establece el “perfil de personalidad” del empresario de esta investigación. En él aparecen las opciones señaladas únicamente bajo la opción “mucho”, porque las respuestas en general se sesgaron hacia algunos de los extremos entre las opciones propuestas.

El rasgo de personalidad con el porcentaje más alto de identificación por parte de los empresarios entrevistados es la responsabilidad (86%), seguido de la independencia (71%), persistencia (65%), visión (64%), sociabilidad (62%), entre otras. Sin embargo, existen algunas características que no dejan ver una tendencia clara como se pasará a explicar. Es el caso de “derrochador o austero”, “dominante o sumiso”, “tradicional o moderno”. En el primer caso, la distribución entre ambas opciones despierta algunas dudas respecto al verdadero sesgo del atributo, sobre todo porque la posición “indiferente” en este caso tiene un peso superior a todo el resto de opciones. En el segundo caso, esta respuesta podría ser indicativa de cierto temor a señalar una tendencia cultural. Aquí también se aprecia una presencia más amplia de la opción “indiferente” (que se ubica cuando no hay claridad en el sentido de la respuesta o porque no tiene ninguna identificación con el atributo). En el tercer caso (tradicional o

moderno), parecen existir dos propuestas. Por un lado, “tradicional” ostenta un 42% (sumando mucho y algo); mientras que “moderno” cuenta con un 43% (también sumando mucho y algo). De esta forma, parecen coexistir dos patrones que definirían muchas condiciones importantes al interior de la organización. Esto puede implicar que la orientación del empresario hacia lo tradicional o lo moderno, también ayudaría a definir no solo su forma de conducción de la empresa, sino también su grado de propensión al cambio. Al final, ello podría derivar en dos tipos de empresa: una orientada hacia las actividades tradicionales, también con un enfoque tradicional (conservador); y otra moderna, dirigida a actividades más de vanguardia y con un liderazgo innovador (Gráfico 3.23).

Gráfico 3.23
Principales rasgos de personalidad de los jefes de los establecimientos
en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

A continuación se muestra el cuadro 3.39 para la respuesta regional (El cuadro completo para cada uno de los países va en el Anexo 3 del CD adjunto).

Entrando más en detalle respecto de las particularidades en la gestión empresarial, se toman las diez características señaladas por la literatura¹²² como las más comunes en un emprendedor:

¹²² CEFE es una metodología desarrollada por la Cooperación Técnica Alemana que nace de un estudio realizado por la consultora norteamericana MSI/McBER para aislar patrones de comportamiento que distinguen a los empresarios del resto de personas. Sobre ello, Alan Gibb, especialista en creación de empresas desarrolló un cuestionario llamado “Test de Tendencia Emprendedora” para identificar el potencial requerido para dedicarse a los negocios. Tomado de Linares, Dino (1999). Haz realidad tu negocio, UNESCO-CID, Lima, Perú, pp. 20-23.

- i.** Busca nuevas oportunidades.
- ii.** Es persistente (perseverante, firme).
- iii.** Cumple con los pedidos de sus clientes en el plazo acordado.
- iv.** Exige eficiencia y calidad de sus productos/servicios.
- v.** Corre riesgos calculados.
- vi.** Fija metas en su negocio.
- vii.** Busca información actualizada en su campo.
- viii.** Planifica de forma sistemática (constante).
- ix.** Da seguimiento a las actividades del negocio.
- x.** Tiene capacidad de convencimiento con sus clientes.

Los anteriores atributos se complementan con otros que buscan ahondar más sobre la aptitud emprendedora de los encuestados como: la interacción con otras empresas de su entorno, sus autopercepciones, su propensión hacia la capacitación, y sus expectativas. Éstos se incorporaron como resultado de los grupos focales, y son los siguientes:

- xi.** Cuenta con grupos, asociaciones, cámaras de quienes recibe y da apoyo.
- xii.** Confía en sí mismo para afrontar las posibles dificultades.
- xiii.** Tiene iniciativa.
- xiv.** Regularmente recibe capacitación para actualizarse.
- xv.** Está atento a que sus empleados reciban capacitación en forma constante.
- xvi.** Está conforme con lo que tiene.
- xvii.** Piensa que en unos 5 años, tendrá una empresa más grande y con más éxito que la de ahora.

Las alternativas que se presentaron a los encuestados varían entre las posiciones de: “siempre”, “algunas veces”, “pocas veces” y “nunca”. Por ejemplo, en el caso de “tiene iniciativa”, las respuestas posibles son: “siempre tiene iniciativa”, “algunas veces tiene iniciativa”, “pocas veces tiene iniciativa” y “nunca tiene iniciativa”.

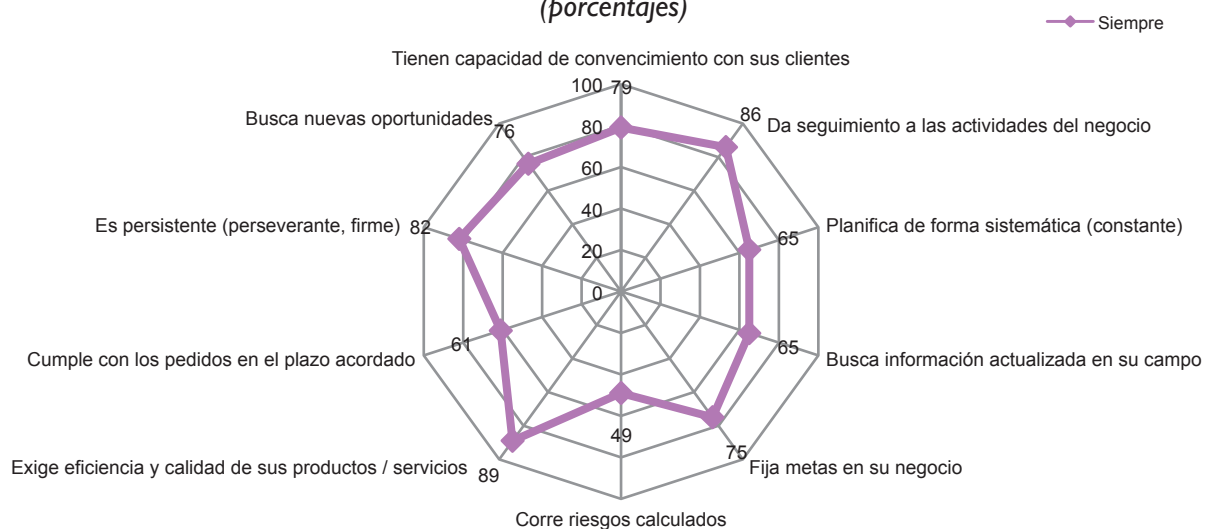
Con estos antecedentes, se observa en el gráfico 3.24 una descripción de las diez características del emprendedor según la metodología CEFE. En este gráfico presenta las respuestas para la opción siempre, la cual define categóricamente un rasgo de la personalidad emprendedora. Se aprecian los altos valores para casi todas las variables recogidas, con un promedio general de 75%, y con al menos 7 variables (de las 10) con porcentajes superiores. Nuevamente cabe señalar que la opción asociada al riesgo parece ser una debilidad estructural en los empresarios encuestados. Esta gráfica permite mostrar el grado de “empresarialidad” de los entrevistados, y sus resultados son bastante optimistas respecto de lo que podría ser el futuro de estas actividades económicas.

Cuadro 3.39
Rasgos de la personalidad de los jefes de los establecimientos en la Subregión
 (porcentajes)

	No respuesta	Mucho	Algo	Poco	Indiferente	Poco	Algo	Mucho	Total	Total de respuestas
Sociable o reservado	0,1	62,0	15,9	4,7	2,1	2,8	4,8	7,6	100,0	1075
Dominante o sumiso(a)	0,1	28,5	25,8	12,6	10,1	6,8	8,9	7,3	100,0	1075
Desordenado(a) o disciplinado(a)	0,1	6,0	4,4	10,1	6,7	3,9	16,2	52,7	100,0	1075
Persistente o inconstante	0,1	65,4	16,8	4,6	3,6	3,8	3,7	2,0	100,0	1075
Audaz o cauteloso(a)	0,1	41,4	15,8	5,7	4,8	3,9	9,8	18,5	100,0	1075
Indeciso(a) o decidido(a)	0,1	6,5	7,3	12,0	4,3	3,5	13,3	52,9	100,0	1075
Actualizado(a) u obsoleto(a)	0,1	57,2	19,5	6,8	6,2	4,5	3,4	2,2	100,0	1075
Independiente o dependiente	0,1	70,7	13,2	3,1	3,4	2,6	3,1	3,8	100,0	1075
Visionario(a) o conformista	0,1	64,4	17,7	4,0	3,5	2,9	3,5	3,9	100,0	1075
Responsable o irresponsable	0,1	85,9	6,1	1,5	3,2	2,0	0,6	0,7	100,0	1075
Derrochador(a) o austero(a)	0,1	12,4	10,4	14,3	14,2	7,8	17,2	23,5	100,0	1075
Líder o seguidor(a)	0,1	56,5	17,7	5,7	6,2	2,7	5,1	6,0	100,0	1075
Tradicional o moderno(a)	0,1	26,7	15,7	4,7	6,8	3,3	12,3	30,4	100,0	1075
Inflexible o flexible	0,3	8,7	9,3	6,2	6,0	7,1	19,3	43,0	100,0	1075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Gráfico 3.24
Rasgos de personalidad empresarial de los jefes de los establecimientos en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En el cuadro 3.40 aparece toda la información del gráfico anterior (incluyendo las otras opciones de respuesta), así como la información complementaria del proceso emprendedor:

Cuadro 3.40
Rasgos de la personalidad empresarial en los jefes de los establecimientos
en la Subregión
(porcentajes)

	Siempre	Algunas	Pocas	Nunca
<i>Rasgos del emprendedor</i>				
Busca nuevas oportunidades	75,7	17,8	4,0	2,5
Es persistente (perseverante, firme)	82,1	14,2	2,7	0,9
Cumple con los pedidos en el plazo acordado	81,4	15,4	1,6	1,6
Exige eficiencia y calidad de sus productos/servicios	89,4	9,2	1,2	0,2
Corre riesgos calculados	49,1	28,8	12,1	10
Fija metas en su negocio	74,7	18,1	4,0	3,2
Busca información actualizada en su campo	64,9	19,8	7,6	7,6
Planifica de forma sistemática (constante)	64,7	23,3	6,8	5,1
Da seguimiento a las actividades del negocio	85,6	12,7	1,6	0,2
Tiene capacidad de convencimiento con sus clientes	78,7	18,9	1,6	0,8
<i>Otras variables sobre el emprendedor</i>				
Cuenta con grupos, asociaciones, cámaras de quienes recibe y da apoyo	21,7	11,0	8,2	59,2
Confía en sí mismo para afrontar las posibles dificultades	79,4	17,2	2,0	1,4
Tiene la iniciativa	84,9	13,1	1,6	0,4
Regularmente recibe capacitación para actualizarse	25,4	16,0	10,5	48,1
Está atento a que sus empleados reciban capacitación en forma constante	27,4	16,9	11,1	44,6
Está conforme con lo que tiene	50,0	24,6	9,4	16,1
Piensa que en unos 5 años, tendrá una empresa más grande y con más éxito que la de ahora.	76,3	16,7	4,2	2,8

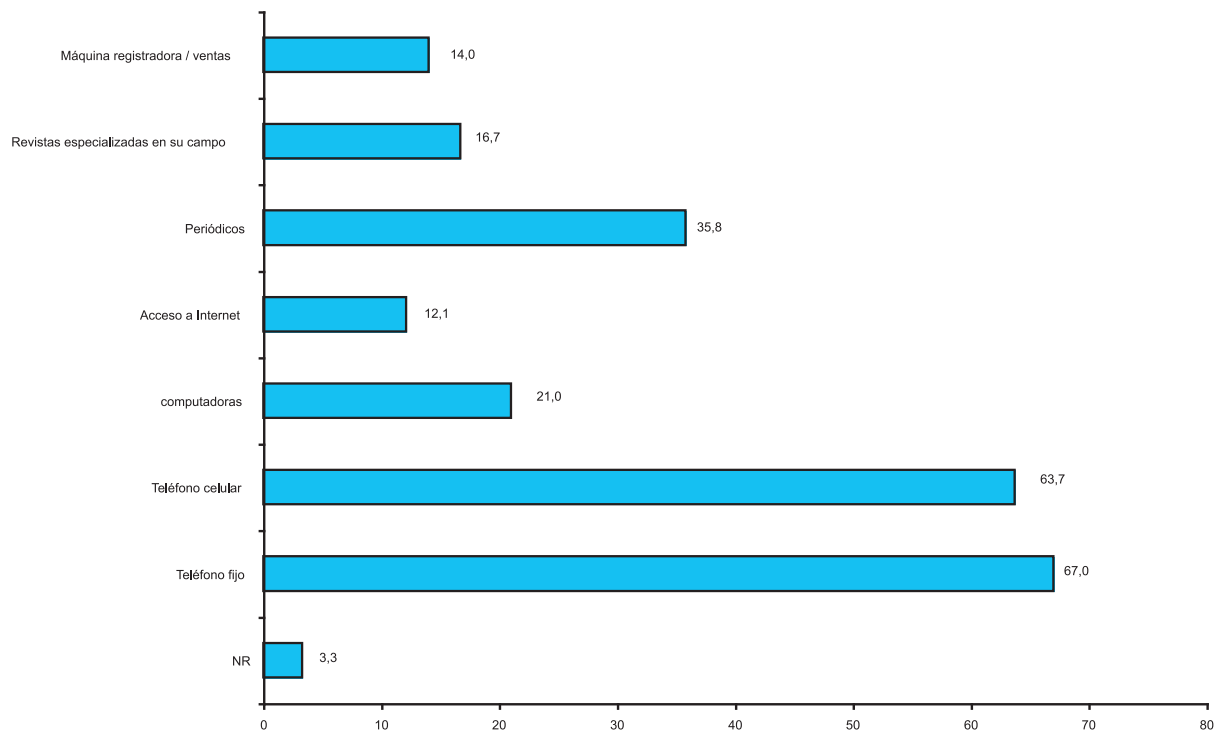
Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Además de las características emprendedoras antes señaladas, es importante analizar las demás variables (cuadro 3.40). Sobre ellas, los empresarios entrevistados señalan no contar en general con grupos o asociaciones de apoyo, su presencia es más bien minoritaria. La confianza en sí mismo es una característica muy apreciada en el emprendedor; siendo en este caso de un 79% (solo la opción “siempre”). Es el caso también de la iniciativa, donde casi el 85% considera que siempre la tiene. El tema de la capacitación, eje fundamental en este estudio muestra una debilidad significativa. En efecto, cuando se habla de capacitación para el empresario, el 48% señala que nunca la recibe, mientras que en el caso de los empleados, esta respuesta es cercana al 45%. Solo una cuarta parte de los entrevistados señalan que siempre reciben capacitación o están atentos a ella para la mejora de sus empleados. Éste es un indicador importante que debe ser considerado para saber si ello es resultado de una actitud propia de los empresarios entrevistados, es causa de la ausencia de información existente sobre estos programas, desconfianza en la calidad u orientación de los mismos, o si existen otras variables que promueven esta conducta.

Finalmente, se tratan un par de variables asociadas a su percepción del éxito y expectativas. En el primer caso, se ve cierto grado de logro que permite a un 50% señalar que siempre está conforme con lo que tiene (75% si se incluye la opción “algunas”). Esta respuesta es también relevante dado que puede ser el reflejo de una satisfacción con lo realizado, o bien porque el empresario llegó a su “umbral de logro” y no tiene intenciones de hacer esfuerzos por superar su situación actual. Anteriormente se señaló que algunos estudios plantean que solo el 25% de los microempresarios tienen “opción de desarrollo”, es decir, que superarán el umbral de la subsistencia. Respecto a las expectativas, los empresarios son optimistas en la medida que un 76% señala que tendrá una empresa más grande y exitosa que la actual (aunándole un 17% más que señala la opción “algunas”).

Algunas interrogantes adicionales se enfocaron en la propiedad de determinados bienes (activos) que pueden ser relevantes en el negocio, así como el grado de información al que están sometidos los entrevistados. En primer lugar, se indagó sobre la tenencia de bienes tales como teléfono (fijo y móvil), computadora (y acceso a Internet), máquina registradora, etc., así como acceso a información especializada a través de diarios o revistas. Los resultados a nivel regional se aprecian en el gráfico 3.25.

Gráfico 3.25
Tenencia de bienes entre los establecimientos de la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Como se puede observar, la difusión de la telefonía celular en la región está casi al nivel de la telefonía fija, revelando el enorme salto en el –relativo– poco tiempo que la primera tiene en la Subregión. El acceso a computadoras aún está severamente restringido (21%) y con ello, las posibilidades de acceso a Internet (12%), en el negocio¹²³. Hay un acceso limitado (aunque razonable) a medios de comunicación como el periódico (casi 36%), y a revistas especializadas con menos del 17%. Finalmente, a pesar de ser actividades económicas, solo el 14% cuenta con una máquina registradora. Los datos de cada país vienen en el cuadro 3.41.

Cuadro 3.41
Acceso a medios de comunicación entre los establecimientos por país
(porcentajes-respuesta múltiple)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
NS/NR	4,7	3,7	2,7	0,0	0,7	0,0	10,8	3,3
Teléfono fijo	38,7	79,1	89,3	53,6	84,1	50,7	72,2	67,0
Teléfono celular	82,7	72,4	37,3	59,5	76,8	82,0	36,1	63,7
Computadoras	19,3	30,7	17,3	14,4	41,7	18,0	5,7	21,0
Acceso a Internet	4,0	13,5	6,7	5,9	34,4	14,7	5,7	12,1
Periódicos	42,7	52,8	36,0	13,1	55,0	38,0	13,3	35,8
Revistas especializadas en su campo	9,3	27,6	15,3	7,8	45,7	10,0	1,3	16,7
Máquina registradora/ventas	4,0	3,7	8,0	2,6	48,3	27,3	5,7	14,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

En el análisis por país, Honduras (89,3%), Costa Rica (84,1%) y El Salvador (79,1%) destacan por su amplia cobertura de telefonía fija, muy superior al promedio regional. Los teléfonos celulares han venido a resolver un problema en los países donde la telefonía fija no llegó a las mayorías, como en el caso de Guatemala, Panamá o Nicaragua. En el ámbito de las computadoras, Costa Rica casi duplica el promedio regional (41,7% frente a 21%), lo mismo sucede con el acceso a Internet.

En el ámbito de la información se indagó también si los empresarios leen periódicos y/o ven noticieros. Los resultados vienen en el cuadro 3.42. Como se aprecia de los datos, es significativo el porcentaje de empresarios que leen el diario en sus respectivos países. Además, más del 85% a nivel regional ve los telenoticieros, siendo Honduras (78%) y Panamá (79,3%) los que exhiben los porcentajes más bajos.

¹²³ Respecto a la tenencia de computadoras y acceso a Internet, se pensó introducir una pregunta de control. Lo que se demuestra es que hay una diferencia poco significativa en estos aspectos respecto de lo que se plantea en el apartado de equipamiento.

Cuadro 3.42
¿Lee periódicos (al menos una vez por semana) y/o ve telenoticieros?
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>¿Lee periódicos?</i>								
No	10,7	23,3	12,0	20,3	9,3	18,7	13,9	15,5
Sí	89,3	76,7	88,0	79,7	90,7	81,3	86,1	84,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075
<i>¿Ve telenoticieros?</i>								
Irregular	5,6	4,3	4,7	7,8	2,0	10,7	3,2	5,4
Sí	86,8	84,7	78,0	83,7	90,7	79,3	93,0	85,2
No	7,6	11,0	17,3	8,5	7,3	10,0	3,8	9,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	144	163	150	153	151	150	158	1.069

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Toda la información recogida en este acápite, de gran relevancia para entender la lógica y dinámica de los empresarios de la región, también fue motivación para buscar algunas relaciones entre distintas variables que podrían arrojar luz sobre algunas conductas o patrones empresariales. Los datos que vienen a continuación tienen un carácter exclusivamente regional.

Cuadro 3.43
Intervalo de edad de los jefes de los establecimientos por sectores económicos en la Subregión
 (porcentajes)

	Comercio	Manufactura	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
De 18 a 30 años	53,2	12,4	18,3	16,1	100,0
De 31 a 40 años	48,3	16,6	21,3	13,8	100,0
De 41 a 50 años	39,3	22,0	26,0	12,7	100,0
De 51 años o más	32,2	24,3	38,2	5,3	100,0
NS/NR	33,3	11,1	33,3	22,2	100,0
Total	43,7	18,7	24,8	12,7	100,0
Total de respuestas	470	201	267	137	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Un primer corte de información se realiza entre la edad del dueño de la empresa y el sector involucrado. Como se puede observar, el 43,7% se encuentra en la actividad comercial, seguida de la hotelera (24,8%), la manufactura (18,7%) y los servicios (12,7%). Lo interesante es que

conforme la edad de los involucrados aumenta, la participación en la actividad comercial y de servicios va cayendo y aumenta la participación en otras actividades como la manufacturera y la hotelería. Es posible que ello se encuentre asociado a que las actividades comerciales y de servicios son, por lo general, de carácter más simple y/o de bajo requerimiento de capital (en relación con la manufactura o la hotelería y restaurantes), lo cual las convierte en la “puerta de entrada” a la vida emprendedora. Una vez que los empresarios acumulan experiencia y recursos, éstos comienzan a incursionar en otros sectores de mayor complejidad (cuadro 3.43).

En relación a esto último, se añadió la variable sexo para corroborar si esta distribución se modificaba al separar a las empresas lideradas por hombres respecto de las dirigidas por mujeres (cuadro 3.44). Aunque los resultados no muestran cambios significativos en el patrón establecido líneas arriba, si es posible identificar actividades preponderantemente femeninas. A pesar de que existen más mujeres que hombres en la muestra (lo cual se muestra en la primera parte del cuadro), se puede observar que en la manufactura la participación del liderazgo femenino es de solo un 14,5%, mientras que en el caso masculino, ésta se eleva a 24,2%. Lo mismo se puede decir de los servicios, donde los hombres representan el 15,2%, comparado con el 11% en el caso de ellas.

Cuadro 3.44
Intervalo de edad de los jefes de los establecimientos según sexo
por sector económico en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Manufactura	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
<i>Hombres</i>					
De 18 a 30 años	48,4	18,3	15,1	18,3	100,0
De 31 a 40 años	42,3	23,4	17,5	16,8	100,0
De 41 a 50 años	36,7	26,5	22,4	14,3	100,0
De 51 años o más	33,8	28,8	27,5	10,0	100,0
NS/NR	20,0	20,0	40,0	20,0	100,0
Total	40,0	24,2	20,6	15,2	100,0
De 18 a 30 años	24,3	15,2	14,7	24,3	20,1
De 31 a 40 años	31,4	28,6	25,3	32,9	29,7
De 41 a 50 años	29,2	34,8	34,7	30,0	31,8
De 51 años o más	14,6	20,5	23,2	11,4	17,3
NS/NR	0,5	0,9	2,1	1,4	1,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	185	112	95	70	462
<i>Mujeres</i>					
De 18 a 30 años	56,8	8,0	20,8	14,4	100,0

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

	Comercio	Manufactura	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
De 31 a 40 años	52,7	11,5	24,2	11,5	100,0
De 41 a 50 años	40,9	19,1	28,3	11,7	100,0
De 51 años o más	30,6	19,4	50,0	0,0	100,0
NS/NR	50,0	0,0	25,0	25,0	100,0
Total	46,5	14,5	28,1	10,9	100,0
De 18 a 30 años	24,9	11,2	15,1	26,9	20,4
De 31 a 40 años	33,7	23,6	25,6	31,3	29,7
De 41 a 50 años	33,0	49,4	37,8	40,3	37,5
De 51 años o más	7,7	15,7	20,9	0,0	11,7
NS/NR	0,7	0,0	0,6	1,5	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	285	89	172	67	613

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Bajo la misma perspectiva, se trabajó con la información del nivel educativo del empresario y los sectores económicos involucrados (Cuadro 3.45). Cabe señalar que sectorialmente, el menor nivel educativo (ninguna educación y hasta primaria como máximo) se encuentra en la manufactura, seguida de hoteles/restaurantes. Bajo esa misma perspectiva, los más educados se encuentran en el sector comercio y luego un empate entre servicios y hoteles/restaurantes. Sin embargo, el grupo que ostenta el mayor nivel de secundaria es también el de servicios, seguido de las actividades comerciales. Llama la atención esta información en la medida que siempre se ha considerado que un mayor nivel educativo está asociado a una actividad económica de mayor complejidad.

Cuadro 3.45

Nivel educativo de los jefes de los establecimientos por sector en la Subregión (porcentajes)

	Comercio	Manufactura	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
Ninguna	2,8	2,5	6,0	0,7	3,3
Primaria incompleta	2,8	8,5	6,0	2,2	4,6
Primaria completa	9,6	19,4	16,1	13,1	13,5
Secundaria incompleta	21,5	15,9	15,7	21,9	19,1
Secundaria completa	31,7	31,3	28,5	34,3	31,2
Superior incompleta	11,9	12,9	10,9	16,1	12,4
Superior completa	19,1	9,5	16,1	10,9	15,5
NS/NR	0,6	0,0	0,7	0,7	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	470	201	267	137	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Bajo la misma lógica que en el caso anterior, se desglosó la información de nivel educativo por sexo del patrono. Los resultados se presentan en el cuadro 3.46

Cuadro 3.46
Nivel educativo de los jefes de los establecimientos según sexo
por sector económico en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Manufactura	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
<i>Hombres</i>					
Ninguna	2,2	0,9	5,3	1,4	2,4
Primaria incompleta	3,2	11,6	4,2	0,0	5,0
Primaria completa	9,2	18,8	18,9	11,4	13,9
Secundaria incompleta	18,9	15,2	9,5	22,9	16,7
Secundaria completa	38,4	35,7	29,5	40,0	36,1
Superior incompleta	10,8	9,8	12,6	12,9	11,3
Superior completa	16,2	8,0	20,0	10,0	14,1
NS/NR	1,1	0,0	0,0	1,4	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	185	112	95	70	462
<i>Mujeres</i>					
Ninguna	3,2	4,5	6,4	0,0	3,9
Primaria incompleta	2,5	4,5	7,0	4,5	4,2
Primaria completa	9,8	20,2	14,5	14,9	13,2
Secundaria incompleta	23,2	16,9	19,2	20,9	20,9
Secundaria completa	27,4	25,8	27,9	28,4	27,4
Superior incompleta	12,6	16,9	9,9	19,4	13,2
Superior completa	21,1	11,2	14,0	11,9	16,6
NS/NR	0,4	0,0	1,2	0,0	0,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	285	89	172	67	613

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

En primer lugar, aunque en ambos grupos (hombres y mujeres), el comercio es la actividad predominante; la segunda actividad en el caso de los hombres es la manufactura, mientras que en las mujeres son las actividades de hoteles/restaurantes. Para ambos, los servicios es la actividad de menor peso relativo. Otro dato relevante es que el porcentaje de mujeres con nivel educativo superior es mayor que el de los hombres (29,8% frente a 25,4%). No sucede lo mismo con la secundaria, donde los hombres tienen un 52,8% frente a un 48,3%.

Adicionalmente se trabajó la relación entre la educación del patrono y su rango de edad. Ya anteriormente se vio que la muestra se concentra entre las edades de 41 y 50 años, consistente con la información de las encuestas de hogares 2006 para la mayoría de los países de América

Central. El complemento con la edad busca profundizar en la relación entre edad y educación. La información se encuentra en el cuadro 3.47

Cuadro 3.47
Nivel educativo de los jefes de los establecimientos por intervalo de edad en la Subregión
(porcentajes)

	De 18 a 30 años	De 31 a 40 años	De 41 a 50 años	De 51 años o más	NS/NR	Total
Ninguna	1,4	2,2	3,4	5,9	33,3	3,3
Primaria incompleta	2,3	1,9	4,5	13,8	0,0	4,6
Primaria completa	8,7	10,7	17,0	18,4	0,0	13,5
Secundaria incompleta	17,0	23,5	16,7	19,1	11,1	19,1
Secundaria completa	34,9	34,8	30,0	20,4	44,4	31,2
Superior incompleta	17,9	12,5	10,9	7,9	11,1	12,4
Superior completa	17,9	13,8	17,0	13,2	0,0	15,5
NS/NR	0,0	0,6	0,5	1,3	0,0	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	218	319	377	152	9	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Los niveles de escolaridad más bajos se encuentran también en los rangos de edad superiores es decir, que a mayor edad, existe mayor probabilidad de tener un nivel educativo bajo. Conforme la edad disminuye, aumenta el porcentaje de personas con niveles superiores de educación. De esta forma, es posible señalar que la mayor educación es un rasgo de los grupos más jóvenes. Ya se señaló anteriormente los progresos educativos que se han dado en la región respecto del mundo.

En este sentido, podría pensarse que la información señalada en el cuadro 3.47 debería traducirse en una mejor gestión empresarial por parte de los rangos más jóvenes. Sin embargo, no debemos descuidar la experiencia laboral como uno de los ejes a partir de los cuales gira el éxito empresarial.

Al igual que en los casos anteriores, se quiso combinar además de los rangos de edad y el nivel educativo, el sexo del patrono, con el propósito de identificar alguna relación entre las variables (Cuadro 3.48).

Ya se había visto que las mujeres contaban con niveles educativos superiores a los hombres en esta investigación. También que la mayor concentración de la muestra se encontraba en el rango entre 41 y 50 años. En ello no hay cambios importantes, manteniéndose esa misma tendencia al separar por sexo. Pero cabe señalar también que las mujeres en los rangos más jóvenes presentan en promedio porcentajes educativos mayores a los hombres. Esto puede ser el resultado por un lado, de las mejoras educativas en la región de las últimas décadas

(que influyen en los niveles de educación más altos en ambos géneros), y por otro, fruto de los procesos de avance social que han experimentado las mujeres en los últimos tiempos. Al mismo tiempo, la participación en la fuerza de trabajo de los varones entre 15 y 24 años tiende a ser mayor que la de las mujeres, aspecto que puede llegar a limitar en éstos su posibilidad de estudiar.

Cuadro 3.48
Nivel educativo de los jefes de los establecimientos según sexo por intervalo de edad en la Subregión
 (porcentajes)

	De 18 a 30 años	De 31 a 40 años	De 41 a 50 años	De 51 años o más	NS/NR	Total
<i>Hombres</i>						
Ninguna	2,2	2,9	1,4	2,5	20,0	2,4
Primaria incompleta	2,2	2,9	5,4	11,3	0,0	5,0
Primaria completa	10,8	13,1	14,3	18,8	0,0	13,9
Secundaria incompleta	17,2	20,4	10,9	20,0	20,0	16,7
Secundaria completa	43,0	38,7	35,4	25,0	40,0	36,1
Superior incompleta	12,9	10,2	12,2	8,8	20,0	11,3
Superior completa	11,8	11,7	19,0	12,5	0,0	14,1
NS/NR	0,0	0,0	1,4	1,3	0,0	0,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	93	137	147	80	5	462
<i>Mujeres</i>						
Ninguna	0,8	1,6	4,8	9,7	50,0	3,9
Primaria incompleta	2,4	1,1	3,9	16,7	0,0	4,2
Primaria completa	7,2	8,8	18,7	18,1	0,0	13,2
Secundaria incompleta	16,8	25,8	20,4	18,1	0,0	20,9
Secundaria completa	28,8	31,9	26,5	15,3	50,0	27,4
Superior incompleta	21,6	14,3	10,0	6,9	0,0	13,2
Superior completa	22,4	15,4	15,7	13,9	0,0	16,6
NS/NR	0,0	1,1	0,0	1,4	0,0	0,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	125	182	230	72	4	613

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Ahondando un poco más en la cuestión de género, se trabajó esta variable en combinación con el tamaño de la empresa y el sector al que pertenece. Los resultados se observan en el cuadro 3.49, y muestran una realidad de todas las economías: las empresas más grandes son menos numerosas. Sin embargo, lo más interesante es que la participación femenina en el liderazgo de las empresas cae de manera mucho más rápida cuando aumenta el tamaño

de la unidad económica, en comparación con los hombres, particularmente en el caso de los establecimientos comerciales y de servicios. Por ejemplo, el 68,4% de los negocios dirigidos por mujeres en el sector comercial no tienen más de tres empleados, en contraste, esta misma participación alcanza el 56,2% en ellos. En los servicios la situación es más dramática, porque las empresas más pequeñas lideradas por hombres representan el 54,3%, mientras que en el caso de las mujeres representan el 71,6%. Lo anterior estaría indicando, en concordancia con otros estudios, que la participación de la mujer es más manifiesta en las unidades más pequeñas y menor en las de mayor tamaño. Las razones podrían estar asociadas a las responsabilidades que tradicionalmente se le ha asignado a la mujer como eje en la crianza de los hijos, las cuales podrían limitar un crecimiento de sus compromisos económicos. Haase (2007), en una investigación sobre la brecha de género en Nicaragua, señala que muchas mujeres deciden elegir actividades minoristas (tiendas de abarrotes) aún cuando eran menos rentables que otras actividades, debido a que éstas están ubicadas en el hogar. Por otro lado, la mitad de los hombres en este estudio reconoció que prefiere que la mujer se quede en la casa (reconociendo su machismo)¹²⁴.

Cuadro 3.49
Sexo de los jefes de los establecimientos según sector económico
por tamaño del negocio en la Subregión
(porcentajes)

	3 empleados	De 4 a 5 empleados	De 6 a 8 empleados	Total
<i>Hombres</i>				
Comercio	56,2	34,6	9,2	100,0
Industria manufacturera	49,1	30,4	20,5	100,0
Hoteles/Restaurantes	49,5	37,9	12,6	100,0
Servicios	54,3	35,7	10,0	100,0
Total	52,8	34,4	12,8	100,0
Total de respuestas	244	159	59	462
<i>Mujeres</i>				
Comercio	68,4	24,6	7,0	100,0
Industria manufacturera	47,2	38,2	14,6	100,0
Hoteles/Restaurantes	50,6	36,0	13,4	100,0
Servicios	71,6	22,4	6,0	100,0
Total	60,7	29,5	9,8	100,0
Total de respuestas	372	181	60	613

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

De otro lado, se buscó información que permitiera establecer alguna relación entre el tamaño de la empresa y la edad del patrono. En el cuadro 3.50 se observa en primer lugar que los grupos etarios más jóvenes mantienen una participación semejante en las empresas de todo tamaño

¹²⁴ Haase, Dwight (2007). "Closing the gender gap", *ESR Review*, fall, vol.9, no.2, p. 7.

(alrededor del 20%). En el caso del rango entre 31 y 40 años, la proporción de propietarios en las empresas más pequeñas es ligeramente superior (30%) a la de las empresas más grandes (28,6%). Sin embargo, en el grupo de 41 a 50 años, participa con un 34% en las empresas de 3 trabajadores, pero en un 38% en las de 6-8 trabajadores. Probablemente la edad del empresario y su grado de madurez como persona (y como empresario) determina también el tamaño de empresa que maneja.

Cuadro 3.50
Edad de los jefes de los establecimientos por tamaño del negocio
en la Subregión
(porcentajes)

	3 empleados	De 4 a 5 empleados	De 6 a 8 empleados	Total
De 18 a 30 años	20,0	21,2	19,3	20,3
De 31 a 40 años	30,0	29,4	28,6	29,7
De 41 a 50 años	34,3	35,6	37,8	35,1
De 51 años o más	14,8	12,9	14,3	14,1
NS/NR	1,0	0,9	0,0	0,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	616	340	119	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Además se intentó establecer algún tipo de relación entre el sexo del propietario, el sector y el lugar donde desarrolla la actividad. Los resultados se muestran en el cuadro 3.51. En general, se aprecia que la respuesta “en un local para el negocio” es la más importante para ambos sexos, aunque para los hombres representa el 76%, mientras que para las mujeres solo el 68%. Más bien, “en el espacio propio para el negocio”, la participación femenina es mayor con un 24% frente a un 16% de ellos. A nivel de los sectores, el contar con un local para el negocio en la manufactura representa para la población masculina un 72% mientras que para ellas solo un 49%. Algo semejante ocurre en hoteles/restaurantes donde las mujeres solo participan en un 68% con un local, mientras que los varones lo hacen en un 79%. Asimismo, contar con un espacio propio para el negocio en su domicilio es una opción más frecuente para las mujeres respecto de los hombres. Esto es particularmente visible en el caso de la industria manufacturera y hoteles/restaurantes donde ellas ostentan un 34,8% y 28,5% frente a un 19,6% y 16,8% de ellos, respectivamente. Aquí nuevamente aparece el tema de género, en la medida que probablemente el doble rol que juega la mujer en la sociedad limita sus opciones empresariales y la hace buscar una actividad económica que pueda ser dirigida desde el hogar. Esto, sin embargo, puede tener repercusiones en sus posibilidades de crecimiento y podría también limitar sus opciones a sectores económicos que viabilicen esta situación.

Las labores u ocupación principal del empresario en el negocio es otro elemento que se indagó. El cuadro 5.52 muestra los resultados por sector económico. Como se puede observar, la naturaleza del sector en gran medida define el rol que cumple el empresario en la unidad económica. Aunque en todos los sectores la actividad de administrador/contable es la más

frecuente (superior al 80%); el papel de ventas se da fundamentalmente en el sector comercio (10%), mientras que la industria manufacturera requiere más de su participación en labores de producción (9%).

Cuadro 3.5 I
Lugar donde los establecimientos desarrollan sus actividades según sexo por sector en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Industria ma- nufacturera	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
<i>Hombres</i>					
En el domicilio de los clientes	2,7	1,8	0,0	2,9	1,9
Un espacio propio para su negocio en su domicilio	14,6	19,6	16,8	12,9	16,0
Lugar compartido con otras actividades en su domicilio	6,5	6,3	4,2	7,1	6,1
En un local para el negocio	76,2	72,3	78,9	77,1	76,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	185	112	95	70	462
<i>Mujeres</i>					
En el domicilio de los clientes	1,8	2,2	0,6	1,5	1,5
Un espacio propio para su negocio en su domicilio	17,9	34,8	28,5	22,4	23,8
Lugar compartido con otras actividades en su domicilio	6,7	13,5	2,9	9,0	6,9
En un local para el negocio	73,7	49,4	68,0	67,2	67,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	285	89	172	67	613

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Esta parte expuso un conjunto de características del empresarios que van desde su edad, nivel educativo, experiencia empresarial y laboral, género, etc. Con ello se trató de mostrar cómo estas variables inciden en las motivaciones, expectativas, e incluso rasgos de personalidad de los jefes. Al mismo tiempo, ayudan a comprender el papel que éstas juegan en la dinámica de los negocios, así como a preparar el terreno para establecer estrategias de capacitación que respondan efectivamente a sus inquietudes y expectativas. Estableciendo una continuidad entre esta sección, a continuación se señalan las particularidades de los trabajadores de estas empresas.

Generalidades de los trabajadores

Con el propósito de completar el círculo del entendimiento de cómo funcionan las microempresas de esta investigación, después de haber delineado algunas características de las empresas y los empresarios que las lideran, es necesario conocer algunos elementos del perfil de los empleados, y la manera en la cual éstos pueden estar determinados por la lógica de operación de estas unidades económicas. Los temas abordados incluyen el género, parentesco,

educación y la situación de aseguramiento de los trabajadores.

Cuadro 3.52
Ocupación principal de los jefes de los establecimientos
por sector en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles / Restaurantes	Servicios	Total
NS/NR	1,5	2,0	2,2	1,5	1,8
Ventas	10,0	7,5	4,9	2,2	7,3
Producción	1,9	9,0	2,6	9,5	4,4
Administración / contabilidad	85,1	80,6	89,9	86,1	85,6
Mensajero / distribución / repartidor	1,1	1,0	0,0	0,7	0,7
Servicio al cliente	0,2	0,0	0,0	0,0	0,1
Seguridad	0,2	0,0	0,4	0,0	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	470	201	267	137	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresarios realizada por CID Gallup, 2007.

Antes de entrar directamente con los datos del sexo de los trabajadores de las empresas investigadas, es preciso indicar brevemente que el tema microempresarial se ha relacionado mucho con el de género. La década de los ochenta fue sin duda la que catapultó la mayor participación de las mujeres en el mercado laboral. La crisis económica de la llamada “década perdida” desencadenó conflictos al interior del grupo familiar que llevó a las mujeres a buscar incrementar los menguados ingresos de las familias latinoamericanas. Muchas de estas actividades se dieron por cuenta propia, es decir, generando su propio negocio más que incorporándose a un mercado laboral cada vez más cerrado por la crisis.

En ese sentido, generalmente se le visualiza a la microempresa como un trampolín que facilita a las mujeres la incorporación al mercado laboral, ya sea en calidad de jefas o como empleadas de estas unidades económicas. Adicionalmente, se resalta su importancia en la generación de ingresos únicos o alternativos para cubrir las necesidades básicas de las familias con jefatura femenina (Ver Rodríguez-Canosa, 1998)¹²⁵. El hecho que es mucho menos conspicuo es que, a pesar de que ha habido avances en la incorporación de las mujeres en el mercado laboral, la participación de estas en el estrato microempresarial aún no logra la igualdad que se esperaba.

La última afirmación se comprueba en el cuadro 3.53. En él se recoge información basada en las encuestas de hogares de cada país sobre la ocupación en distintos estratos productivos según el sexo de los individuos. Desde la perspectiva de los ocupados por estrato productivo, se aprecia

¹²⁵ Rodríguez-Canosa, Patricia (1998). Género y microempresa, curso “Formación de Formadores de Consultores, Promotores y Técnicos en Microempresa”, Proyecto PROMICRO de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Asociación Civil Guatemalteca para el Desarrollo Integral (ASDESARROLLO), residencia Universitaria “La Salle”, 16-28 de marzo, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

que la mano de obra femenina empleada en microempresas agrícolas es mínima comparada con la de varones, superando levemente el 5%. La presencia de ellas mejora un poco en el autoempleo y entre las pequeñas, medianas y grandes empresas, aunque todavía se mantiene con niveles bajos, cercanos al 10% y 17% de manera respectiva.

Para efectos del presente estudio, sin embargo, es más relevante el balance del empleo en actividades no agrícolas, concentrado primordialmente en las zonas urbanas. Aunque es evidente que en estas zonas se da una mayor absorción de trabajo femenino, principalmente en el sector servicios, lo cierto es que las mujeres todavía se ven en una clara situación de desventaja con respecto a la de los hombres, particularmente en el sector privado. Solamente cerca de 1 de cada 3 ocupados en empresas privadas de cualquier tamaño es una mujer (35% en las empresas pequeñas, medianas y grandes y 32% en las microempresas). En cambio, ellas tienen una participación comparable a la de los varones en el autoempleo y en el sector público (cerca 1 de cada 2 empleados es una mujer).

Cuadro 3.53
Población ocupada según estrato y tamaño del negocio
por sexo en la Subregión, 2006^{1/}
(porcentajes)

	Hombres	Mujeres	Total	Ocupados
<i>Sector agrícola</i>				
Pequeña, mediana y gran empresa	83,1	16,9	100,0	438.797
Microempresa	94,7	5,3	100,0	642.774
Autoempleo	90,5	9,5	100,0	1.915.692
<i>Sector no agrícola</i>				
Pequeña, mediana y gran empresa	65,3	34,7	100,0	3.085.688
Microempresa	68,0	32,0	100,0	1.580.584
Autoempleo	51,1	48,9	100,0	3.635.241
<i>Sector público</i>				
Servicio doméstico	10,8	89,2	100,0	674.236
Ignorado	62,5	37,5	100,0	828.085
Total ^{2/}	63,2	36,8	100,0	14.042.530

Notas:

1/ Las microempresas incluyen establecimientos de 1 a 5 trabajadores, excepto Panamá y República Dominicana (1 a 4 trabajadores).

2/ La última Encuesta de Hogares de Guatemala es de 2004, por lo cual no se incluye este país en el total.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas de hogares de los países proporcionadas por el Sistema de Información Laboral de la OIT (SIAL), 2006.

El panorama de la ocupación por género en la región se reproduce también en la muestra analizada (Cuadro 3.54). En total se obtuvo información de 4076 personas involucradas en la actividad microempresarial (entre jefes y empleados), de las cuales un 52% corresponde a

mujeres. Aunque a primera vista este porcentaje parezca anormalmente alto, especialmente si se compara con el 32% de participación que ellas tienen en las microempresas no agrícolas de acuerdo a las encuestas de hogares, se debe tener presente que el segmento de establecimientos seleccionado para este estudio tiene un sesgo hacia aquellos dirigidos por mujeres, por lo que éstos se encuentran sobrerrepresentados en la muestra total. Para tener una lectura más precisa de los niveles de ocupación, se optó por escoger algunas observaciones de la muestra total de forma aleatoria, de tal manera que el nuevo conjunto de datos seleccionado estuviera compuesto por un 73% de negocios administrados por varones y el resto por mujeres, aproximándose, así, a la verdadera proporción que arrojan las encuestas de hogares¹²⁶. Al hacer lo anterior, la intervención de las mujeres en este estrato se derrumba de un 52% hasta alcanzar un 37%, porcentaje que es comparable a los niveles que reportan las encuestas de hogares (Cuadro 3.53).

Cuadro 3.54
Trabajadores y jefes de los establecimientos según tamaño del negocio
por sexo en la Subregión
(porcentajes)

	Hombres	Mujeres	Total	Empleados
<i>Composición de la muestra total</i>				
3 empleados	44,8	55,2	100,0	1.825
4-5 empleados	48,4	51,6	100,0	1.441
6-8 empleados	55,3	44,7	100,0	810
Total	48,2	51,8	100,0	4.076
<i>Composición de la muestra aleatoria^{1/}</i>				
3 empleados	62,5	37,5	100,0	1.023
4-5 empleados	61,1	38,9	100,0	886
6-8 empleados	66,0	34,0	100,0	506
Total	62,7	37,3	100,0	2.415

Nota:

1/ La muestra aleatoria esta compuesta de 633 empresas, de las cuales únicamente 27% se encuentran dirigidas por mujeres.

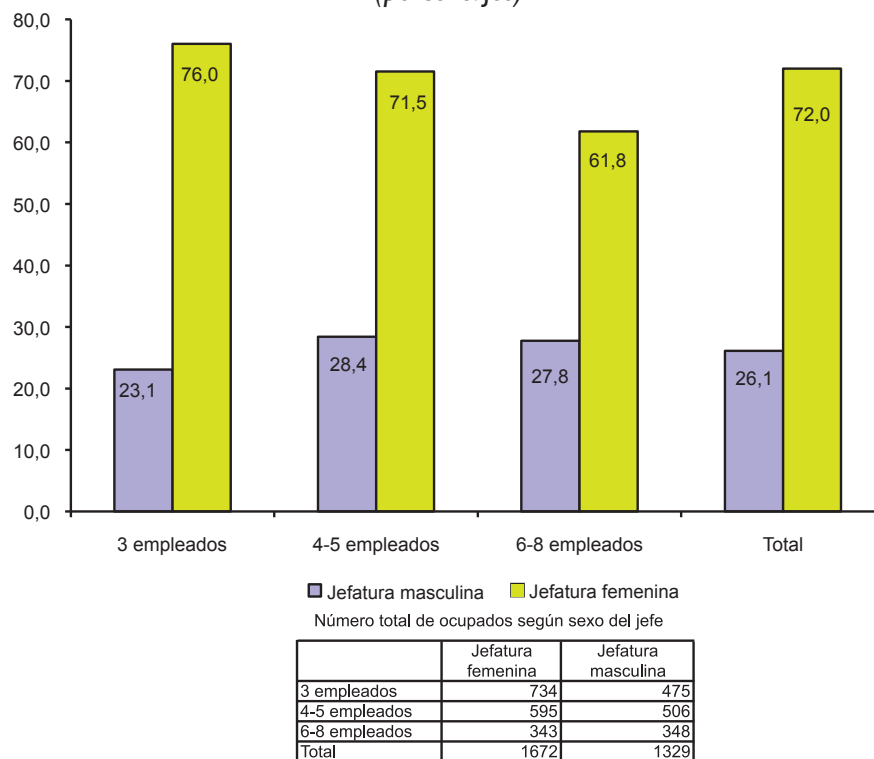
Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Gracias a la descripción de las características de los dueños del apartado anterior, ya se había advertido que la probabilidad de que un establecimiento goce de una jefatura femenina decrece inversamente con el tamaño de los establecimientos. Ahora, desde la perspectiva del perfil de los trabajadores, se aprecia que también se da una mayor incorporación de mano de obra femenina en los negocios más pequeños. Específicamente, al examinar la muestra que incluye todas las observaciones, se constata que el peso del trabajo femenino decrece paulatinamente mientras más grande es la unidad económica (Cuadro 3.54). Aunque menos evidente, ese comportamiento también se presenta en la muestra aleatoria.

126 La muestra incluyó 633 establecimientos. Ésta se formó seleccionando de manera aleatoria 171 observaciones de las 613 que correspondían a jefes mujeres, manteniendo los 462 casos que correspondía a jefes hombres.

Las tendencias descritas, por sí mismas, acusan la existencia de un alto grado de segregación de género en el estrato microempresarial, pero una simple mirada al gráfico 3.26 basta para concebir con más claridad la verdadera dimensión de ésta. Dicho gráfico divide a las unidades económicas de acuerdo al sexo del jefe y el número de empleados con que cuentan, y las asocia con la participación de las mujeres entre el total de ocupados en cada segmento. La relación entre estas variables permite ver que los dueños generalmente emplean a personas de su mismo género en sus negocios. Cuando se toman en cuenta todas las empresas que tienen una jefatura femenina, se aprecia que las mujeres aportan el 72% de la mano de obra de esas unidades. Ese peso relativo es más importante entre los establecimientos de solo 3 empleados (alcanzando 76%), pero es significativamente menor en los negocios más grandes (cayendo a 62%). El patrón de contratación es diametralmente opuesto entre las firmas a cargo de hombres, debido a que solamente cerca de una cuarta parte de los ocupados son mujeres. La situación es más extrema entre los negocios más pequeños, cuya mano de obra solo está compuesta por un 23% de mujeres¹²⁷.

Gráfico 3.26
Mujeres ocupadas según sexo del jefe y tamaño del establecimiento
en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

127 En un estudio de microempresas en Ecuador del USAID se observó el mismo hallazgo: los hombres tienen una tendencia a contratar a hombres, mientras las mujeres tienen una tendencia a contratar mujeres. Los hombres, en promedio, contrataron dos veces más hombres que mujeres. La proporción no era tan extrema en el caso de negocios de mujeres, pero prefirieron contratar más mujeres que hombres (USAID, 2005, p. 40).

El hecho de que las jefas de microempresas ofrezcan mayores oportunidades de empleo a sus compañeras de género (o, visto de otra manera, que los hombres tiendan a incorporar menos mujeres a sus negocios) puede deberse a que los negocios de las mujeres se aglomeran en sectores como el comercio y en hoteles y restaurantes, los cuales son intensivos en el uso de trabajo femenino (Gráfico 3.27). Por el contrario, los varones generalmente se dedican a actividades que tienden a incorporar en mayor medida la mano de obra masculina, como por ejemplo la manufactura y servicios. No obstante, incluso dentro de los sectores con alguna inclinación a ocupar personas de determinado sexo, la composición por género de los empleados varía considerablemente dependiendo de si el jefe es mujer u hombre, confirmándose el sesgo de género. Si se considera a los hoteles y restaurantes, negocios que dependen mayormente de mano de obra femenina, el 72% de los ocupados son mujeres cuando la jefatura es femenina, participación que se reduce al 57% cuando un hombre está al frente. Por otra parte, en un sector intensivo en el empleo de varones como la industria, el porcentaje de trabajo femenino en microempresas dirigidas por ellas es casi el doble que cuando el dueño es hombre (43,2% contra 21,7%).

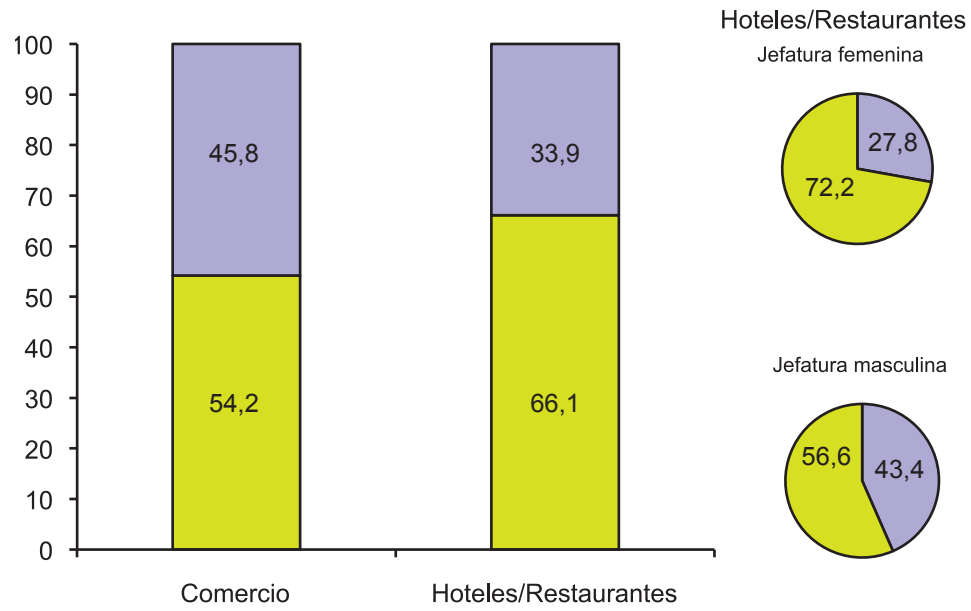
Otra característica de las microempresas de mujeres es que éstas tienden a reclutar más a familiares en sus filas. Esta situación se puede observar con la ayuda del cuadro 3.55, casi la mitad de los ocupados en una empresa de 3 empleados con jefatura femenina son familiares; en cambio, en una empresa de similar tamaño pero a cargo de un hombre, el aporte de los familiares a la mano de obra es de 37%. Aunque en los siguientes intervalos la incorporación de los parientes se diluye, se aprecia que estos participan con mayor frecuencia en las empresas de mujeres.

En lo que respecta al parentesco de los trabajadores según sexo, la probabilidad de que una mujer sea familiar es similar independientemente del género del jefe (alrededor de 34%). Sin embargo, es más común encontrar a varones que son familiares entre los negocios dirigidos por mujeres que cuando se da una jefatura masculina (41% contra 24%, respectivamente). Las cifras descritas confirman que las empresas familiares están a cargo principalmente de mujeres.

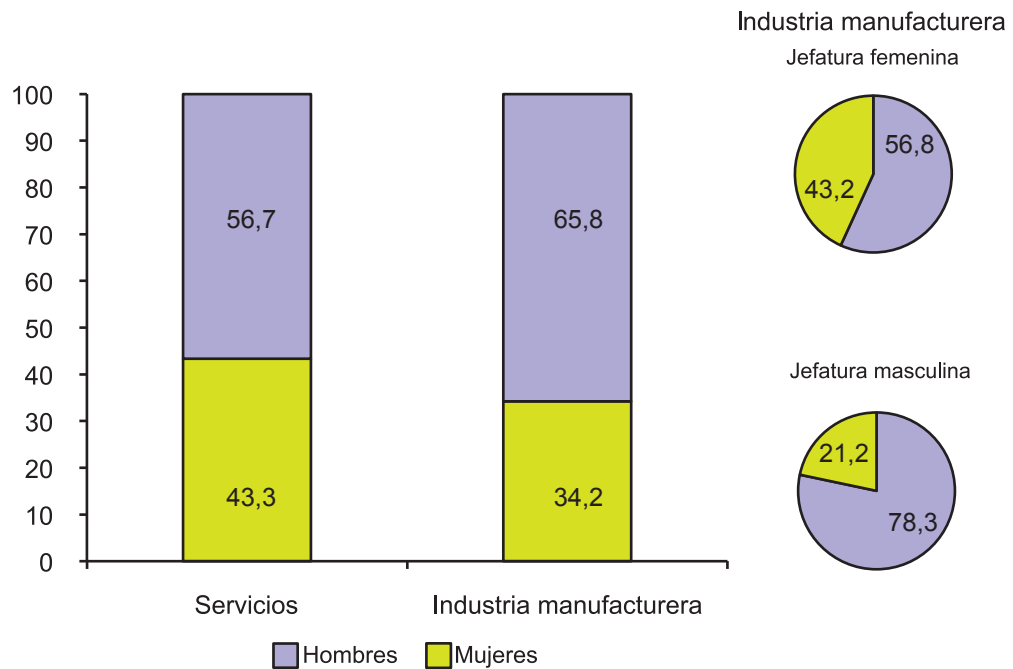
Un rasgo clave del perfil de los ocupados es su nivel de educación formal. Desde el punto de vista de género, este análisis ayuda a observar algunas diferencias en las cualificaciones de los trabajadores que podrían explicar el distinto grado de incorporación a la fuerza laboral de hombres y mujeres. De acuerdo con los datos de todas las microempresas encuestadas, aunque se observa que las mujeres poseen en promedio un nivel de educación superior al de los hombres (un 34,3% de ellas tiene educación superior completa, comparado con el 28,6% de ellos), realmente no se puede concluir de manera categórica que existe una gran diferencia a este respecto entre los hombres y mujeres que se incorporan a estas unidades económicas. Ello por cuanto las proporciones de empleados en los distintos niveles de educación son relativamente comparables entre ambos sexos (cuadro 3.56).

Gráfico 3.27
Ocupados según sector por sexo en la Subregión
 (porcentajes)

Sectores intensivos en mano de obra femenina



Sectores intensivos en mano de obra masculina



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Cuadro 3.55

Ocupados de los establecimientos según su relación familiar con el jefe por sexo del jefe y tamaño del establecimiento en la Subregión (porcentajes)

	Familiar	No familiar	Total	Empleados ^{1/}
Establecimientos con jefatura femenina				
<i>Tamaño empresa</i>				
3 empleados	49,0	51,0	100,0	710
4-5 empleados	33,6	66,4	100,0	580
6-8 empleados	18,0	82,0	100,0	345
Total	37,0	63,0	100,0	1.635
<i>Sexo empleados</i>				
Mujeres	34,9	65,1	100,0	996
Hombres	40,8	59,2	100,0	622
Total	37,2	62,8	100,0	1.618
Establecimientos con jefatura masculina				
<i>Tamaño empresa</i>				
3 empleados	36,5	63,5	100,0	468
4-5 empleados	28,7	71,3	100,0	494
6-8 empleados	14,1	85,9	100,0	348
Total	27,6	72,4	100,0	1.310
<i>Sexo empleados</i>				
Mujeres	34,0	66,0	100,0	462
Hombres	24,1	75,9	100,0	834
Total	27,6	72,4	100,0	1.296

Nota:

1/ No se incluyen los NS/NR, por lo que los totales en las filas no son iguales entre las distintas categorías.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Sin embargo, el sexo del jefe parece ser un factor significativo a tomar en cuenta al estudiar la educación de los ocupados. Cuando una microempresa está manejada por una mujer, los empleados tienen una educación similar independientemente del género de estos. Este escenario cambia cuando existe una jefatura masculina: un tercio de las mujeres contratadas cuentan con estudios superiores, en tanto que solo un 23% de los varones poseen el mismo nivel de educación. Al mismo tiempo, la proporción de hombres que tiene solamente primaria y secundaria incompleta (37%) es significativamente mayor a la de las mujeres (27%). Es decir, la mano de obra femenina que los jefes varones contratan tiene en promedio un perfil educativo mejor que el de sus empleados masculinos. Este comportamiento es consistente con las tendencias del mercado laboral, en donde se nota que una mayor educación facilita la

incorporación al mercado de trabajo; principalmente en el caso de las mujeres, a quienes se les suele exigir más calificaciones para acceder a un puesto¹²⁸.

Cuadro 3.56
Nivel educativo de los ocupados de los establecimientos según sexo del jefe en la Subregión
(porcentajes)

	Ninguna	Primaria	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Estudios superiores	NS/NR	Empleados
<i>Total de establecimientos</i>							
NS/NR	13,4	20,9	29,9	29,9	4,5	1,5	67
Mujeres	2,9	25,7	26,1	34,3	10,8	0,2	1.500
Hombres	2,9	30,7	27,3	28,6	10,2	0,3	1.501
Total	3,1	28,1	26,8	31,5	10,4	0,3	3.068
<i>Establecimientos con jefatura femenina^{1/}</i>							
Mujeres	2,5	16,5	22,1	26,4	32,6	0,7	1.028
Hombres	5,0	13,4	20,3	27,0	33,6	0,6	640
Total	3,5	15,3	21,4	26,6	33,0	0,7	1.664
<i>Establecimientos con jefatura masculina^{1/}</i>							
Mujeres	2,1	13,9	13,2	35,9	33,1	1,7	472
Hombres	2,4	19,9	17,1	36,9	23,1	0,6	861
Total	2,3	17,8	15,7	36,6	26,6	1,0	1.329

Nota:

1/ No se incluyen a los trabajadores con sexo desconocido.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Es importante mencionar que, aunque no se presentan en este estudio, los anteriores ejercicios también se llevaron a cabo individualmente por país. A grandes rasgos, se constata que en cada una de las naciones las mujeres enfrentan el mismo contexto; por lo tanto, y a pesar de que este último muestra distintos estados de gravedad, se plantean los mismos retos para todos los países.

Si bien la industrialización y la urbanización en los países de la región han contribuido a que la representación de las mujeres en la fuerza laboral, y consecuentemente, en el sector informal, sea cada vez mayor; lo cierto es que esta incorporación es bastante dispar en la región y se da también en segmentos vulnerables¹²⁹. Según OIT (2008a), en América Latina y el Caribe, entre 1997 y 2007, la tasa de participación en la población económicamente activa de las mujeres

¹²⁸ Trejos, Juan Diego (2005) en González Gerardina y Miguel del Cid, Políticas para el fomento del empleo y trabajo decente: un proceso con los actores sociales en Centroamérica y República Dominicana, Oficina Internacional del Trabajo, p. 210.

¹²⁹ Obando y Rojas (2006), p.58.

pasó del 47,2% al 52,9%. Una parte de estas nuevas trabajadoras se han insertado en los denominados empleos vulnerables (trabajadores por cuenta propia y trabajadores auxiliares); los cuales se incrementaron en un 2,6% en este mismo periodo¹³⁰.

Las políticas o programas sociales tales como la legislación sobre igualdad de oportunidades, los programas de disminución de la fertilidad y educación son claves para lograr el anterior propósito, pero no son las únicas estrategias que se pueden implementar. Se debe señalar que igualmente se pueden aprovechar los patrones específicos de contratación que los empleadores tienden según su condición de género. En particular, la promoción de microempresas a cargo de mujeres se plantea como una alternativa interesante, no únicamente porque permite a éstas alcanzar posiciones de liderazgo en sectores dominados tradicionalmente por hombres y generar fuentes de ingresos, sino también por el eventual efecto multiplicador en la incorporación de más mujeres a la fuerza laboral como empleadas de esas unidades productivas.

No obstante, se debe tener precaución de enfocarse solamente en las tasas de participación debido a que no revelan las verdaderas condiciones de empleo de hombres y mujeres. Los datos parecen indicar que incluso las mujeres buscan una inserción laboral más prolongada, estable y con aspiraciones cada vez mayores. No solamente crecen sus tasas de participación, si no también sus tasas de ocupación y de desempleo. Esto indica que aun en condiciones adversas ellas participan activamente en el mercado laboral¹³¹. En estas mismas líneas, las mujeres ubicadas en el segmento de microempresas, requieren de esfuerzos especiales de atención para promover su desarrollo empresarial y mejorar su competitividad y productividad. Los servicios de asesoría destinados a atender y promover el desarrollo de la MYPE deben considerar las diferencias de partida entre empresarios y empresarias para compensarlas a través de medidas específicas, ya que de no hacerlo así, tendrán un impacto limitado en términos de equidad y tenderán a reforzar y/o reproducir las diferencias de género existentes en el estrato productivo¹³².

Otra cuestión que se planteó en las entrevistas fue la incorporación a la seguridad social, ya que por lo general ésta no hecha raíces en el terreno del estrato microempresarial. Esto se debe principalmente a que los sistemas de seguridad social en Latinoamérica se caracterizan por ser “truncados”. En un sistema de bienestar truncado, el sector formal, compuesto primordialmente del sector público y las grandes empresas del sector privado, es virtualmente el único contribuyente a los programas de seguridad social, a cambio de lo cual los ocupados en este sector gozan de ciertos beneficios como el seguro de salud, envejecimiento y pensiones, entre otros. Al mismo tiempo, aquellos trabajadores que se encuentran fuera, en el mejor de los casos, han tenido un acceso limitado a estos beneficios¹³³. En América Latina el sector formal cubierto ha disminuido, mientras que el sector informal no cubierto ha crecido y promedia

130 OIT (2008a). “Tendencias mundiales del empleo de las mujeres”, Ginebra, Suiza.

131 Abramo, Laís (2004) ¿Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de trabajo secundaria?, *Revista de Estudios Femeninos*, vol. 12, no. 2, agosto, p. 233.

132 PROMICRO/OIT (2001). Memoria del taller: ¿Cómo incorporar el enfoque de género en la promoción microempresarial?, HIVOS, Swisscontact, ProEmpresa Embajada Real de los Países Bajos, 10-12 de septiembre, Managua, Nicaragua.

133 Perry, Guillermo, Maloney, William y otros (2007). “Chapter 7: Informality, Social Protection, and Antipoverty Policies Microfirm Dynamics and Informality” en Perry, Guillermo, Maloney, William y otros, *Informality: Exit and Exclusion*, World Bank, Washington, D.C, p. 180.

47% de la fuerza laboral urbana¹³⁴. Aunado a esta realidad ha habido una clara disminución en la proporción de empleados del sector público y grandes empresas en Centroamérica y República Dominicana. En concordancia con lo anterior, se ha generado un incremento en la proporción de empleados en microempresas, trabajadores por cuenta propia y de servicio doméstico, sectores que no se encuentran cubiertos por sistemas especiales contributivos para trabajadores; es decir, que un porcentaje bajo de éstos cotizan o se encuentran registrados en las respectivas instituciones de seguridad social.

Esto último se verifica fácilmente con la ayuda del cuadro 3.57. El 65% de los trabajadores de los negocios estudiados no están asegurados, pero lo que resalta inmediatamente es que el nivel de cobertura es bastante dispar entre los países. Con un 71% de empleados asegurados, Costa Rica es el único país del área en donde los obreros cubiertos por el seguro social son mayoría. Lo anterior es consistente con los mayores niveles de cobertura de la población general en ese país¹³⁵.

El segundo nivel de cobertura más alto lo tiene Panamá, pues casi la mitad de los trabajadores tienen seguro (48,2%). En el resto, la gran mayoría no tienen acceso a los beneficios del aseguramiento. Entre este grupo de países, el caso más grave se presenta en Guatemala, en donde el 95% de los ocupados no está cubierto.

El aseguramiento también varía según el tamaño de los negocios. El 27% de los ocupados están asegurados cuando estos trabajan en establecimientos de 3 empleados, proporción que aumenta a 36% entre los negocios de 4 a 5 trabajadores. La cobertura es incluso mayor entre los negocios más grandes, puesto que cerca de la mitad de las personas están cubiertas por el seguro social.

En la mayoría de los casos el grado de formalidad se incrementa con el tamaño de la empresa, lo que sugiere que a medida que la empresa crece, su demanda de servicios asociados con las instituciones formales aumenta, al igual que la probabilidad de detección por las autoridades. Por ejemplo, mientras que el 86 % de las microempresas mexicanas que tienen solamente un empleado remunerado no hace aportes al seguro social, 71% de las que tienen cinco trabajadores remunerados dicen pagar el seguro social, al menos para algunos de sus empleados. En Brasil, el 76% de las microempresas no tienen una licencia para funcionar y 94% no pagan impuestos. Estas tasas bajan a 33% y 23%, respectivamente, entre las empresas con cinco trabajadores remunerados¹³⁶.

134 Mesa-Lago, Carmelo (2007). "La extensión del seguro y la protección de salud en relación al mercado laboral: problemas y políticas en América Latina", *La Revista Internacional de Seguridad Social*, vol. 60, no. 1, enero, p. 28.

135 Para un análisis comparativo más detallado sobre la cobertura del seguro social en América Latina Ver Mesa-Lago (2007). En el caso particular de los trabajadores independientes, este autor encuentra que un fuerte obstáculo para la cobertura de estos trabajadores por el seguro social es que ellos deben pagar un porcentaje de cotización igual a la suma de los porcentajes del trabajador asalariado y el empleador. En la región, sólo Costa Rica, con cobertura voluntaria, cubre a la mitad de los independientes porque el Estado paga el equivalente de la cotización del empleador a los independientes de bajo ingreso.

136 Perry, Maloney, y otros (2007), p.150.

Cuadro 3.57

Ocupados de los establecimientos según su condición de aseguramiento por país y tamaño del establecimiento en la Subregión (porcentajes)

	Con seguro	Sin seguro	Total	Empleados ^{1/}
<i>País</i>				
Guatemala	5,6	94,4	100,0	484
El Salvador	33,4	66,6	100,0	587
Honduras	33,7	66,3	100,0	600
Nicaragua	21,8	78,2	100,0	634
Costa Rica	71,3	28,7	100,0	571
Panamá	48,2	51,8	100,0	618
República Dominicana	23,6	76,4	100,0	539
<i>Tamaño de empresa</i>				
3 empleados	27,3	72,7	100,0	1.783
4-5 empleados	36,2	63,8	100,0	1.437
6-8 empleados	47,8	52,2	100,0	813
Total	34,6	65,4	100,0	4.033

Nota:

1/ No se incluyen los NS/NR.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Perry, Maloney, y otros (2007) argumentan que aunque la falta de registro de las empresas pequeñas ante las autoridades es un elemento que causa exclusión, la formalidad también puede verse como un insumo en el proceso de producción que esas unidades no consideran necesario. Es un hecho que aumentos en la productividad contribuyen a aumentar el grado de formalidad de las empresas, pero muchas microempresas siguen siendo demasiado pequeñas para beneficiarse de la formalidad lo suficiente como para superar los costos de adquirirla. Esto es particularmente cierto en los negocios que tienen una lógica de subsistencia o que no tienen potencial para crecer. Por consiguiente, sus necesidades de crédito pueden ser marginales, tienen un número limitado de clientes y con la mayoría guardan relaciones personales. A raíz de esto, este tipo de unidades no se beneficiarían mucho de un mayor acceso a los mercados y servicios judiciales organizados e impersonales que se asocian con la formalidad (por ejemplo, suscribir créditos con la banca comercial, garantizar el derecho de propiedad, realizar negocios con empresas más grandes o el mismo estado, facilitar el uso de contratos, tener contabilidad más ordenada, etc.). Los autores antes mencionados indican que una encuesta de microempresas informales de México reveló que cerca del 75% de las microempresas dicen que la razón principal para no registrarse ante las autoridades es que son demasiado pequeñas para que valga la pena hacerlo. En cambio, 8% contestó el tiempo requerido para registrarse, 4% citó los costos altos de operar como una empresa registrada, y, apenas un 2%, mencionó los elevados costos de la tramitología. Según ellos, esto mismo ocurre en la República Dominicana, país que, de acuerdo a la muestra de este estudio, ostenta uno de los niveles más bajos de aseguramiento con solamente un 24%.

Hasta ahora se ha dado énfasis a la identificación de algunas características de los empresarios y trabajadores de la muestra. Con ello se ha podido conocer cómo éstas tienen impacto en la dinámica de la firma y, a la vez, cómo influyen en la relación entre ambos. Una vez identificado esto, interesó además conocer cuáles eran los problemas internos y externos que ellos identifican como obstáculo a su desarrollo, aspecto que se van a tratar a continuación.

3.2.3 La problemática interna y del entorno

Una de las consideraciones más importantes en la presente investigación fue el tema de las posibles limitantes al desarrollo de las microempresas, visto desde la perspectiva de los propietarios de pequeños negocios. Existen al menos dos categorías de obstáculos: los exógenos y los endógenos. Los primeros están asociados a las condiciones del entorno o contexto institucional, político y económico dentro del cual se desenvuelven estas unidades económicas. Por ejemplo, el marco legal y trámites engorrosos, la poca disponibilidad de programas de apoyo o financiamiento, políticas comerciales y tratados internacionales que incrementan la competencia, etc. Los segundos están más bien orientados a las competencias endógenas del empresario y la capacidad interna de las firmas, como: carencias de formación, baja productividad, relaciones complicadas con los empleados, entre otros.

Aunque ambas categorías son de particular interés, se pretendió que las personas relacionaran las limitaciones del ámbito interno con las necesidades de capacitación y apoyo que las microempresas necesitan, lo cual es sujeto del siguiente capítulo del estudio. De este modo, se consideró apropiado hacer una pregunta para que los encuestados identificaran sus principales preocupaciones en cada ámbito por separado (interno y externo). La misma fue: ¿cuál considera usted que es el principal problema (interno/externo) que enfrenta su negocio para desarrollarse/crecer?

El ámbito interno

Llamativamente, aproximadamente un poco menos de la mitad de los encuestados expresaron no tener ningún problema interno, cuando se esperaba que los dueños de este tipo de negocios hubiesen externado en mayor medida la presencia de limitaciones endógenas en la empresa (el 45,9% señaló no tener problemas, mientras que el resto señaló directamente sus problemas internos -ver cuadro 3.58).

Los empresarios panameños y hondureños son los que menos mencionaron tener problemas (el 59,3% y 51,3%, de manera respectiva). Por otra parte, El Salvador destaca por tener el porcentaje más alto de propietarios que nombró algún tipo de obstáculo (64,4%).

Ante la variedad de respuestas, se encuentra que el principal problema planteado regionalmente se relaciona con la gestión de los trabajadores (recursos humanos). A un 6% de la muestra le cuesta trabajar con sus empleados; señalando implícitamente problemas en el trabajo en equipo. Estos pueden apuntar hacia limitaciones del jefe, como la falta de liderazgo para hacer que el personal cumpla con los objetivos del negocio, o dificultades para comprender puntos de vista distintos al propio. Este tipo de obstáculos preocupan más en Guatemala (18%). De ahí la importancia de promover temas relacionados con liderazgo y trabajo en equipo, tanto para

el jefe como para los empleados, pues la forma en que se ejerza la gestión de los recursos humanos es fundamental para mejorar las relaciones internas en una empresa.

Cuadro 3.58
Principal problema interno que identifican los jefes de los establecimientos
por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No tiene problemas	45,3	35,6	51,3	40,5	49,0	59,3	69,6	50,1
Me cuesta trabajar con empleados	18,0	4,3	3,3	7,8	2,0	2,7	4,4	6,0
Desactualización tecnológica	2,7	2,5	6,7	9,8	6,6	5,3	3,8	5,3
Poco compromiso de trabajadores	3,3	3,7	8,0	7,8	7,9	3,3	1,9	5,1
Poca capacitación de los empleados	4,0	5,5	6,0	5,9	4,0	4,7	2,5	4,7
Falta de conocimientos de administración	2,7	4,3	4,0	5,9	10,6	4,0	1,3	4,7
Visión corto plazo	3,3	1,8	4,0	5,9	4,6	2,7	0,0	3,2
Baja calidad de mi producto	6,0	2,5	1,3	2,0	0,7	0,7	1,3	2,0
Desorganización administrativa	6,0	3,7	1,3	4,6	2,0	0,7	3,8	3,2
Me falta claridad para saber cuales son mis costos	6,0	2,5	0,7	5,9	4,6	2,7	5,7	4,0
No puedo mejorar mi interacción con clientes	1,3	8,0	1,3	0,0	1,3	1,3	1,3	2,1
Otros problemas ^{1/}	1,3	25,8	12,0	3,9	6,6	12,7	4,4	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Notas:

1/ Incluye: falta de compradores, poco circulante y competencia, infraestructura, precios altos de los productos, pago de alquiler, sistema de ventas por internet, falta de energía eléctrica.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

El segundo problema mencionado está relacionado a la desactualización tecnológica, al menos un 5,3% reconoce explícitamente la importancia del desarrollo tecnológico en el crecimiento de la empresa. Para los microempresarios de Nicaragua, de hecho, éste sobresale como el obstáculo más grande, dado que casi un 10% lo nombró. La desactualización tecnológica puede relacionarse con técnicas de producción simples, bajos niveles de componentes tecnológicos entre otros, así como falta de capital para mejorar la tecnología productiva.

En tercer lugar aparece el poco compromiso de los trabajadores con la unidad económica (5,1%). Esta limitación no es solo un asunto de los trabajadores, sino también de la forma como el empresario interactúa con ellos. En ese sentido, sería importante conocer también la versión

de los trabajadores respecto al tema. La preocupación por este asunto se percibe más en Honduras (8%), Costa Rica (7,9%) y Nicaragua (7,8%).

Otros problemas vinculados con la gestión administrativa (falta de conocimientos en administración, visión corto plazo, desorganización administrativa, claridad para saber costos) resaltan en Nicaragua (22,2%), Costa Rica (21,9%) y Guatemala (18%).

Los asuntos asociados con debilidades en el proceso de producción tuvieron baja mención, pues apenas el 4,1% planteó que la baja calidad de sus productos es un problema para ellos, donde Guatemala está por arriba del promedio regional con un 6% de las respuestas.

Después de indagar sobre la preocupación principal, también se quiso conocer sobre otros problemas internos que agobian a los microempresarios. El 81,5% señaló que no tenía ningún otro problema, mientras que quienes señalaron que sí tenían, orientaron sus respuestas hacia la desorganización administrativa (3,1%), seguida de la visión de corto plazo (3%) y poco compromiso de los trabajadores (2,9%), etc.

En este tema se trató de determinar si la percepción de los obstáculos estaba asociada de alguna forma con las características del propietario del negocio. La primera variable fue el género (cuadro 3.59). Se nota que los hombres tienden a señalar más la presencia de dificultades en comparación con las mujeres (el 60,6% de ellos mencionaron tener problemas, en cambio solo la mitad de ellas así lo expresaron). Esta situación llama la atención en la medida que se piensa que las mujeres, por su condición de género, enfrentan mayores problemas que los varones para desarrollar su empresa. Sin embargo, una explicación podría ser que los obstáculos que enfrentan pueden estar ligados más a factores de carácter externo y no tanto interno. Esto se refuerza debido a que un porcentaje importante de las microempresas lideradas por mujeres se encontró en un local ubicado en la casa (lo cual puede hacer que muchos de sus problemas se perciban como cotidianos y no como algo particular de la empresa).

Observando el cuadro 3.59, se encuentra que a pesar de que los hombres mencionan más problemas que las mujeres, hay coincidencia en las preocupaciones. El grueso de éstas tiene que ver con la relación entre jefe y empleados. En este caso, las mujeres parecen prestar mayor interés a este tópico, pues aproximadamente el 32% de ellas nombraron limitaciones relacionadas con la dificultad para trabajar con los empleados (11,6%), el poco compromiso de éstos (11,6%) y la escasa cualificación para desempeñar sus tareas (8,9%).

En general, los problemas que se generan de la relación entre jefe y empleados son considerados más seriamente por las firmas que tienen más años de operación, o dicho de otra forma, por aquéllas más maduras. El gráfico 3.28 muestra cómo conforme las firmas son más antiguas, se da una mayor tendencia a mencionar este tipo de limitantes (la participación de “me cuesta trabajar con empleados”, “poco compromiso” y “poca capacitación de los empleados,” pasa de 21,8% entre las unidades de 10 o más años de operación, a un 16,4% entre las de 6 a 10 años, hasta llegar a un 11,7% para las de menos de 6 años). Parece ser que las empresas más jóvenes, al estar más enfocadas por su incorporación y permanencia en el mercado, no pueden prestar mayor atención al trato de los trabajadores (alta rotación); mientras que las

de mayor edad y más consolidadas, tienen más posibilidades de fortalecer el recurso humano. Esta situación es concordante con el hecho de que las empresas más jóvenes mencionan mayormente problemas relacionados en el rubro de otros, (falta de compradores, precios altos de productos, infraestructura, pago alquiler, poco circulante y competencia, entre otros), los cuales están más relacionados con el diario vivir y por tanto con la sobrevivencia de la empresa. El tema de gestión administrativa (falta conocimientos de administración, visión de corto plazo, desorganización administrativa, claridad para saber costos) es un problema que preocupa por igual, independiente del año de fundación.

Cuadro 3.59
Principal problema interno que identifican los jefes de los establecimientos
por sexo en la Subregión
(porcentajes)

	Hombres	Mujeres	Total
No tiene problemas	39,4	50,7	45,9
Tiene problemas	60,6	49,3	54,1
Total	462	613	1075
<i>Total respuestas tiene problemas</i>			
Me cuesta trabajar con empleados	10,7	11,6	11,2
Desactualización tecnológica	9,3	10,3	9,8
Poco compromiso de trabajadores	7,1	11,6	9,5
Poca capacitación de los empleados	8,2	8,9	8,6
Falta de conocimientos de administración	8,2	8,9	8,6
Visión corto plazo	5,7	6	5,8
Baja calidad de mi producto	5,4	2,3	3,8
Desorganización administrativa	5,7	6	5,8
Me falta claridad para saber cuales son mis costos	9,6	5,3	7,4
No puedo mejorar mi interacción con clientes	4,6	3,3	4
Otro problema ^{1/}	16,1	19,5	17,9
Ninguno	9,3	6,3	7,7
Total de respuestas	280	302	582

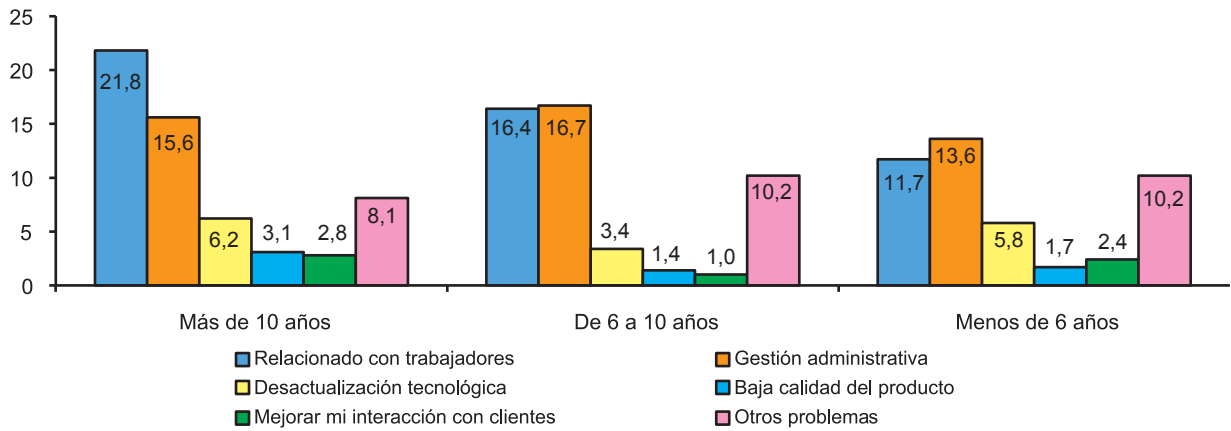
Nota:

1/ Incluye/ falta de compradores, precios altos de productos, infraestructura, pago alquiler, poco circulante y competencia, entre otros.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

La introducción de otras variables como la edad del dueño o la rama de actividad no revelan diferencias o tendencias significativas.

Gráfico 3.28
Principal problema interno según año de fundación del negocio en la Subregión
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Los problemas del entorno

Recientemente se ha tomado mucho más conciencia de la importancia de este tema, por lo que este estudio también busca indagar sobre tal problemática. Al igual que en el caso de los obstáculos endógenos, la pregunta que se planteó fue: ¿cuál considera usted que es el principal problema externo que enfrenta su negocio para desarrollarse/crecer?

En contraste con la relativamente baja incidencia de problemas internos, fue significativa la proporción de empresarios entrevistados que señaló que sí enfrenta limitaciones del entorno. De hecho, solo el 11,6% de la muestra señaló no tenerlas, frente a casi el 46% observado en la problemática interna. Esto no es casual, por un lado, los problemas del entorno son más claramente observables que los internos, y se perciben de una manera más directa en el desempeño de las empresas. Reconocer debilidades en sus competencias o en las de sus trabajadores supone, de alguna forma, una autocrítica de los responsables del negocio y su forma de gestionarlo.

Una vez indicada la presencia o no de problemas externos, se le pidió a los encuestados que escogieran aquéllos que más los agobian. La lista de opciones que se les presentó incluía los problemas más frecuentemente enunciados en la literatura del tema, así como otros que fueron detectados durante los *focus groups*. De la selección de los empresarios, se determinó que los pocos clientes/bajas ventas es el problema más importante que ellos asocian con el entorno (22,6%). Esta percepción es muy interesante porque la escasez de clientes y ventas puede ser causa de una combinación de factores exógenos y endógenos (relacionados, por ejemplo, a una situación económica que reduce el poder de compra, cuando pueden existir problemas de calidad del producto/servicio, en el servicio al cliente, estar ubicado en un punto poco estratégico, etc.). No obstante los individuos lo están identificando como un problema exclusivamente del entorno (por la forma en que se estructuró la encuesta los microempresarios no tuvieron la

posibilidad de clasificar entre los problemas internos y los del entorno ya que las opciones venían preestablecidas). Este tema parece despertar más preocupación entre los empresarios nicaragüenses y salvadoreños (36,6% y 33,1%, respectivamente-ver cuadro 3.60).

Cuadro 3.60
Principal problema externo que identifican los jefes de los establecimientos
por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No tiene ningún problema	6,0	10,4	11,3	6,5	18,5	14,0	14,6	11,6
Pocos clientes/bajas ventas	27,3	33,1	20,7	36,6	6,6	9,3	23,4	22,6
Poca cooperación con la competencia	2,7	1,8	1,3	2,0	2,0	1,3	0,6	1,7
Temas asociados a la competencia (nacional, internacional y excesiva)	26,7	26,4	24,7	18,3	24,5	17,3	0,6	19,7
Falta de crédito o financiamiento	3,3	3,7	10,7	9,8	11,3	4,0	6,3	7,0
Clientes que no pagan/no pagan a tiempo	0,0	1,2	4,7	1,3	3,3	2,7	2,5	2,2
Falta de energía eléctrica/irregularidad	0,0	0,0	0,0	9,2	0,0	1,3	28,5	5,7
Servicios públicos e infraestructura	0,7	1,8	0,7	2,0	6,0	0,7	0,6	1,8
Pocas ganancias	16,0	9,2	4,7	7,8	2,6	14,7	16,5	10,2
Falta de calidad de materia en el mercado	0,7	2,5	0,7	0,0	2,0	0,7	0,0	0,9
Problemas con las autoridades	0,0	0,6	0,7	0,0	1,3	0,0	1,9	0,7
Mucha burocracia / trámites	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6	2,7	0,0	1,0
Poco apoyo del estado	2,0	0,6	3,3	2,6	3,3	5,3	1,3	2,6
Inseguridad pública/delincuencia	11,3	6,1	15,3	2,0	9,9	20,0	3,2	9,6
Otros	3,3	2,4	1,3	2,0	3,9	0,7	0,0	1,9
Ninguno	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3	0,0	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

El problema que ocupa el segundo lugar tiene que ver con el incremento de la competencia (sea nacional, internacional o simplemente excesiva). Prácticamente una quinta parte de los entrevistados lo escogieron. La competencia fue mencionada fuertemente en 4 de los 7 países. Estos son los casos de Guatemala (26,7%), El Salvador (26,4%), Honduras (24,7%) y Costa Rica (24,5%) respectivamente. La percepción empresarial sugiere la disconformidad de las personas con las reglas de la competencia actuales, la cuales no les favorecen, no son equitativas, o simplemente no existen; dejando al más fuerte en una situación más ventajosa. La legislación en cuanto a temas de competencia aún no está muy arraigada en la región, así como los mecanismos para hacerla respetar. Además, se observa en la mayor parte de los países latinoamericanos una gran asimetría en la relación entre grandes y pequeñas empresas que aprovechan estos “espacios vacíos” en la legislación para sacar partido de su “poder de mercado”¹³⁷.

Otro aspecto destacado es el de las pocas ganancias (10,2%). Éstas podrían obedecer también a situaciones de carácter exógeno (como la situación económica que no permite colocar mayores márgenes de ganancia), como de origen endógeno (inadecuada estimación de los costos y por tanto, de los beneficios); por lo que podría ser otro componente importante a ser analizado posteriormente en la temática de capacitación. Respecto a la percepción por países, son República Dominicana (16,5%), Guatemala (16%) y Panamá (14,7%) quienes lo señalan de manera más reiterada.

No es sorprendente que el tema de la inseguridad pública y la delincuencia aparezca también como otro problema importante del entorno (9,6%). El incremento de la delincuencia en toda la Subregión es obviamente un problema que se percibe crecientemente en la actividad económica. Particularmente, el crecimiento de las pandillas (maras) y la “exportación” de esta actividad delincriminal es sin duda un problema que requiere atención no solo en el sentido represivo, sino también en el ámbito de la prevención. Panamá (20%), Honduras (15,3%), Guatemala (11,3%) y Costa Rica (9,9%) son, en ese orden, quienes señalan más recurrentemente esta contrariedad. Llama la atención que en El Salvador este tópico no haya obtenido un porcentaje más alto de respuestas (6,1%). Posiblemente, esto podría ser consecuencia de la incorporación del problema de la inseguridad como una condición dada con la cual hay que lidiar, incluyéndolo de por sí como un costo más dentro de la operación de las empresas.

Otros problemas de menor mención según los encuestados fueron el acceso al crédito (7%) y la falta de energía eléctrica (5,7%). En el primer caso, los países que más lo señalaron fueron Costa Rica (11,3%), Honduras (10,7%) y Nicaragua (9,8%). En República Dominicana (28,5%) y Nicaragua (9,2%) se quejaron más sobre los inconvenientes con la energía.

Al relacionarse la presencia de problemas del entorno con el sexo del empresario, se encuentra una ligera diferencia entre la percepción de hombres y mujeres. Así, el 90,9% de los varones señala estos problemas, mientras que ellas lo señalan en un 86,5%. En el caso de pocos clientes/bajas ventas, son las mujeres quienes señalan más este problema (28%, frente al 23% de los hombres).

¹³⁷ Zevallos (2007).

Asimismo se buscó establecer si existe una relación entre la edad y la presencia de problemas (cuadro 3.61). Existe una ligera propensión a señalar más problemas conforme se incrementa la edad del entrevistado. Probablemente, la mayor madurez de estas personas podría también hacer más conciencia sobre los problemas existentes.

Cuadro 3.61
Relación entre la edad del empresario y el reconocimiento de problemas externos en la Subregión
(porcentajes)

	No tiene problemas	Tiene problemas	Total
De 18 a 30 años	16,1	83,9	100,0
De 31 a 40 años	11,6	88,4	100,0
De 41 a 50 años	9,8	90,2	100,0
De 51 años o más	10,5	89,5	100,0
NR	0,0	100,0	100,0
Total	11,6	88,4	100,0
Total de respuestas	125	950	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

De esta forma, los problemas del entorno son más reconocidos que los internos. De los primeros, los temas asociados a los ingresos y la competencia son los más representativos, mientras que por el lado interno, la relación con los trabajadores y la tecnología son los aspectos mayormente señalados. Con el análisis de la problemática que enfrentan las unidades de producción, se pretendió que los empresarios vincularan las limitaciones del ámbito interno con las necesidades de capacitación y apoyo que las microempresas necesitan. Esto será el motivo central del próximo capítulo. El reto consiste en convertir estos problemas en soluciones viables para los empresarios.

IV. Capacitación

Uno de los ejes principales de la investigación se centra en la capacitación de las unidades productivas. Por esta razón, el estudio profundiza en la percepción que tienen los microempresarios sobre su importancia en el desarrollo de su empresa, la participación de éstos en procesos de formación, las áreas en las cuales se han capacitado, las instituciones que les brindaron asistencia, y el tipo de modalidad de capacitación recibida. También, se les pidió a los encuestados que seleccionaran aquellos temas de capacitación prioritarios para mejorar el manejo de sus establecimientos. Esto último con el propósito de recomendar a las instituciones responsables de la capacitación en los diferentes países de la Subregión, el establecimiento de líneas de trabajo relevantes para los empresarios de este estrato.

Los temas de capacitación presentados a los encuestados, se basaron en la oferta propuesta por los institutos de capacitación de la Subregión. Ellos a su vez, se organizan de acuerdo a las áreas funcionales de las empresas en general (sin ningún tipo de distinción), a saber; administración, producción, recursos humanos, contabilidad, mercadeo, seguridad y salud, y computación e idiomas.

4.1 Aspectos generales de la capacitación en las microempresas

La importancia que la microempresa representa en la generación de empleo y la producción hace que este estrato se convierta en un elemento clave en las estrategias de desarrollo. Por consiguiente, la capacitación y su relación en la mejora de la competitividad y eficiencia de la empresa se hacen críticas para convertir a las unidades económicas de la región en herramientas para incrementar la productividad de estas naciones. Con el propósito de profundizar en el tema de la capacitación, se hicieron una serie de preguntas a los empresarios para conocer su opinión sobre la capacitación (si han participado o no en programas de capacitación, cuándo lo hicieron, las áreas prioritarias en las cuales considera debe capacitarse, entre otras).

En primer lugar, se analiza la valoración de los encuestados sobre la capacitación. Ante la interrogante sobre la necesidad de que los dueños se capaciten para mejorar el desarrollo de la empresa, cerca del 82% de los encuestados consideró que sí es necesario (Cuadro 4.1). Las razones que esgrimieron se resumen principalmente en: mejorar el desempeño del negocio (44%), conocer mejor sobre el negocio y producto (15,8%) y actualizarse (13,7%).

Cuadro 4.1

Opinión de los jefes de los establecimientos sobre la necesidad de capacitarse y capacitar a sus trabajadores por sector económico en la Subregión (porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles/ Restaurantes	Servicios	Total	Total de respuestas
<i>Capacitación para los empleadores</i>						
Sí	82,1	83,6	76,4	89,1	81,9	880
No	17,2	15,4	23,2	10,2	17,5	188
NS/NR	0,6	1,0	0,4	0,7	0,7	7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.075
<i>Razones de la respuesta</i>						
Para mejorar el desempeño del negocio ^{1/}	43,2	45,8	46,4	39,4	44,0	473
No se necesita en su negocio	17,2	15,4	23,2	10,2	17,5	188
Para conocer mejor sobre el negocio y producto	17,7	15,9	12,4	16,1	15,8	170
Actualizarse	13,0	13,4	9,7	23,4	13,6	146
Otros ^{2/}	6,8	5,0	4,5	6,6	5,9	63
NS/NR	2,1	4,5	3,7	4,4	3,3	35
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.075
<i>Capacitación para los trabajadores</i>						
Sí	79,4	79,1	75,3	88,3	79,4	854
No	19,8	19,9	24,0	10,9	19,7	212
NS/NR	0,9	1,0	0,7	0,7	0,8	9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.075
<i>Razones de la respuesta</i>						
Para mejorar el desempeño del negocio ^{1/}	52,3	51,2	52,4	45,3	51,3	551
Actualizarse	11,7	10,9	11,2	32,1	14,1	151
Otros ^{3/}	11,7	13,4	9,4	9,5	11,2	120
NS/NR	4,5	4,5	3,0	2,2	3,8	41
No se necesita en su negocio	19,8	19,9	24,0	10,9	19,7	212
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1.075

Notas:

1/ Incluye mejorar producto o servicio, atención al cliente y aumentar ventas.

2/ Incluye: es importante, para mejorar registros contables y planificar, ayudan a las mujeres, capacitación, es para grandes empresas.

3/ Incluye: para que conozcan lo que venden, hay que orientarlos, para que sepan preparar alimentos, el negocio es simple, etc.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

En el caso de los que expresaron que la capacitación no es importante, se presentan una serie de factores coyunturales que reducen sus deseos, recursos y propensión hacia la misma, como por ejemplo, la inestabilidad del mercado que obliga muchas veces a hacer ajustes en los sistemas de producción o comercialización (Cuadro 4.1). Entre las excusas se cita además que el negocio es muy simple, por lo que ellos mismos pueden aprender (en la dinámica de su trabajo) las habilidades necesarias para salir adelante con el negocio, así como que la capacitación solo es útil para grandes empresas.

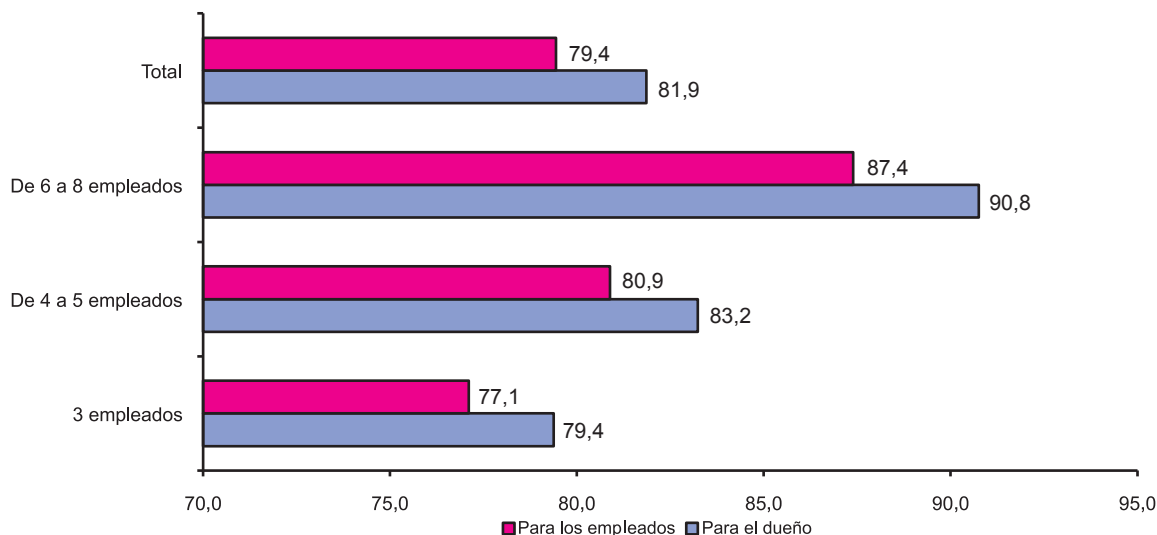
También se preguntó a los dueños sobre su posición acerca de capacitar a sus empleados. El porcentaje de respuestas positivas recibidas es muy similar al de la pregunta anterior (79,4%). Las principales razones de este alto porcentaje igualmente giran alrededor de la necesidad de actualizarse y la mejora en el negocio (con un 68,2%). Sin embargo, la incidencia de los que dicen que sí se requiere, disminuye un poco más de dos puntos porcentuales con respecto a las necesidades de capacitación de los empleadores/patronos.

Existen fundamentalmente dos factores que parecen influir en esta disminución. El primero es el costo de la capacitación, el cual es básicamente asumido por los empleadores. El segundo es el temor de que el trabajador, una vez que ha sido capacitado, se vaya de la empresa a instalar su propio negocio. Este temor surge de la alta rotación de trabajadores en las microempresas provocada por los bajos salarios; pero también involucra una visión empresarial que no promueve el compromiso con sus trabajadores (el cual no necesariamente pasa solo por el salario-Cuadro 4.1). Desde la perspectiva de algunos oferentes de formación entrevistados, el negocio es visto por una parte de los microempresarios como la posibilidad de ganar dinero a bajo costo. Todo aquello que represente un gasto se ve como amenaza, incluida la capacitación. Esto es más latente en las unidades de subsistencia, donde no hay perspectiva de desarrollo más allá de cierto límite. Esta situación puede ser una oportunidad para desarrollar mecanismos solidarios de capacitación, que involucren tanto a trabajadores como empresarios y que promuevan un mayor compromiso de los primeros con la unidad productiva.

Cuando se asocia las opiniones favorables hacia la capacitación (para los dueños y los trabajadores) con el tamaño de los negocios (Gráfico 4.1), se aprecia un mayor nivel de conciencia de la necesidad de la formación conforme la empresa crece y se vuelve más compleja. El porcentaje de respuestas positivas de la capacitación para el jefe pasa de un 79,4% en las unidades de tres empleados a un 90,8% para las de seis a ocho, y de un 77,1% a 87,4% en el caso de la capacitación para los trabajadores. Así, en las empresas grandes, contar con una mano de obra calificada que conozca bien la dinámica del negocio, le permite al dueño diversificar funciones y delegar responsabilidades, lo que a su vez le da más tiempo para atender otras actividades como administrar, vender, buscar financiamiento, etc.

Sin embargo se observa también que conforme aumenta el tamaño de la empresa, la brecha entre las opiniones favorables a la capacitación del empresario respecto del trabajador también aumenta. Aunque no es muy significativa la diferencia, si es importante señalar la presencia de este comportamiento.

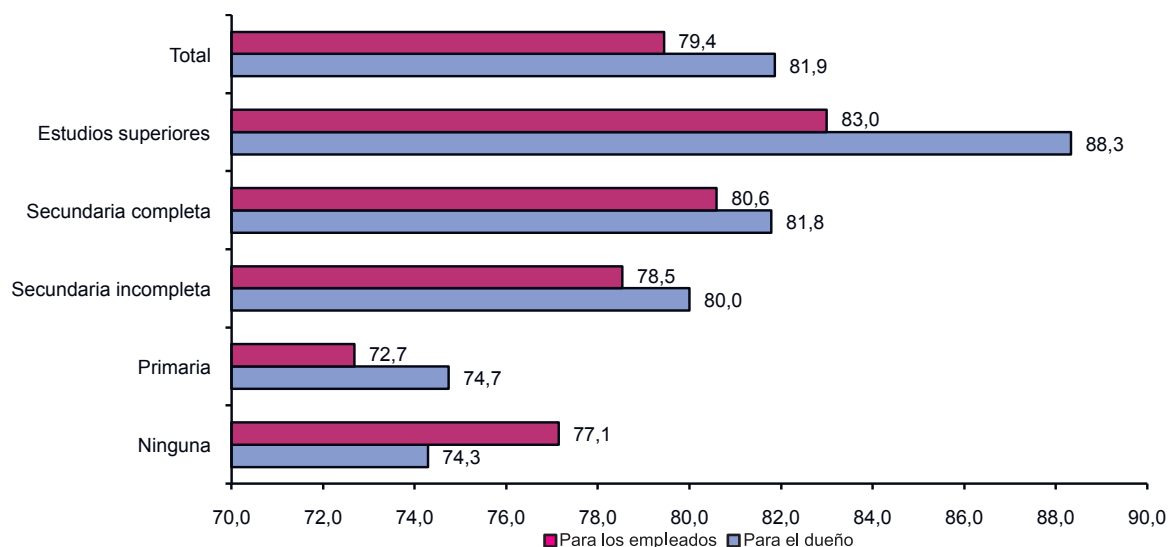
Gráfico 4.1
Opiniones favorables a la necesidad de capacitación
según tamaño del establecimiento
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

El aumento del nivel educativo del jefe también implica incrementos de la opinión favorable sobre la necesidad de formación, tanto la destinada para jefes como para los empleados (Gráfico 4.2). Para los dueños, ella pasa de un 74,3% entre los que no tienen ninguna educación a 88,3% para los que cuentan con estudios superiores, y para los empleados, de un 77,1% hasta 83%.

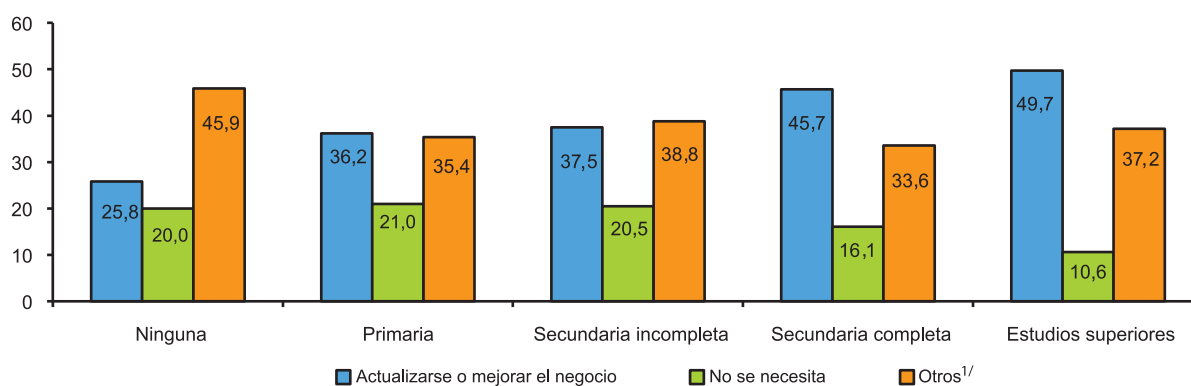
Gráfico 4.2
Opiniones favorables a la necesidad de capacitación según educación del jefe
 (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Entre las razones que brindan (ver gráfico 4.3) se advierte que hay una mayor necesidad de actualizarse para los de educación superior (pues pasa de un 25,8% de los que no tiene ninguna educación a un 45,7% de secundaria completa y 49,7% para los de estudios superiores). Por otro lado, el peso de los que expresan no necesitarla en su negocio disminuye conforme aumenta el grado de escolaridad (pasa de aproximadamente un 20% entre los que no tienen ningún nivel, primaria o secundaria incompleta, a un 16,1% para los de secundaria completa y un 10,6% para los de educación superior). Esta situación confirma que aquéllos con más años de estudio, ven a la educación como un proceso continuo.

Gráfico 4.3
Razón por la que opina que es importante la capacitación
según educación del jefe
 (porcentajes)



Nota:

1/ Otros incluye: ganar experiencia, atender mejor al cliente, aumentar ventas, mayor conocimiento, entre otros.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

En relación a las opiniones en los distintos países, llama la atención el elevado porcentaje de individuos que consideran que la capacitación (para trabajadores y empleadores) no es necesaria en Panamá y República Dominicana (Cuadro 4.2). Como se verá más adelante, son justamente estas naciones en donde se han capacitado menos personas. Casi una tercera parte de los propietarios en estos países plantea que ellos no requieren formación para manejar su negocio. En Panamá, además, se observa mayor reticencia hacia la capacitación de los trabajadores, ya que las respuestas negativas se incrementan significativamente hasta alcanzar un 35%. Contrariamente, en Guatemala, Costa Rica y República Dominicana, ésta se considera más útil en relación a la de los patrones.

Cuadro 4.2
Opinión de los jefes de los establecimientos sobre la necesidad de capacitarse y capacitar a sus trabajadores por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Capacitación para los empleadores</i>								
No	14,7	15,3	12,0	15,0	7,3	27,3	30,4	17,5
Sí	82,7	83,4	88,0	85,0	92,7	72,7	69,0	81,9
Razones de la respuesta								
Actualizarse y mejorar el negocio	73,4	57,7	80,7	77,7	84,1	66,1	53,1	70,2
Para mejorar los registros contables	0,0	4,3	1,3	2,6	1,3	3,3	0,6	2,0
Para controlar y aumentar ventas	0,0	0,6	2,0	3,3	3,3	2,0	5,1	2,3
No se necesita en su negocio ^{1/}	15,3	10,4	12,0	15,0	6,0	27,3	29,0	16,5
Otros ^{2/}	5,3	12,9	2,0	1,3	2,0	1,3	7,6	4,7
<i>Capacitación para los trabajadores</i>								
No	14,7	21,5	16,0	16,3	6,0	35,3	27,8	19,7
Sí	83,3	76,7	84,0	83,7	94,0	63,3	71,5	79,4
Razones de la respuesta								
Actualizarse y mejorar en el negocio	66,0	52,8	76,0	69,3	88,1	60,0	66,5	68,2
No se necesita en su negocio ^{3/}	14,0	20,9	15,3	19,0	6,6	35,3	24,1	19,3
Otros ^{4/}	16,0	6,1	6,0	10,5	2,0	3,3	5,1	7,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Nota: No se incluye los no sabe y no responde

1/ Incluye: no se necesita en el negocio, es indiferente, mercado inestable, se aprende solo, el negocio es simple, son cosas que ya hay que saber, no hay tiempo, es para empresas grandes, ella las puede capacitar.

2/ Incluye: ayuda a las mujeres, es importante, para tener oportunidades, que conozcan lo que venden, desarrollo personal, motivación.

3/ Incluye: es indiferente, se aprende solo, el negocio es simple, son cosas que ya hay que saber, no hay tiempo, ella las puede capacitar, después ponen su propio negocio, costos de la capacitación, es un negocio familiar.

4/ Incluye: ayuda a las mujeres, es importante, para tener oportunidades.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Hasta el momento, existe una valoración bastante favorable de la capacitación entre los encuestados. No obstante esta tendencia, se verá a continuación que realmente las experiencias de aprendizaje y preparación entre los microempresarios son muy escasas, y que en la práctica, el lugar de privilegio que los empresarios le han asignado hasta ahora a la capacitación, cede ante otras necesidades de corto plazo.

El cuadro 4.3 muestra que 30,8% de los encuestados ha participado de alguna acción de formación, a pesar de que ocho de cada diez individuos reconocieron como necesaria la capacitación. Este escenario preocupa ya que parte de la responsabilidad en la falta de habilidades empresariales y/o productivas en los empresarios se relaciona con la poca vinculación práctica que tienen ellos con la capacitación. La baja participación de éstos en este tipo de acciones se puede convertir en un obstáculo para la sostenibilidad de sus negocios.

De acuerdo a la entrevista realizada por el equipo del proyecto¹³⁸ a los funcionarios de INTECAP, en Guatemala, se encuentra entre los emprendedores deficiencias en todas las áreas administrativas (por ejemplo: planeación, organización, dirección, mercadeo, controles financieros, administración de personal, legislación, administración de la producción, control de costos y presupuestos de producción, supervisión efectiva, ventas y distribución, elaboración de proyectos de inversión, globalización y tratados comerciales). Para ellos la falta de capacitación y de actualización en el área de administración incide negativamente en el desempeño empresarial, debido a que sin este instrumento, las empresas continúan en el entorno como negocios de subsistencia familiar sin posibilidad de expansión y éxito. Otros personeros de institutos de Costa Rica, observaron que la implementación de procesos de innovación entre las microempresas no es frecuente, por lo que se deberían dar cambios en el currículo de programas de capacitación que la impulsen¹³⁹.

Por otra parte, el representante de la Confederación de Trabajadores por Cuenta Propia de Nicaragua planteó, desde el punto de vista de los demandantes, que en su caso sí se les asiste en algunas áreas para capacitarse (administración y contabilidad para microempresas, técnicas de mercadeo, seguridad e higiene ocupacional, mecánica, soldadura, corte y confección, elaboración y manipulación de alimentos y control de calidad), aunque reconoce que este estrato funciona de manera empírica. Consecuentemente, demanda el acceso a servicios de capacitación compatibles en horarios con el ejercicio de la actividad, para poder asistir a los cursos y no interrumpir su ocupación¹⁴⁰.

138 Entrevista realizada por Oscar Barrios, ex-Coordinador del Observatorio del Mercado Laboral de Guatemala a: Lic. Frider Peña, Jefe Departamento Servicio al Cliente y Rosario Hernández, Coordinadora Servicio al cliente de INTECAP, Departamento de Guatemala, 10 de octubre 2007.

139 Grupo focal con organizaciones de capacitación en Costa Rica.

140 Opinión expresada por un representante de la Confederación de Trabajadores por cuenta propia denominada "economía informal" en el marco de la implementación de mesas empresariales impulsadas por la Dirección General de Empleo y Salarios y plasmado en el informe "Necesidades de formación y tendencias de empleo", Managua, agosto 2007.

Cuadro 4.3
Incidencia de la capacitación entre los establecimientos
por sector económico en la Subregión
 (porcentajes)

	Ha recibido	No ha recibido	NS/NR	Total
Comercio	29,1	70,6	0,2	100,0
Industria manufacturera	33,8	66,2	0,0	100,0
Hoteles/Restaurantes	23,6	76,4	0,0	100,0
Servicios	46,0	53,3	0,7	100,0
Total	30,8	69,0	0,2	100,0
Total de respuestas	331	742	2	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

La baja incidencia de la capacitación entre los microempresarios puede obedecer a varios factores. Desde el lado de la demanda de capacitación, se acusa el hecho de que la oferta formativa en los países está más orientada a pequeños, medianos y grandes empresarios y no responde a los requerimientos de los microempresarios (así lo expusieron en los diversos grupos focales realizados). Además, algunos emprendedores tienen malas referencias de los programas de capacitación en centros de formación, pues consideran que son impartidos por personal no calificado y en talleres con maquinaria obsoleta o diferente a la que ellos poseen, por lo que no se aprovecha suficientemente este recurso (así lo expusieron también en los grupos focales).

Desde el lado de la oferta (y según la misma entrevista con funcionarios de INTECAP en Guatemala), se señala que “existe un fuerte conformismo en ellos (los microempresarios) en la subsistencia”. La capacitación no es necesaria, no existe dentro de su planificación un rubro para la capacitación, la consideran como un gasto no como una inversión. Esto refuerza la visión de que existiría un subconjunto de unidades económicas donde el empresario tiene un “bajo umbral de logro” y por tanto, al sentir que sus aspiraciones han sido satisfechas no tiene necesidad de “arriesgar” lo ganado. También podría ser un asunto de actitud pues consideran que está en el microempresario la autoresponsabilidad de querer capacitarse. Igualmente, esta situación puede obedecer a imperfecciones en el mercado relacionadas con la falta de información sobre el tipo de capacitación que se imparte, los requisitos de acceso, los lugares de capacitación, etc., pues la oferta formativa de los institutos de formación en la Subregión programan cursos orientados a microempresas.

Revisando al interior de cada uno de los sectores (Cuadro 4.3), un 46% de dueños de empresas del sector servicios indicó haber recibido algún tipo de capacitación, seguidos de los de la industria manufacturera con cerca del 34% y los de comercio con 29%, mientras que entre los del sector de hoteles/restaurantes se presenta los niveles más bajos de capacitación con alrededor de un 24%. La escasa penetración de la capacitación entre restaurantes y hoteles es llamativa. En el primer caso, debido a que en este tipo de actividad la normativa vigente en muchos lugares exige la certificación y entrenamiento en el manejo de alimentos; y, en el

segundo, porque parece que el gran impacto del turismo en los últimos años no se ha reflejado en una mayor preparación en las pequeñas unidades, al menos desde el punto de vista de la capacitación. Sobre este tema, el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) ha definido la capacitación como una prioridad para el desarrollo sostenible de la Subregión¹⁴¹. En este caso, se recomienda revisar la estrategia de capacitación propuesta a las MIPYMES por esta secretaría, de este Consejo en la medida que al menos la información de los cursos ofertados realmente llegue a estas empresas.

En comparación con el resto de actividades, en el sector servicios se da la mayor presencia de unidades que participaron en algún proceso de formación. Esta circunstancia podría aludir a la existencia de una oferta más amplia y accesible para los negocios que desarrollan esta actividad. A grandes rasgos, muchas de las ocupaciones y habilidades más demandadas en el mercado de trabajo actualmente (así como el surgimiento de otras nuevas), están vinculadas a los servicios y a las tecnologías de la información. En reacción a estas tendencias, una parte importante de los cursos de capacitación ofrecidos por la mayoría de institutos de formación del área pertenecen a la oferta formativa del sector servicios (servicios de informática e inglés), así como del comercio. De hecho, Obando y Rojas (2006) señalan que la mayoría de las matrículas se dan en módulos como informática, administración, idiomas, gestión empresarial, contabilidad y mercadeo y ventas. Por ejemplo, el INA en Costa Rica cuenta con un Núcleo de Comercio y Servicios (instancia a cargo de diseñar los programas de capacitación y formación dirigidos al estrato microempresarial) que diseña un “programa de gestión y pequeña microempresa” que incluye seis módulos con una duración entre 38 y 60 horas cada uno. Estos módulos se componen de temas como administración de pequeña empresa, registro y control de las operaciones, costos de producción, mercadeo para pequeña empresa, unidad productiva y gestión de compras, además de otro módulo sobre plan de negocios para MIPYMES¹⁴².

El cuadro 4.4 presenta la incidencia de la capacitación asociada a una serie de variables. La primera de ellas fue el sexo del jefe, variable con la que no se encontraron diferencias significativas, de forma tal que la propensión a capacitarse es muy similar entre hombres y mujeres (cercano al 30%), aunque con una leve diferencia a favor de los primeros (32,3% contra 29,7%).

Por otra parte, al cruzar la capacitación con intervalo de edad, se encuentra que del total de los que expresaron haberse capacitado, la mayoría están ubicados en el rango de 41 a 50 años (43%), lo que puede ser un indicativo de que hay una mayor madurez y por tanto una percepción mas clara sobre la necesidad de capacitarse. En segundo lugar se encuentran los del intervalo de 18 a 30 años, lo cual es entendible en la medida que por su juventud, su incursión en el mercado e interés en la consolidación del negocio, los lleva a buscar en la capacitación este afianzamiento.

¹⁴¹ www.sica.int/cct/plan, abril 2008.

¹⁴² www.ina.ac.cr, abril 2008.

Cuadro 4.4

Incidencia de la capacitación entre los establecimientos según algunas características de los dueños y los negocios en la Subregión (porcentajes)

	Ha recibido	No ha recibido	NS/NR	Total
<i>Sexo del jefe</i>				
Hombres	32,3	67,7	0,0	100,0
Mujeres	29,7	70,0	0,3	100,0
<i>Intervalo de edad del jefe</i>				
18 a 30	33,0	67,0	0,0	100,0
31 a 40	27,0	72,4	0,6	100,0
41 a 50	43,0	65,8	0,0	100,0
51 o más	26,3	73,7	0,0	100,0
<i>Nivel de educación del jefe</i>				
Ninguna	31,4	68,6	0,0	100,0
Prim. Inc.	18,4	81,6	0,0	100,0
Prim. Comp.	21,4	77,9	0,7	100,0
Sec. Inc.	22,9	77,1	0,0	100,0
Sec. Comp.	31,0	69,0	0,0	100,0
Sup. Inc.	38,3	60,9	0,8	100,0
Sup. Comp.	44,9	55,1	0,0	100,0
<i>Años de fundación del negocio</i>				
11 o más años	36,1	63,9	0,0	100,0
6 a 10 años	30,0	70,0	0,0	100,0
5 años o menos	28,0	71,5	0,5	100,0
<i>Tamaño del negocio</i>				
Menos de 6 años	27,3	72,6	0,1	100,0
De 6 a 10 años	33,3	65,9	0,8	100,0
Más de 10 años	40,3	59,7	0,0	100,0
Total	30,8	69,0	0,2	100,0
Total de respuestas	331	742	2	100,0

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Al hacer el cruce con el nivel educativo (cuadro 4.4), se aprecia que conforme éste aumenta, lo hacen también el porcentaje de respuestas positivas hacia la capacitación, pues cerca del 45% de los que tienen educación superior completa así lo expresan, contra un 31% de los de secundaria completa y 21% de primaria completa. De esta forma, se puede decir que la mayor educación incentiva a los individuos a buscar nuevos conocimientos y herramientas para mejorar el desempeño de su negocio.

La agrupación de las empresas por el año de fundación muestra que en aquéllas más jóvenes, el porcentaje de personas que expresan haber recibido capacitación es menor que en otros intervalos (28% de las de 5 años o menos, 30% en el intervalo de 6 a 10 años y, por último, 34,5% de los de 11 o más años). En su mayoría, las empresas más jóvenes se concentran principalmente en lograr su supervivencia en el corto plazo y, muy probablemente, la capacitación no sea una prioridad.

En la misma línea, al revisar la combinación entre capacitación recibida y número de trabajadores, se encuentra que mientras la empresa se hace más grande, aumenta el porcentaje de los que señalaron que sí fueron capacitados (de 27,3% de las de 3 empleados a 40,3% de las de 6 a 8).

Cuando se divide a las empresas por países, dos de ellos resaltan de la muestra por sus niveles de capacitación respecto a la media (Cuadro 4.5). En tanto que en muchas de las naciones la participación de individuos capacitados ronda entre el 27% y 30%, la mayoría de encuestados costarricenses dijeron haber participado en programas de formación en algún momento (56%). En Panamá, la incidencia de la capacitación entre los encuestados está muy por debajo del promedio regional, alcanzando apenas un 17,3%. La situación del primer país puede ser producto de una mayor descentralización de la oferta formativa a cargo de la institución de formación pública, aunada a una mayor incorporación al proceso de capacitación de entidades del sector privado y empresarial, tal como se analizará más adelante. En el caso del segundo país, según estudio de Cenpromype para Centroamérica, se observa un menor grado de desarrollo relativo a la institucionalidad pública de apoyo a la mipyme¹⁴³.

¹⁴³ CENPROMYPE (2006a), p. 67.

Cuadro 4.5
Incidencia de la capacitación entre los establecimientos por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ha recibido	27,3	30,7	29,3	27,5	55,6	17,3	27,8	30,8
No ha recibido	72,7	69,3	70,7	72,5	44,4	82,0	71,5	69,0
NS/NR	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,6	0,2
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075
<i>Año en que se capacitó</i>								
2007	29,3	28,0	47,7	33,3	54,8	44,4	27,3	39,5
2006	9,8	32,0	25,0	19,1	19,1	22,2	22,7	21,4
2005	7,3	16,0	6,8	16,7	9,5	7,4	18,2	11,7
2004	9,8	4,0	6,8	7,1	3,6	3,7	6,8	5,7
2003	7,3	8,0	2,3	9,5	0,0	3,7	0,0	3,9
2002	0,0	0,0	4,5	0,0	2,4	0,0	6,8	2,1
2001	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
2000 o antes	29,3	2,0	6,8	11,9	10,7	11,1	13,6	11,7
NS/NR	7,3	6,0	0,0	2,4	0,0	7,4	4,5	3,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	41	50	44	42	84	27	44	332

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

De acuerdo al cuadro 4.5, aproximadamente un 61% de los que dijeron haberse capacitado lo hicieron en los últimos 2 años¹⁴⁴. Incluso en Panamá, a pesar de ser el país con el porcentaje más bajo de capacitados, se ha visto un empuje significativo en este mismo período (67%). Este progreso, ha coincidido con el mayor desarrollo de políticas y programas de apoyo gubernamental y no gubernamental destinados a incentivar a este segmento durante los últimos años en la Subregión.

Los esfuerzos por mejorar la competitividad de estas unidades también han traído cambios en los institutos de capacitación. En todos ellos se han incorporado programas o cursos dirigidos a este grupo poblacional. Algunos ejemplos de ello son, el INSAFORP de El Salvador, el cual cuenta con un Programa de Habilitación para el Trabajo que contribuye, entre otras cosas, a la generación de emprendimientos por medio del autoempleo o la creación de microempresas, según las condiciones personales de los egresados y del mercado laboral local¹⁴⁵. También el

¹⁴⁴ Aunque es probable también que los encuestados recuerden solo las experiencias más recientes.

¹⁴⁵ Durante el 2006, se desarrollaron alrededor de 1,000 acciones formativas, capacitando a un total de 21,852 personas, en 12 especialidades, en los 14 departamentos, tanto en zonas urbanas como rurales de 219 municipios del País (www.insaforp.org.sv, abril 2008).

INA de Costa Rica, tiene el Programa de Atención para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa¹⁴⁶ y el Programa Universidad para el Trabajo¹⁴⁷, ambos destinados a ampliar la cobertura de la formación, la capacitación y la asistencia técnica a las micro, pequeñas y medianas empresas. El INFOP de Honduras, tiene unidades operativas descentralizadas de formación profesional donde este sector de población se puede incorporar. Algunos de ellos son los talleres populares de formación-producción, capacitación artesanal, talleres industriales, entre otros¹⁴⁸. El INADEH (Panamá), ofrece cursos de gestión y autogestión empresarial, a los cuales pueden asistir personas de este estrato¹⁴⁹. Precisamente, son estos países donde se ha impulsado este proceso en los últimos dos años.

A pesar de este avance reciente, gran parte de los microempresarios sigue sin acudir a los servicios de capacitación ofrecidos. Este tema debe ser sujeto de análisis por parte de las instancias responsables de este proceso, pues se requiere de mayor seguimiento e impulso por parte de las mismas para aumentar los porcentajes de capacitados en este sector de población.

Posteriormente, se indagó respecto a las áreas en las que se han capacitado los empresarios (Cuadro 4.6), encontrándose una gran variedad en las respuestas (332) y destacándose cinco de ellas a nivel regional:

- control de calidad: 33,1%
- aspectos administrativos: 25,9%
- manejo de materiales, herramientas: 19,9%
- seguridad, salud: 15,7%
- manipulación de alimentos: 14,2%

Aparentemente los entrevistados han focalizado las acciones de capacitación recibidas según las necesidades de su propio sector. Sobre este punto, el área en la cual los empresarios del sector comercio se han fortalecido más es la de aspectos administrativos (32,8%), mientras que la más señalada para hoteles/restaurantes es la manipulación de alimentos (41,3%). En la industria manufacturera y servicios las acciones de capacitación se han orientado hacia el manejo de materiales y herramientas, con un 23,5% y 33,3%, respectivamente.

146 Este programa tiene como objetivo general coadyuvar en el mejoramiento de la competitividad y productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas mediante la promoción, coordinación y evaluación de servicios de capacitación y formación profesional dirigidos a dichas empresas, acordes con las necesidades del entorno económico nacional y mundial. Para el 2007, el programa, en coordinación con las diferentes Unidades Regionales del INA, impartió un total de 15 capacitaciones en ideas de negocios, beneficiando a muchos empresarios y emprendedores del país. (www.ina.ac.cr; abril 2008)

147 Este programa articula la educación y la capacitación y formación profesional para el desarrollo del sector creando sinergia entre las instituciones de formación de recursos humanos, mediante la suscripción de Convenios Marco de Cooperación entre Ministerio de Educación, Universidades y Colegios Técnicos. (www.ina.ac.cr; abril 2008).

148 http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/descentralizadas/infop/unidades, mayo 2008.

149 El INADEH (Panamá), ofrece cursos de gestión y autogestión empresarial, los cuales incluyen principios básicos empresariales en temas relacionados con ventas, negociación, mercadeo, finanzas, administración y aspectos legales, entre otros, dirigidos a aquellos emprendedores dispuestos a formar su propia empresa o fortalecer la que tienen.

Ver http://www.inadeh.edu.pa/img/multimedia/GESTION_EMPRESARIAL, abril 2008.

Cuadro 4.6
Áreas en las que los establecimientos recibieron capacitación
por sector en la Subregión
(porcentajes-respuesta múltiple)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles/ Restaurantes	Servicios	Total
Control de calidad en el servicio	32,1	32,4	46,0	23,4	33,1
Aspectos administrativos	34,3	17,6	27,0	15,6	25,9
Manejo de materiales, herramientas	9,5	39,7	1,6	39,1	19,9
Seguridad y salud	13,9	19,1	36,5	1,6	15,7
Manipulación de alimentos	6,6	14,7	44,4	0,0	14,2
Normas de calidad	9,5	16,2	6,3	3,1	9,0
Computación	6,6	7,4	6,3	12,5	7,8
Reparación de herramientas	3,6	8,8	1,6	10,9	5,1
Internacionalización	5,1	4,4	3,2	0,0	3,6
Otros ^{1/}	19,0	4,4	7,9	23,4	14,8
Total de respuestas	137	68	63	64	332

Nota:

1/ Incluye: Mecánica, estética, manualidades, auxiliar de farmacia, mercadeo, refrigeración, cuidado aves, como encontrar nuevos clientes, recursos humanos, cultura de belleza, construcción, lanzamiento de un producto, atención al cliente, Inglés/Idiomas, actualización de conocimientos, empaste y encuadernación.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

A pesar de estas discrepancias, la formación en control de calidad en el servicio ocupa un lugar primordial en todos los negocios, particularmente los hoteles y restaurantes (46%), lo cual también se observó en los grupos focales.

Por otra parte, se nota además que hay una mayor diversidad de temas de capacitación en los sectores de industria manufacturera y hoteles/restaurantes, pues aparte de los mencionados anteriormente, aparece aspectos administrativos como una tercera opción importante para ambos, así como manipulación de alimentos en industria manufacturera y seguridad y salud en hoteles/restaurantes.

Aunque hay temas específicos de sectores (como manipulación de alimentos en el sector de restaurantes), también existen temas de carácter horizontal, como los administrativos. Ello contribuye al desarrollo de una estrategia de capacitación que reconozca las especificidades de cada sector, a la vez que concuerde con la necesidad de contar con elementos horizontales en la oferta formativa.

El cuadro 4.7 expone las cinco principales áreas de capacitación mencionadas más frecuentemente a nivel regional y su relación con sexo, escolaridad e intervalo de edad del jefe. En cuanto al sexo, se observa que para las mujeres el tema de manipulación de alimentos y control de calidad es mucho más relevante que para los hombres, lo cual tiene sentido puesto que los hoteles y restaurantes son conducidos principalmente por ellas (64,4% mujeres contra 35,6%

de hombres). Pero los temas de seguridad y salud parecen interesar más a los varones. Los aspectos administrativos y manejo de herramientas son comparativamente importantes para ambos sexos. Claramente en este caso el género tiende a sesgar algunas áreas de capacitación, siendo otras horizontales a esa variable.

En relación al área de capacitación por intervalo de educación, se destaca que para las personas que no tienen ningún nivel de escolaridad y el grupo de educación superior, el tema más mencionado es el relacionado con aspectos administrativos con un 27,3% y 25,4% respectivamente.

En relación al rango de edad, aunque no se denotan grandes variaciones, si se puede deducir que conforme aumenta la edad el tema de aspectos administrativos cobra mayor relevancia, pues pasa de un 19,4% de los menores de 30 años a un 27,5% a los de 51 años y más. Igual comportamiento sucede con el tema de seguridad y salud. Lo anterior puede deberse a la necesidad de los capacitados de fortalecer esas áreas en la empresa, consecuencia de una mayor maduración y necesidad de consolidar la operación de la misma.

Cuadro 4.7
Áreas en que recibieron capacitación según sexo, escolaridad e intervalo de edad del jefe en la Subregión
(porcentajes)

	Manipulación de alimentos	Aspectos administrativos	Control de calidad en el servicio	Seguridad y salud	Manejo de materiales y herramientas
<i>Sexo del jefe</i>					
Hombres	9,4	20,8	17,4	12,1	12,1
Mujeres	16,5	23,1	23,1	4,4	14,8
<i>Nivel de educación del jefe</i>					
Ninguna	18,2	27,3	18,2	0,0	9,1
Primaria	10,0	17,5	27,5	7,5	12,5
Secundaria	10,6	20,5	19,2	9,3	19,2
Superior	17,5	25,4	19,8	7,1	7,9
<i>Intervalo de edad del jefe</i>					
18 a 30 años	9,7	19,4	20,8	8,3	15,3
31 a 40 años	16,1	21,8	11,5	9,2	13,8
41 a 50 años	11,7	22,7	27,3	5,5	15,6
51 o más años	17,5	27,5	20	12,5	2,5

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

La encuesta, asimismo, trató de puntualizar los entes que brindaron los servicios de capacitación a los microempresarios. El cuadro 4.8 revela que solo el 16,9% de los que sí se capacitaron lo hicieron por medio de un instituto de formación pública. *A priori* se podría haber considerado que estos hubiesen acaparado la mayoría de respuestas, pero más bien son las instituciones privadas las que ocupan el primer lugar con un 28%. Las únicas excepciones corresponden a Honduras y Costa Rica.

Cuadro 4.8
Instituciones de formación y modalidades de capacitación mencionadas por lo jefes de los establecimientos por país
(porcentajes-respuesta múltiple)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
<i>Institución de capacitación</i>								
Instituto de formación público	22,0	6,0	29,5	9,5	27,4	7,4	4,5	16,9
ONG	12,2	14,0	13,6	14,3	1,2	11,1	11,4	9,9
Cámaras empresariales	7,3	10,0	9,1	19,1	11,9	7,4	0,0	9,6
Instituto de formación privado	46,3	28,0	15,9	23,8	22,6	37,0	31,8	28,0
Grandes empresas	12,2	18,0	4,5	9,5	22,6	3,7	13,6	13,9
Organización estatal	2,4	14,0	9,1	7,1	11,9	14,8	0,0	8,7
Dueño	14,6	8,0	2,3	7,1	10,7	7,4	13,6	9,3
Otras instituciones ^{1/}	2,4	4,0	9,1	19,0	10,7	22,2	18,2	11,4
NS/NR	4,9	6,0	20,5	2,4	2,4	3,7	15,9	7,5
<i>Modalidad de capacitación</i>								
Programa o diplomado	31,7	14,0	6,8	4,8	19,1	0,0	2,3	12,7
Servicio de apoyo empresarial	9,8	18,0	6,8	16,7	16,7	7,4	6,8	12,7
Taller o seminario presencial	48,8	48,0	65,9	54,8	65,5	100,0	45,5	59,6
Grupo de interaprendizaje	9,8	10,0	4,5	19,1	3,6	3,7	4,5	7,5
Otras modalidades ^{2/}	7,3	10,0	11,4	14,3	11,9	0,0	29,5	12,7
NS/NR	2,4	6,0	11,4	0,0	1,2	0,0	22,7	6,0
Total de respuestas	41	50	44	42	84	27	44	332

Nota:

1/ Incluye: Instituciones de crédito, iglesia, en el exterior, organizaciones sindicales, floricultura, laboratorio, familiar, amigos/colegas, otros.

2/ Incluye: Curso a distancia por medio de Internet, curso a distancia por otros medios, pasantía, certificación profesional, dueño.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Esta situación puede estar justificada por varias razones. Una de ellas puede ser el hecho de que algunos de los institutos de formación pública establecen convenios o acuerdos con instituciones privadas, ONG, u otros, para que sean estos los que ejecuten la capacitación. Ello podría explicar porqué algunos de los que plantearon haberse capacitado de forma privada, desconozcan que la capacitación recibida haya sido financiada realmente por los institutos públicos. Ésta es la forma en la cual el INSAFORP en El Salvador y el INFOTEP en República Dominicana operan.

A parte de las opiniones que se recolectaron en el estudio, también se recogieron comentarios de otras instancias. Por ejemplo, y según la encuesta trimestral de la Unión de Cámaras de la Empresa Privada en Costa Rica (Uccaep)¹⁵⁰, muchos empresarios se mostraron descontentos con el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) porque la entidad no forma adecuadamente al personal que gradúa (el 50% de los entrevistados aseguró que para solventar las deficiencias que arrastran los graduados que contratan deben capacitarlos por su cuenta). Otro caso es el del INATEC (Nicaragua)¹⁵¹, donde según los resultados de un estudio, la oferta de cursos de este instituto debe armonizar con los requerimientos del mercado de trabajo de los diferentes sectores, de manera que sea beneficioso para las empresas y mejore la empleabilidad de los trabajadores. En este sentido, la percepción a nivel general sobre el desempeño de los institutos de formación por parte de los empleadores no siempre es la mejor, aunque se reconoce la calidad de formación que éstos ofrecen en algunos ámbitos. Usualmente, se les señala como responsables ante la falta de técnicos calificados en el mercado de trabajo.

Por su parte, los institutos de formación indican que ellos tienen capacidad para formar solamente a una fracción muy reducida de la fuerza de trabajo. Lamentablemente aquéllos que no pueden acceder a estos centros, cuentan con muy pocas opciones adicionales de capacitación. En lo concerniente a las limitaciones que enfrentan los institutos se mencionan una variedad amplia de problemas:

- Para la mayoría, el principal obstáculo es la poca información existente sobre la economía informal y la microempresa (y los establecimientos en general). Prácticamente, no existe un mapeo ni base de datos de este estrato, principalmente por su gran dispersión y alto grado de mortalidad. Consecuentemente, se dificulta el diseño de una oferta formativa pertinente para esos estratos empresariales.
- Los institutos (y consultores) son más reactivos que proactivos; es decir varían la oferta formativa según lo que indican ciertas investigaciones independientes más que sus propios estudios u observaciones.
- Los requisitos y las exigencias de los cursos de los institutos son en muchas ocasiones rígidos, principalmente la evaluación y los horarios. Consideran que se debería buscar mejores estrategias metodológicas, ya que se encasilla a los microempresarios como

¹⁵⁰ Tomado de Fallas, Hazle (2008). "Empresarios inconformes con formación técnica del INA", *La Nación*, miércoles 14 de mayo, http://www.nacion.com/In_ee/2008/mayo/14/economia1535454.html.

¹⁵¹ Dirección General de Empleo y Salarios del Ministerio de Trabajo (2007). Estudio sobre Necesidades de Formación y tendencias del empleo, Managua, agosto.

si fueran pequeños empresarios. No obstante, la mayoría de entes entrevistados, han tenido experiencias con diferentes tipos de modalidad como la virtual, certificaciones y acreditaciones, talleres públicos y acompañamientos de los profesores en las empresas, etc.

- En el caso particular del acompañamiento de los consultores a las microempresas, piensan que se debería explotar y revitalizar más. El gran obstáculo, sin embargo, es la falta de recursos humanos para poder dar una respuesta pronta y realizar diagnósticos personalizados en las empresas.
- Por otro lado, algunos ven como una desventaja que los cursos estén abiertos a cualquiera, sin ningún tipo de filtro. Esto impide que aquéllos que realmente necesitan la capacitación atiendan y aprovechen a los cursos, puesto que se ven desincentivados ante la heterogeneidad de los participantes y porque no sienten compromiso con los tópicos impartidos. En el sector privado, la necesidad de recursos hace que los “filtros” de acceso a los programas no se utilicen por la necesidad de captar fondos. De esta forma, los requerimientos de corto plazo no hacen sino ahogar las posibilidades de sostenibilidad de largo plazo con una oferta seria y específica. En este sentido, según ellos, se podrían obtener mejores resultados cuanto se trata de agrupar a empresas que son homogéneas (sector, zona, etc.). La focalización podría funcionar como filtro y mejorar el nivel de especialización de los cursos.
- Si bien es cierto la falta de recursos es importante, el principal problema es la articulación de esfuerzos entre las instituciones competentes. Las instituciones son muy independientes. La articulación podría multiplicar los recursos. No existe una política a nivel nacional que les permita a las instituciones trabajar unidas y en una misma dirección, provocando un desperdicio de recursos.

Además, aun cuando las instituciones de formación públicas plantean como parte de su misión el apoyo a la microempresa, en la práctica ello no siempre se cumple. Tal como lo expresaron los participantes de los grupos focales existen diversas razones para que ocurra esta situación: falta de información por parte del microempresario, requisitos complejos, no hay productos específicos para microempresa, los integran a grupos de pequeños y medianos, no tienen tiempo y los horarios no son atractivos, entre otros.

Por otra parte, el sector empresarial está jugando un papel relevante en el proceso de capacitación (el 13,9% de los encuestados recibió servicios de las empresas grandes, y el 9,6% de las cámaras empresariales). Básicamente, esta relación se da cuando los proveedores de las unidades económicas buscan que sus productos se conozcan y promocionen mejor; o cuando los distribuidores de los bienes que elaboran los microempresarios exigen ciertas normas de calidad antes de que esos productos puedan llegar al consumidor final. Este tipo de relaciones también fueron nombradas durante los grupos focales y se conocen en general como encadenamientos productivos (Cuadro 4.8).

Ellos se pueden definir en términos generales como el conjunto de actividades asociadas al proceso productivo, en donde participa más de una empresa (principal o productora), dando oportunidad a que otras participen en algún (o varios) momento(s) de la actividad. De acuerdo a esta definición, un encadenamiento no hace distinción entre el origen de capital de las empresas o el tamaño de las mismas, por lo que se debe señalar que éstos son igualmente importantes en cualquier tipo de empresa pues se obtienen beneficios conjuntos tanto para los grandes como para el micro empresario. Para las unidades más pequeñas, este vínculo podría significar una mejora en sus métodos de producción; mientras que para las grandes podría ser una oportunidad de consolidar relaciones con pequeños proveedores/distribuidores, incrementando su autonomía respecto del aprovisionamiento.

El sector empresarial más involucrado en estas relaciones se encuentra en Costa Rica y El Salvador donde alcanza un 34% y 28% respectivamente (cámaras empresariales y grandes empresas), mientras que en República Dominicana, Honduras y Panamá apenas llega a un 13,9%, 13,6% y 11,1% respectivamente. Un aspecto interesante, es que en Guatemala y República Dominicana una parte de las capacitaciones fueron impartidas por los mismos dueños de la empresa, con un 14,6% y 13,6% respectivamente.

Por otra parte, las ONG están asumiendo un papel importante en casi todos los países, pues su participación en la capacitación es cercana al 10% a nivel regional (excepto en Costa Rica, en donde apenas alcanza un 1,2%). Su participación se asocia al bajo nivel de desarrollo relativo de la Subregión como un todo.

Respecto a las modalidades de capacitación en las cuales participaron las personas¹⁵², se aprecia en el cuadro 4.8 que la más frecuentemente empleada a nivel regional es la tradicional (incluye taller o seminario presencial y programa o diplomado) concentrando un 72,3% de las respuestas. Aunque en todos los países este tipo de estrategias es la más utilizada, sobresalen los casos de Panamá, Costa Rica y Guatemala por encima del promedio regional, caso contrario de República Dominicana por debajo del mismo. En este último país, destaca en segundo lugar el apartado de otras modalidades con un 29,5% de las respuestas (curso a distancia por medio de Internet u otros medios, pasantía, certificación profesional y dueño), mientras que en Nicaragua lo ocupan los grupos de interaprendizaje (el cual puede estar ligado al papel protagónico que

¹⁵² Para efectos de homogenizar las respuestas del cuestionario en todos los países, se entregó a cada encuestador una tabla con la definición de las modalidades:

Programa o diplomado: Normalmente está compuesto por varios cursos vinculados entre sí con el objetivo de inculcar un conocimiento más comprensivo en los microempresarios. Pueden durar varios meses o semanas.

Servicio de apoyo empresarial/asistencia técnica/capacitación en servicio: Es una modalidad de intervención educativa orientada al aprendizaje a partir del desempeño o la práctica técnico - profesional, la labor diaria y la retroalimentación inmediata. El proceso se desarrolla en el mismo centro de trabajo, de persona a persona, vía un facilitador o facilitadora.

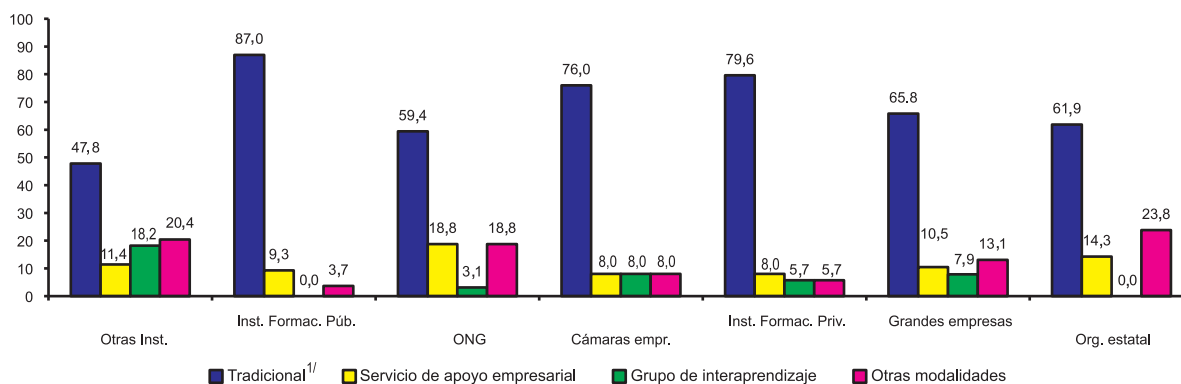
Taller o seminario presencial: Una estrategia de capacitación caracterizada por la presencia activa de los y las participantes, en relación directa con el facilitador o facilitadora. Con frecuencia, se utiliza en procesos intensivos y de corta duración, ya que es vista como complementaria a un proceso educativo más amplio.

Grupo de interaprendizaje: Es la modalidad o estrategia educativa que posibilita la generación de un espacio en el que, a partir de la experiencia propia y de otros microempresarios se profundizan temas de interés del grupo. Dicho producto puede ser una obra, el análisis de un problema formulado, la decisión colectiva de realizar una acción, etc.

están jugando las ONG en este país). Asimismo, los servicios de apoyo empresarial es una modalidad que está tomando auge en países como El Salvador, Nicaragua y Costa Rica con un 18%, 16,7% y 16,7% respectivamente.

Relacionando el tipo de modalidad con la institución que la brinda, se observa igualmente que los métodos tradicionales de capacitación son los más utilizados (incluyen el taller o seminario presencial y el programa o diplomado-ver gráfico 4.4). Según las respuestas de los encuestados, este tipo se estrategias acaparan el 87% y 79,6% de las acciones formativas de los institutos de formación públicos y privados, respectivamente. También se aprecia una tendencia a la introducción de otro tipo de modalidades, tales como servicios de apoyo empresarial (impulsados principalmente por las ONG y organizaciones estatales con un 18,8% y 14,3% respectivamente). Estas estrategias permiten una intervención más directa en las organizaciones, detectando fortalezas y debilidades de la empresa. Otra modalidad corresponde a los grupos de interaprendizaje, que son impartidos principalmente por otras instituciones. En este último caso, ningún individuo que se capacitó en un ente de formación pública o en una organización estatal expresó haber sido capacitado bajo esta modalidad. Los datos anteriormente señalados plantean que al menos por el momento, las organizaciones de capacitación aún no pueden escapar de las formas tradicionales de llevar a cabo su entrenamiento, aunque se vislumbra la emergencia de nuevas opciones.

Gráfico 4.4
Modalidad de capacitación recibida por tipo de institución
(porcentajes)



Nota:

1/ El término tradicional incluye taller o seminario presencial y programa o diplomado.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Las reflexiones respecto de la capacitación comienzan por el positivo hecho de ser reconocidas como importantes por una amplia mayoría. Desafortunadamente, solo unos cuantos han pasado por programas de formación. Según lo señalado con anterioridad, la explicación tiene sus raíces en diversos factores como el nivel de subsistencia de las empresas (estas unidades están agobiadas por otro tipo de problemas diferentes a la falta de capacitación), la actitud conformista de algunos empresarios, problemas de información para conocer la oferta de

estos institutos por parte de los microempresarios, problemas de capacidad instalada de los institutos de formación para formar a mayores contingentes de microempresarios, o el exceso en el empleo de modalidades de formación tradicionales (las cuales podrían desincentivar una mayor participación), entre otros. Todo lo anterior se convierte en un reto mayúsculo para: (i) promover el mayor uso de la formación como mecanismo institucional de aprendizaje y mejora organizacional, (ii) impactar más en las competencias de los empresarios y trabajadores.

A fin de lograr un impacto más grande en las competencias de los empresarios, las acciones formativas deberían responder a los intereses de los propietarios de microempresas. Siguiendo esta premisa, se intentó conocer las prioridades de capacitación de los encuestados (Cuadro 4.9). Entre las 805 personas (de las 1075 entrevistadas) que mostraron su disposición por recibir formación, el área de administración es la que más preocupa a los microempresarios de la muestra (casi un tercio de éstos se inclinaron por este campo). Los asuntos relacionados con mercadeo y producción aparecen en un segundo plano (con alrededor de 17 % y 22% de las respuestas). Después de estas áreas se mencionan en menor cuantía: recursos humanos (10%), seguridad y salud (7,4%), computación e idiomas (6,5%) y contabilidad (5,1%).

La composición de las áreas preferidas por nivel educativo del jefe, revela que la administración es valorada de manera similar por los microempresarios sin importar su nivel de educación (alrededor del 30% en cada nivel de educación-ver cuadro 4.9). La variable educación, sin embargo, sí parece influir en la propensión a preferir otras áreas. Concretamente, se aprecia que el interés por conocer sobre mercadeo y contabilidad aumenta ante incrementos sucesivos del nivel educativo, mientras que la preferencia por asuntos vinculados con producción y recursos humanos decae.

Cuadro 4.9

Principal área donde los jefes de los establecimientos consideran que es más importante la capacitación por nivel educativo del jefe en la Subregión^{1/} (porcentajes)

	Ninguna	Primaria	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Estudios superiores	Total
Administración	24,0	31,4	34,0	30,0	30,9	30,9
Producción	20,0	31,4	19,3	25,1	15,6	22,2
Mercadeo	16,0	8,6	13,3	16,6	25,1	17,1
Recursos humanos	20,0	10,7	12,7	8,1	9,1	10,0
Seguridad y salud en el trabajo	12,0	5,0	10,7	8,9	4,9	7,4
Computación e idiomas	0,0	7,1	5,3	5,7	7,8	6,5
Contabilidad	4,0	4,3	4,7	5,3	5,8	5,1
Otras	4,0	1,4	0,0	0,4	0,8	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total respuestas	25	140	150	247	243	805

Nota:

1/ Se refiere a las áreas que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender. No se incluyen NS/NR.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

De acuerdo a la información del cuadro 4.10, la administración sigue siendo un tema transversal entre las distintas actividades económicas. Por otro lado, el resto de temas se orienta en función del sector empresarial: para la industria manufacturera la prioridad de capacitación se centra en temas de producción con un 53,4%, para comercio el segundo tópico más importante es mercadeo con un 26,3%. En el caso de los servicios y hoteles/restaurantes su segunda prioridad es producción, seguido en este último caso muy de cerca por seguridad y salud con un 16,3%.

Cuadro 4.10
Principal área donde los jefes de los establecimientos consideran que es más importante la capacitación por sector económico en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles/ Restaurantes	Servicios	Total
Administración	35,3	22,4	28,3	33,7	30,9
Producción	9,6	53,4	17,9	25,7	22,2
Recursos humanos	11,0	5,6	11,4	10,9	10,0
Contabilidad	6,3	5,0	3,8	3,0	5,1
Mercadeo	26,3	8,7	11,4	7,9	17,1
Seguridad y salud en el trabajo	5,2	3,7	16,3	5,0	7,4
Computación e idiomas	6,0	0,0	10,3	11,9	6,5
Otras	0,3	1,2	0,5	2,0	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total respuestas	365	161	184	101	811

Nota:

1/ Se refiere a las áreas que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Esto refuerza lo mencionado anteriormente sobre la presencia de áreas horizontales en la capacitación que son requeridas independientemente de la actividad del negocio, de la edad y años de estudios del propietario. Particularmente, el área de administración se reconoce como una debilidad en casi todas las unidades económicas, por lo que el público meta de los programas de capacitación seguramente tendrá una gran heterogeneidad respecto al nivel educativo, experiencia empresarial, etc. A la vez, existen otras que son más específicas respecto de la propia actividad empresarial o características del jefe. Esto plantea un reto para los que diseñan estas intervenciones en términos de seleccionar las estrategias de formación y el tipo de lenguaje más apropiados según las características de los individuos.

Los temas que los encuestados señalaron en la capacitación son bastante amplios e incluyen muchos tópicos. Dado esto, se intentó que los microempresarios especificaran un poco más sus necesidades de formación, escogiendo sus prioridades entre un menú de subtemas de (de las) área(s) en donde manifestaron su interés en capacitarse. Las alternativas de este menú se construyeron en base a la oferta de los institutos de formación en cada área funcional. Para que las opciones apelaran más directamente a los posibles requerimientos de los dueños de las empresas, no se les presentó el nombre del curso, sino más bien una breve descripción

del mismo. La descripción de las prioridades establecidas dentro de cada área se hará en los siguientes apartados, comenzando por la administración.

4.2 Administración

Al indagar sobre las áreas de capacitación que los encuestados consideran más prioritarias, el primer aspecto que resalta es la gran importancia que ellos le confieren a los asuntos administrativos. El 34,4% citó a la administración como un asunto importante. Se observa que Costa Rica menciona el tema en un 50% de las veces, seguido de Guatemala (49,6%) y Nicaragua (36,6%). Ello muestra un mayor interés por el tema respecto del resto de países que se ubican por debajo del promedio regional (Cuadro 4.11).

Cuadro 4.11
Administración como principal tema de capacitación
para el empresario por país^{1/}
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó	50,4	67,8	65,2	63,4	50,0	77,3	82,3	65,6
Cito Administración	49,6	32,2	34,8	36,6	50,0	22,7	17,7	34,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	129	118	112	131	150	150	158	948
No recuerda	0,0	2,6	0,0	0,0	1,3	0,0	0,0	0,6
Principios de administración (PA)	51,6	47,4	38,5	37,5	37,3	52,9	28,6	42,3
Principios de estadística (PE)	26,6	7,9	10,3	22,9	17,3	20,6	57,1	21,8
Servicio al cliente (SC)	21,9	39,5	46,2	37,5	37,3	17,6	14,3	31,6
Emprendedorismo (E)	0,0	2,6	5,1	0,0	4,0	2,9	0,0	2,1
Diseño de planillas (DP)	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	2,9	0,0	0,6
Relaciones con proveedores (RP)	0,0	0,0	0,0	2,1	1,3	2,9	0,0	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	64	38	39	48	75	34	28	326

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

La razón parece ser clara. La gestión de las empresas es evidentemente uno de los ámbitos estratégicos para lograr el desarrollo y la sostenibilidad de cualquier unidad productiva. Por tanto, comprender e implementar un proceso administrativo eficiente debe ser uno de los objetivos

claves de las organizaciones. Generalmente los empresarios cuentan con el conocimiento técnico necesario para desarrollar su producto o servicio; sin embargo, muchos de ellos reconocen sus falencias en la gestión de los asuntos de administración del negocio.

Una vez establecido el interés por la administración entre los entrevistados, se trató de puntualizar los temas que a ellos más les gustaría aprender dentro de esta área. Las opciones presentadas a los encuestados estuvieron basadas en los cursos que más comúnmente son ofrecidos por los institutos de formación. A continuación se presentan las opciones que se ofrecieron con su respectiva descripción:

- i.** Principios de Administración (PA): desarrollar conocimientos para lograr un ambiente en el que los trabajadores del negocio alcancen con eficiencia las metas seleccionadas.
- ii.** Principios de Estadística (PE): desarrollar conocimientos para realizar informes contables, administrativos o de otro tipo.
- iii.** Servicio al Cliente (SC): desarrollar conocimientos para aplicar el servicio al cliente para lograr que mis clientes regresen regularmente a mi negocio.
- iv.** Emprendedorismo (E): conocer información básica del pensamiento económico que permita adquirir la iniciativa emprendedora para buscar nuevas oportunidades de negocio
- v.** Diseño de Planillas (DP): implementar procesos de registro control y planillas de los trabajadores.
- vi.** Relaciones con Proveedores (RP): aprender a establecer nuevas y mejores relaciones con mis proveedores.

Claramente, el interés principal de la capacitación en temas administrativos se encuentra en lograr un ambiente en el que los trabajadores alcancen las metas (42,3%), aplicar el servicio al cliente (31,6%), desarrollar conocimientos para realizar informes (21,8%), entre otros. Esto supone una mejora significativa de sus procesos de gestión con miras de darle sostenibilidad al negocio (cuadro 4.11).

Adicionalmente se preguntó sobre algún otro tema de interés para el empresario en el ámbito de la administración (como su segunda opción - cuadro 4.12). Según las respuestas, ellos también se muestran interesados en adquirir iniciativa emprendedora para buscar nuevas oportunidades (35% de las opiniones). Aunque éste no parece ser un tema exclusivo del área administrativa, es importante señalar que ello es visto como un campo de mejora empresarial muy importante, en la medida que el “olfato de negocio” es vital para identificar oportunidades y estar a la caza permanente de nuevas oportunidades. La aplicación del servicio al cliente entra en segundo lugar con un 32,8%. Es decir, el desarrollar nuevas iniciativas y al mismo tiempo retener a los clientes, son los dos ámbitos de la administración donde existe mayor interés por parte de los empresarios entrevistados.

A nivel de los países, el lograr un ambiente para alcanzar las metas fue muy significativo en Panamá (52,9%), Guatemala (51,6%) y El Salvador (47,4%). El aplicar el servicio al cliente fue altamente seleccionado en Honduras (46,2%), Nicaragua (37,5%) y Costa Rica (37,3%). Finalmente, el desarrollar conocimientos para hacer informes fue enfáticamente señalado en República Dominicana (57,1%), Guatemala (26,6%) y Nicaragua (22,9%) (Cuadro 4.11).

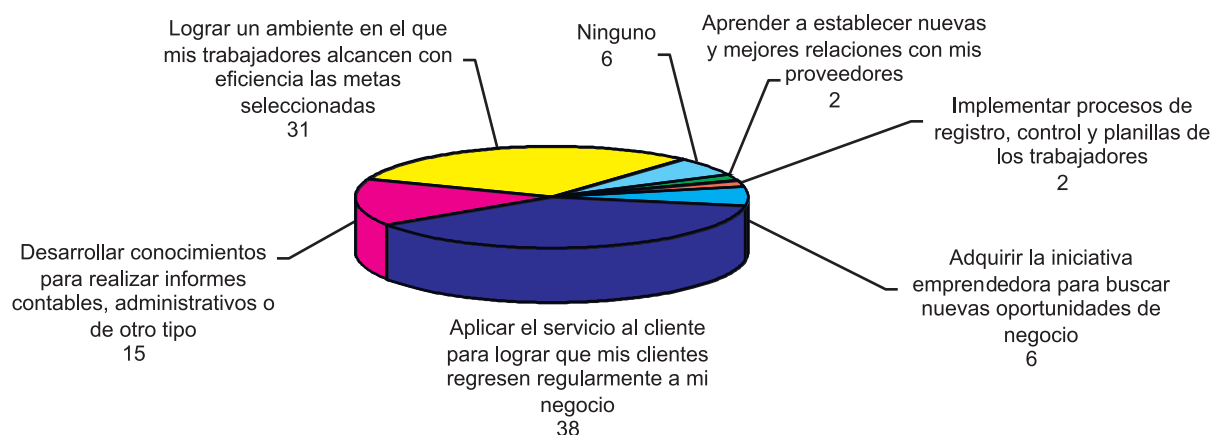
Cuadro 4.12
Segundas opciones de interés en el ámbito de la administración para los jefes de los establecimientos en la Subregión

	Porcentajes
Emprendedorismo (E)	35,0
Servicio al Cliente (SC)	32,8
Principios de Estadística (PE)	26,1
Ningún Otro	21,2
Principios de Administración (PA)	20,9
Relaciones con Proveedores (RP)	19,3
Diseño de Planillas (DP)	16,0

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Posteriormente se les hizo la misma pregunta a los responsables de los negocios, pero respecto de los temas de administración que serían relevantes para capacitar a sus trabajadores (Gráfico 4.5). El primer aspecto a señalar es que se modifica la importancia relativa que los empresarios le dieron a su propia calificación en los temas respecto de la que le asignan a sus trabajadores. En este caso, aparece en primer lugar aplicar el servicio al cliente (38%), luego lograr un buen ambiente de trabajo (31%) y, en tercer lugar, desarrollar conocimientos para hacer informes (15%). Otro aspecto significativo a mencionar es que valoran más su propia capacitación que la de los trabajadores. En el caso de la actividad microempresarial, las razones podrían estar asociadas a la alta rotación del personal, y por tanto, a la necesidad de que las competencias desarrolladas se queden en la empresa (y particularmente en el empresario). Sin embargo, el tema de la rotación (asociado a la poca complejidad de las tareas, bajos salarios, etc.), también puede ser visto como un obstáculo al desarrollo empresarial, y por tanto, mecanismos de fidelización de los trabajadores (que no necesariamente se asocien al salario), pueden reducir esta barrera a la capacitación laboral.

Gráfico 4.5
Administración como principal tema de capacitación para los trabajadores (porcentajes)



Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Al igual que en el caso anterior, se le solicitó a los empresarios una segunda opción en el caso de la capacitación para sus trabajadores en el ámbito administrativo (Cuadro 4.13). Otra vez, adquirir la iniciativa emprendedora ocupó un lugar destacado en las preferencias de los empresarios (28,2%). Este es un asunto que debe ser tomado en cuenta en el análisis de los otros aspectos de la capacitación hacia los trabajadores.

Cuadro 4.13
Segundas opciones de interés en el ámbito de la administración
para los trabajadores en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Porcentajes
Emprendedorismo (E)	28,2
Servicio al Cliente (SC)	25,2
Principios de Estadística (PE)	24,2
Ningún/Otro	20,2
Principios de Administración (PA)	19,0
Relaciones con Proveedores (RP)	17,8
Diseño de Planillas (DP)	16,6

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Para reforzar el conocimiento sobre el tema de la capacitación administrativa, se realizaron algunas composiciones de información entre esta variable y el sector de la empresa, la edad del empresario, el tamaño de la empresa, la educación y género del empresario, entre otras (Cuadro 4.14).

En el caso del sector productivo, no se encontró ninguna diferencia entre sectores y los temas de la administración.

Un aspecto importante se presenta en la relación entre administración y el tamaño de la empresa. En primer lugar, los aumentos del tamaño de la empresa se traducen en un mayor interés por lograr un ambiente propicio al logro de las metas. Lo mismo sucede con la aplicación del servicio al cliente. Sin embargo, pasa lo contrario en el caso del desarrollo de informes, que pierde relevancia en relación con otras alternativas con el aumento en el tamaño de la empresa. Las dos primeras pueden asociarse al crecimiento de la empresa, que es consistente también con la mayor edad del empresario (cuadro 4.14). A la vez, también el último resultado puede vincularse a la necesidad de delegar labores menos estratégicas como se vio anteriormente.

La información entre la capacitación administrativa y el nivel educativo del empresario, muestra que la aplicación en el servicio al cliente aumenta su participación en la medida que se incrementa el nivel educativo del propietario.

Cuadro 4.14
Tópicos de administración importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños
en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Principios de administración (PA)	Servicio al cliente (SC)	Principios de estadística (PE)	Emprendimiento (E)	Relaciones con proveedores (RP)	Diseño de planillas (DP)	Ninguno/Otro	Total	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>									
Comercio	42,3	33,7	20,2	1,8	0,6	0,6	0,6	100,0	163
Industria manufacturera	37,5	33,3	22,9	4,2	0,0	0,0	2,1	100,0	48
Hoteles/Restaurantes	42,6	32,4	22,1	1,5	1,5	0,0	0,0	100,0	68
Servicios	46,8	21,3	25,5	2,1	2,1	2,1	0,0	100,0	47
<i>Tamaño del negocio</i>									
3 empleados	40,4	30,3	24,2	1,7	1,7	1,1	0,6	100,0	178
De 4 a 5 empleados	43,4	32,3	21,2	2,0	0,0	0,0	1,0	100,0	99
De 6 a 8 empleados	46,9	34,7	14,3	4,1	0,0	0,0	0,0	100,0	49
<i>Nivel de educación del jefe</i>									
Ninguna	42,9	14,3	42,9	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	7
Primaria	41,7	28,3	28,3	1,7	0,0	0,0	0,0	100,0	60
Secundaria	42,7	33,1	18,5	3,2	1,3	1,3	0,0	100,0	157
Superior	41,0	33,0	22,0	1,0	1,0	0,0	2,0	100,0	100
<i>Intervalo de edad del jefe</i>									
De 18 a 30 años	39,7	33,8	22,1	2,9	0,0	0,0	1,5	100,0	68
De 31 a 40 años	42,7	31,1	21,4	1,9	1,0	1,9	0,0	100,0	103
De 41 a 50 años	43,0	31,4	22,3	1,7	0,8	0,0	0,8	100,0	121
De 51 años o más	46,9	31,3	15,6	3,1	3,1	0,0	0,0	100,0	32
<i>Sexo del jefe</i>									
Hombres	43,3	36,9	18,4	1,4	0,0	0,0	0,0	100,0	141
Mujeres	41,6	27,6	24,3	2,7	1,6	1,1	1,1	100,0	185
Total	42,3	31,6	21,8	2,1	0,9	0,6	0,6	100,0	326

Nota: 1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

También se aprecia que el interés en mejorar el ambiente laboral de la empresa se incrementa directamente con la edad del entrevistado. Esto puede relacionarse con el proceso de maduración como persona y la necesidad de consolidar el negocio. Al mismo tiempo, desarrollar conocimientos para realizar informes es una variable que pierde peso en su participación conforme las personas envejecen. Esto puede deberse a una mayor disposición a encomendar ciertas acciones a su equipo de trabajo (delegación).

Lo llamativo que ofrece la información por sexo del propietario de la empresa es que, a pesar que ambos sexos tienen casi las mismas preferencias en cuanto a capacitación, el aplicar servicio al cliente es significativamente mayor en los hombres (37%) respecto de las mujeres (28%); mientras que el desarrollar conocimientos para realizar informes es más importante para las mujeres (24%) que para los hombres (18%).

De esta forma, los procesos administrativos, claves en el desarrollo empresarial, son valorados por los empresarios entrevistados. Sin embargo, su disposición a capacitar a sus empleados en esos temas es menor respecto a la de ellos mismos. El crecimiento de la empresa, la madurez empresarial y la edad del jefe también juegan un rol en el interés de los empresarios por mejorar su servicio al cliente y contar con un entorno laboral adecuado para lograr las metas de la empresa. A la vez, esta mayor madurez fomenta procesos de delegación en temas de menor trascendencia.

A continuación se tocará otro de los temas de mayor relevancia para los empresarios: el mercadeo.

4.3 Mercadeo

En el marco teórico de este documento se mencionó que existe evidencia que apoya la idea de que la habilidad del empresario para adaptar su estrategia de mercadeo puede tener un impacto positivo en el desempeño de su negocio, de esta manera, la capacitación en esta área tiene el potencial de ser una herramienta que mejore las posibilidades de éxito de un establecimiento. Los microempresarios, a su vez, parecen estar concientes de las ventajas que se pueden lograr al manejar las tácticas de mercadeo, puesto que tanto en los grupos focales como en las encuestas este tema fue uno de los más solicitados. Esta parte, por lo tanto, entra a explorar en más detalle los tópicos específicos que más interesan a los encuestados.

Las opciones presentadas a los encuestados igualmente estuvieron basadas en los cursos que más comúnmente son ofrecidos por los institutos de formación. A continuación se presentan las opciones que se ofrecieron con su respectiva descripción:

- i.** Fundamentos de Mercadeo (FM): contar con herramientas para identificar los clientes y determinar los cambios en el comportamiento del consumidor; sus preferencias y gustos para aumentar la demanda.
- ii.** Estrategias de Promoción y Mercadeo (P&M): aprender a diseñar una estrategia promocional aplicando información de las necesidades del mercado.

- iii. Estrategias de Fijación de Precios para los Productos (PP): aprender a elaborar una estrategia de precio para su producto o servicio, analizando la estructura de costos y su competencia.
- iv. Técnicas de Ventas (TV): conocer las técnicas de ventas en el desarrollo de sus actividades.

El cuadro 4.15 resume las repuestas recibidas por cada tópico de mercadeo según algunas características de los establecimientos y sus dueños. En total, 288 empresarios consideraron al mercadeo como una materia necesaria de capacitación, de las cuales casi la mitad (132 personas o 45%) identificó fundamentos de mercadeo como la principal área que se tiene que fortalecer, seguido de lejos por el diseño de estrategias de promoción con cerca de una cuarta parte de las respuestas, después aparecen las estrategias de fijación de precios (19,4%) y, por último, únicamente una de cada diez personas respondieron técnicas de ventas.

Cuando se examina la composición de las respuestas por el sector económico del micronegocio se puede advertir que la jerarquía descrita no se altera significativamente, pero la percepción de la importancia de cada tópico cambia bastante dependiendo del sector. Mientras que entre los establecimientos de ramas como comercio e industria manufacturera alrededor de la mitad de los individuos identifica a los fundamentos de mercadeo como su principal necesidad, entre los dueños de hoteles y restaurantes y de las empresas que ofrecen servicios, la valoración de la importancia de este tópico decrece a 40% y 36% respectivamente. Al mismo tiempo, comienzan a surgir otras inquietudes en cuanto a la planificación de estrategias de promoción y de fijación de precios, ambas consideradas por éstos como igualmente relevantes puesto que cada una recibe poco más del 25% de las respuestas en su respectivo sector. En el caso particular del área de métodos de fijación de precios, ésta no supera el 17% entre los establecimientos comerciales.

Como se señaló entre las opciones disponibles, la identificación de los clientes y sus preferencias (ver FM) parece ser igualmente importante para todos los negocios sin importar el tamaño y la antigüedad de éstos. Más específicamente, un 45% de los dueños de empresas entre 3 y 5 empleados que respondieron que les gustaría ser capacitados en temas de mercadeo pensaron que fundamentos de mercadeo es una prioridad dentro de esta área, este porcentaje no difiere mucho del 47% de incidencia que exhiben las empresas que tienen entre 6 y 8 trabajadores. Del mismo modo, casi la mitad (aproximadamente 45%) de las empresas de cualquier edad optan por esta temática. Por otra parte, los microempresarios sí poseen distintas valoraciones con respecto a los otros temas dependiendo del número de empleados que tengan bajo su jefatura y la cantidad de años de operación del negocio: técnicas de ventas tiene mayor acogida entre las empresas más grandes (20% contra menos del 10% entre las unidades económicas más pequeñas) y antiguas (15% contra menos del 9% entre los establecimientos más jóvenes). Las estrategias de promoción son las preferidas entre las empresas de únicamente 3 personas (27% de incidencia) y las empresas de entre 6 y 10 años (28%), mientras que el 26% de las que tienen entre 4 y 5 empleados y el 24% de las de menos de 6 años prefieren concentrarse en temas como la fijación de precios.

Es muy probable que este patrón esté inducido principalmente por el peso que puedan tener los distintos sectores en cada categoría de tamaño o antigüedad del negocio. Bajo este argumento, en aquellos intervalos en donde se da una gran concentración de establecimientos comerciales y/o industriales puede esperarse encontrar una mayor propensión de los individuos hacia las técnicas de ventas. Similarmente, se prestará mayor atención a temas vinculados con la fijación de precios en aquellos segmentos con mayores cantidades relativas de hoteles, restaurantes y/o negocios que brindan servicios.

El cruce entre la percepción de las necesidades y la educación del dueño permite descubrir una interesante relación entre ésta última y la incidencia de las respuestas recibidas por fundamentos de mercadeo, ya que se hace evidente que un mayor nivel educativo del microempresario se traduce en una mayor conciencia de la importancia de adquirir conocimientos relativos a fundamentos de mercadeo. Por ejemplo, por cada 10 individuos con primaria que escogieron mercadeo, solamente 3 consideraron a los fundamentos de mercadeo como su prioridad, en cambio 5 de cada 10 empresarios con estudios superiores se inclinaron por dicha temática. Sin embargo, no parece existir una relación tan clara y directa como la anterior entre la educación y las otras opciones, salvo quizás en el caso de técnicas de ventas, la cual aumenta ligeramente con el nivel educativo.

Lo anterior pareciera indicar que las personas de mayor nivel educativo están más concientes de las complicaciones que involucra la puesta en práctica de estrategias de mercadeo y promoción, como el conocimiento y manejo de amplios volúmenes de información. Debido a esto, a diferencia de sus contrapartes menos educadas, quizás éstos prefieran desviar su atención a problemas más sencillos y de mayor impacto al contexto donde interactúan para mejorar sus posibilidades de sobrevivencia como por ejemplo, identificar mejor a sus clientes y determinar los cambios en el comportamiento del consumidor.

En lo que respecta a las preferencias por edad del dueño, se observa una mayor propensión a mencionar fundamentos de mercadeo entre las personas entre 31 y 40 años (51%), comparada con la de los más jóvenes (41%). Entre estos últimos, y quizás motivados por un mayor contacto con medios modernos de información como la Internet, parece haber una mayor inclinación por aprender a promocionar sus productos y servicios, ya que fue el segmento en donde esta materia registró mayor número de respuestas.

Otras variables como el género no parecen influir en las valoraciones que se tienen sobre los distintos tópicos. Una mirada a las respuestas por sexo de jefe muestra que independientemente de si éste es hombre o mujer, el orden y el peso que tienen los distintos temas es casi el mismo.

La inclinación hacia temas del área de mercadeo es muy variable entre los países (cuadro 4.16). Los empresarios costarricenses y guatemaltecos son los que más mostraron interés por aprender sobre esta materia (43%); en comparación, solo un 7,6% de los dominicanos la mencionó. Entrando en detalle de los tópicos que prefieren los jefes, se observa que en la mayoría de las naciones de la Subregión, fundamentos de Mercadeo (FM) mantiene alta popularidad (excepto en Panamá y República Dominicana). No obstante, no parece haber un consenso en lo referente a la segunda prioridad.

Las necesidades de capacitación para los trabajadores tampoco revelan grandes sorpresas. Los dueños consideran que sus empleados deberían conocer acerca de fundamentos de mercadeo también (aunque en menor intensidad que cuando esta se dirige a los jefes). Como era de esperarse, se aprecia entre los patronos un incremento en el interés porque sus trabajadores mejoren sus técnicas de ventas (TV).

Cuadro 4.15
Tópicos de mercadeo importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Fundamentos de mercadeo (FM)	Estrategias de promoción y mercadeo (P&M)	Estrategias de fijación de precios (PP)	Técnicas de ventas (TV)	Ninguno/Otro	Total	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>							
Comercio	47,1	25,0	16,9	10,5	0,6	100,0	172
Industria manufacturera	52,4	11,9	19,1	14,3	2,4	100,0	42
Hoteles/Restaurantes	40,8	26,5	26,5	6,1	0,0	100,0	49
Servicios	36,0	28,0	24,0	8,0	4,0	100,0	25
<i>Tamaño del negocio</i>							
3 empleados	45,7	27,4	17,1	8,5	1,2	100,0	164
De 4 a 5 empleados	45,5	18,2	26,1	9,1	1,1	100,0	88
De 6 a 8 empleados	47,2	19,4	13,9	19,4	0,0	100,0	36
<i>Años de fundación del negocio</i>							
Más de 10 años	46,1	20,2	19,1	14,6	0,0	100,0	89
De 6 a 10 años	50,7	28,0	13,3	5,3	2,7	100,0	75
Menos de 6 años	42,7	23,9	23,9	8,5	0,9	100,0	117
<i>Nivel de educación del jefe</i>							
Ninguna	25,0	37,5	25,0	12,5	0,0	100,0	8
Primaria	32,4	32,4	20,6	14,7	0,0	100,0	34
Secundaria incompleta	40,5	14,3	31,0	14,3	0,0	100,0	42
Secundaria completa	47,1	23,0	18,4	10,3	1,1	100,0	87
Estudios superiores	52,2	24,3	15,7	6,1	1,7	100,0	115
<i>Intervalo de edad del jefe</i>							
De 18 a 30 años	41,2	26,5	23,5	5,9	2,9	100,0	68
De 31 a 40 años	51,1	22,3	14,9	11,7	0,0	100,0	94
De 41 a 50 años	44,4	22,2	22,2	10,0	1,1	100,0	90
De 51 años o más	42,9	25,7	17,1	14,3	0,0	100,0	35
<i>Sexo del jefe</i>							
Hombres	44,8	23,9	20,9	9,7	0,7	100,0	134
Mujeres	46,8	23,4	18,2	10,4	1,3	100,0	154
Total	45,8	23,6	19,4	10,1	1,0	100,0	288

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Cuadro 4.16
Tópicos de mercadeo importantes para los jefes y empleados por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó mercadeo	56,7	82,8	72,0	67,3	56,3	83,3	92,4	73,2
Citó mercadeo	43,3	17,2	28,0	32,7	43,7	16,7	7,6	26,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1075
<i>Tópicos que son más importantes para el jefe</i>								
Fundamentos de mercadeo (FM)	50,8	64,3	42,9	48,0	45,5	28,0	16,7	45,8
Estrategias de promoción y mercadeo (P&M)	30,8	10,7	7,1	24,0	25,8	32,0	41,7	23,6
Estrategias de fijación de precios (PP)	13,8	14,3	28,6	16,0	21,2	20,0	33,3	19,4
Técnicas de ventas (TV)	3,1	7,1	21,4	10,0	7,6	20,0	8,3	10,1
Ninguna	1,5	3,6	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0	1,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tópicos que son más importantes para los trabajadores^{1/}</i>								
Fundamentos de mercadeo (FM)	38,5	39,3	31,0	36,0	40,9	48,0	0,0	36,8
Estrategias de promoción y mercadeo (P&M)	16,9	28,6	23,8	30,0	21,2	12,0	33,3	22,6
Técnicas de ventas (TV)	15,4	17,9	26,2	24,0	19,7	24,0	41,7	21,5
Ninguna	23,1	3,6	11,9	6,0	9,1	0,0	16,7	11,1
Estrategias de fijación de precios (PP)	6,2	10,7	7,1	4,0	9,1	16,0	8,3	8,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	65	28	42	50	66	25	12	288

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Para finalizar, una parte significativa de los microempresarios parecen estar al tanto de las ventajas que se pueden lograr al manejar las tácticas de mercadeo. La preocupación por las bajas ventas y el aumento de la competencia parecen ser las principales causas del marcado interés por este campo, el cual se percibió tanto en los grupos focales como en las encuestas. Pero el impacto de la implementación de una estrategia de mercadeo también dependerá en gran parte de la calidad del producto o servicio ofrecido. En este sentido, la siguiente parte entra a examinar con detalle las opiniones de los empresarios respecto a otra área de gran importancia: producción.

4.4 Producción

El tema de producción también ha sido incluido en muchos programas de capacitación con el fin de que el aprendizaje de ciertos conceptos pueda permitir a algunos de los participantes incrementar su productividad con el mínimo tiempo, bajo costo, y calidad de sus productos. Éste comprende, entre otras materias, el diseño y fabricación de productos, control del personal, materiales y equipos y gestión del capital enfocados al logro de objetivos establecidos por la microempresa. Además, proporciona conocimientos teóricos y prácticos, en áreas como almacenamiento, calidad y mantenimiento.

A continuación se presenta las opciones que se ofrecieron con su respectiva descripción:

- i.** Organización de la Producción (OP): aprender a organizar la producción de acuerdo a un programa elaborado.
- ii.** Control de la Producción (CP): evaluar las técnicas de producción para hacer correcciones en el proceso productivo.
- iii.** Control de Calidad (CC): analizar conceptos básicos de un sistema de gestión de calidad para lograr que tanto mis procesos como mis productos logren un nivel de calidad que establezca la diferencia con mis competidores.
- iv.** Métodos Prácticos de Almacenamiento (MA): desarrollar e implementar métodos de almacenamiento apropiado a las condiciones de los materiales y las restricciones de espacio en la empresa.
- v.** Empaque y Embalaje (E&E): promover nuevos y mejores empaques y embalajes como una estrategia ante las exigencias de los clientes.
- vi.** Normas de Calidad (NC): aprender sobre las normas de calidad establecidas (nacional o internacionalmente)
- vii.** Trámite de Normas de Calidad (TNC): aprender sobre trámites y normas de calidad para exportar mi producto.
- viii.** Control de Mantenimiento (CM): administrar y controlar los inventarios y actividades desarrolladas en el departamento de mantenimiento.
- ix.** Control de Inventarios (CI): controlar inventarios buscando la mejor manera de realizar una actividad.

En términos generales, aprender a organizar la producción de acuerdo a un programa elaborado es la principal preocupación de la mayoría de los 261 empresarios que mostraron interés en ser capacitados en el área de producción (36,4%); le siguen de lejos control de producción (CP) y de calidad (CC), reteniendo cerca del 14% de respuestas cada una, después, se encuentran empaque y embalaje (E&E) y métodos de almacenamiento (MA) con 10% cada una y, por último, normas de calidad y otros tópicos (Cuadro 4.17).

Cuadro 4.17
Tópicos de producción importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Organización de la producción (OP)	Control de la producción (CP)	Control de calidad (CC)	Empaque y embalaje (E&E)	Métodos de almacenamiento (MA)	Normas de calidad (TNC)	Ninguno/ Otro	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>								
Comercio	31,1	19,7	11,5	16,4	8,2	8,2	4,9	61
Industria manufacturera	41,3	10,1	13,8	7,3	9,2	7,3	11,0	109
Hoteles/Restaurantes	32,1	13,2	20,8	9,4	9,4	9,4	5,7	53
Servicios	36,8	18,4	7,9	10,5	13,2	7,9	5,3	38
<i>Tamaño del negocio</i>								
3 empleados	37,9	14,3	10,0	12,9	10,7	9,3	5,0	140
De 4 a 5 empleados	35,0	13,8	20,0	6,3	10,0	5,0	10,0	80
De 6 a 8 empleados	34,1	14,6	14,6	9,8	4,9	9,8	12,2	41
<i>Años de fundación del negocio</i>								
Más de 10 años	35,5	15,1	16,1	11,8	8,6	6,5	6,5	93
De 6 a 10 años	40,0	12,9	15,7	2,9	8,6	8,6	11,4	70
Menos de 6 años	31,1	15,6	11,1	14,4	12,2	10,0	5,6	90
<i>Nivel de educación del jefe</i>								
Ninguna ^{1/}	14,3	28,6	0,0	14,3	14,3	14,3	14,3	7
Primaria	47,5	14,8	6,6	9,8	8,2	4,9	8,2	61
Secundaria incompleta	41,5	17,1	14,6	7,3	14,6	4,9	0,0	41
Secundaria completa	32,6	12,8	12,8	12,8	10,5	12,8	5,8	86
Estudios superiores	28,1	12,5	23,4	9,4	6,3	6,3	14,1	64
<i>Intervalo de edad del jefe</i>								
De 18 a 30 años	29,5	22,7	6,8	13,6	11,4	4,5	11,4	44
De 31 a 40 años	35,6	16,4	17,8	5,5	6,8	8,2	9,6	73
De 41 a 50 años	39,8	10,7	14,6	14,6	10,7	5,8	3,9	103
De 51 años o más	35,9	10,3	12,8	2,6	10,3	17,9	10,3	39
<i>Sexo del jefe</i>								
Hombres	42,0	13,7	9,9	9,2	9,2	7,6	8,4	131
Mujeres	30,8	14,6	17,7	11,5	10,0	8,5	6,9	130
Total	36,4	14,2	13,8	10,3	9,6	8,1	7,7	261

Notas:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Antes de comenzar a hacer cualquier descripción de las prioridades de capacitación en esta área según sector económico, cabe mencionar que la mayoría de microempresarios que se inclinaron por conocer sobre temas de producción pertenecen a la industria manufacturera (41%). Por otra parte, el 43% de las observaciones provienen de negocios comerciales, hoteles y restaurantes, a pesar de que el peso que tienen estos en el total de los establecimientos entrevistados representa casi el 70%. Por último, solamente 38 dueños de negocios que respondieron en esta parte son de servicios. Esto realmente no es sorprendente, dado que generalmente se puede tener la noción de que la capacitación en producción hace referencia solamente al proceso de transformación de materias primas en otros bienes o a la fabricación de productos, por lo que ésta debería tener poca aplicación práctica para las actividades comerciales o de servicios. No obstante, la verdadera finalidad de este tema es introducir a los dueños de micronegocios conceptos como la productividad y eficiencia en el empleo de los recursos, el control del personal, control de calidad, etc., cuya utilidad es independiente del tipo de establecimiento.

Teniendo presente lo anterior, se debe tener cuidado al interpretar algunos de los patrones que describen ciertas actividades económicas, puesto que la cantidad de observaciones puede no ser suficientemente, particularmente en el caso de servicios.

Entrando en materia, la organización de la producción sigue siendo el tópico más popular entre las distintas ramas de actividad, aunque con bastante heterogeneidad en cuanto a la preferencia que se tiene sobre el resto de alternativas de capacitación. En primer lugar, se observa en el cuadro 4.17 que los dueños de hoteles y restaurantes asignan más importancia al control de calidad, ya que 2 de cada 5 (20%) dijo necesitar formación en este tópico. En contraste, esa razón no supera el 14% entre los establecimientos industriales y comerciales, siendo incluso más baja entre los que se dedican a ofrecer servicios, puesto que solamente el 8% de empresarios en este sector eligió esa opción.

Después de la organización de la producción, las técnicas para corregir el proceso productivo son particularmente trascendentales para los dueños de negocios comerciales debido a que casi un 20% de ellos la consideró como una prioridad. Contrariamente, entre los emprendimientos industriales el control de la producción es importante para solo un 10% de los individuos. Acumulando un 16,4% de las respuestas, la promoción de nuevos empaques y embalajes es casi igualmente relevante que el control de la producción para los jefes de comercios, mientras que solo un 7% de los de establecimientos de industria manufacturera mencionaron éste tópico.

El nivel de educación del jefe influye también en la percepción que puede tener éste de las prioridades de capacitación en el área de producción de una organización. Más concretamente, el aumento de los años de educación formal recibida por el dueño se traduce en una pérdida del interés de éste por aprender asuntos de la organización de la producción. Con la ayuda del cuadro 4.17 se puede ver fácilmente que la probabilidad de que un individuo con educación primaria escoja esta materia (48%) es 15 puntos porcentuales mayor que la de los que cuentan con secundaria completa (33%), y es casi dos veces más grande que la de los que tienen estudios superiores (28%). Una razón podría asociarse a que, en general, el empresario considera que tiene el saber técnico para elaborar su producto, fruto de su experiencia laboral previa, educación (formal o no), etc.

Los más educados, por su parte, no concentran sus prioridades en la organización de producción, sino que también perciben debilidades en otras áreas como la gestión de calidad de la organización. Esto lo demuestra el hecho de que mientras el 24% de las personas con educación superior dijeron necesitar formación en dicho tema, las que tienen únicamente primaria lo mencionaron en un 7% de los casos. Lo anterior pareciera implicar que, gracias a un mayor nivel educativo, los microempresarios reconocen a los sistemas de control de calidad como una innovación que puede convertirse en un factor estratégico y aportar valor añadido a la empresa en términos de competitividad. Además, reporta un beneficio a los clientes y consumidores, quienes pueden ver una mejoría en la calidad de los productos o servicios que adquieren. En efecto, como se vio anteriormente, los dueños de establecimientos con más años de educación formal son los que precisamente exhiben una mayor propensión a introducir innovaciones en sus negocios, lo cual es consistente con este hallazgo.

Los parámetros como los años de operación y el tamaño del negocio no ofrecen información adicional relevante. Las prioridades que se revelan en los distintos intervalos son básicamente las mismas que se han indicado.

El cuadro 4.18 brinda información de los tópicos de capacitación preferidos en cada país, tanto para los jefes como para los trabajadores. De las respuestas dadas por los propietarios, se desprende que éstos tienen mayor inclinación a aprender sobre Organización de la Producción (OP). Si bien es cierto los jefes buscan que sus empleados adquieran conocimientos para planear la producción de acuerdo a un programa, también ven importante que ellos sepan hacer correcciones en el proceso productivo (CP), y promover nuevos y mejores empaques y embalajes (E&E).

En términos generales, los aspectos relacionados a la producción (a pesar de la relevancia que podría tener en todas las empresas) parecen no tener un peso relativo significativo comparado, por ejemplo, con asuntos de gestión. En primera instancia, podría considerarse que los empresarios piensan que conocen suficiente del área productiva y que el énfasis en la capacitación debería estar en los temas de gestión. En segundo lugar, puede ser que la noción de producción de los empresarios, esté influenciada por un sesgo hacia la elaboración de bienes (físicos), y por ello, algunos sectores (como comercio y servicios) no ven como relevante capacitarse en este ámbito. Sin embargo, los contenidos de este tema incluyen conceptos como los de productividad, control de personal de calidad, etc., los cuales deberían ser transversales a cualquier actividad productiva.

Para los que sí consideraron la necesidad de capacitarse en este aspecto (la mayoría de ellos en la industria manufacturera), el tema señalado con mayor intensidad fue el de aprender a elaborar la producción de acuerdo a un programa elaborado (36,4%). Los otros aspectos señalados tuvieron porcentajes mucho menos significativos. La necesidad de desarrollar un programa puede ser un indicador de la forma empírica con la que estos individuos manejan sus negocios.

Cuadro 4.18
Tópicos de producción importantes para los jefes y empleados por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó mercadeo	65,3	69,9	76,0	79,7	72,8	84,0	82,3	75,7
Citó mercadeo	34,7	30,1	24,0	20,3	27,2	16,0	17,7	24,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1075
<i>Tópicos que son más importantes para el jefe</i>								
Organización de la producción (OP)	40,4	61,2	38,9	41,9	29,3	20,8	0,0	36,4
Control de la producción (CP)	25,0	2,0	16,7	9,7	12,2	16,7	17,9	14,2
Control de calidad (CC)	5,8	8,2	13,9	9,7	31,7	25,0	7,1	13,8
Empaque y empaque (E&E)	5,8	8,2	11,1	6,5	7,3	12,5	28,6	10,3
Métodos de almacenamiento (MA)	13,5	2,0	5,6	9,7	2,4	12,5	28,6	9,6
Normas de calidad (TNC)	7,7	8,2	8,3	6,5	9,8	0,0	14,3	8,1
Otros	1,9	10,2	5,6	16,1	7,3	12,5	3,6	7,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tópicos que son más importantes para los trabajadores^{1/}</i>								
Organización de la producción (OP)	15,4	46,9	11,1	45,2	22,0	41,7	3,6	26,4
Control de la producción (CP)	19,2	16,3	22,2	9,7	19,5	8,3	14,3	16,5
Empaque y empaque (E&E)	13,5	8,2	19,4	3,2	4,9	16,7	25,0	12,3
Normas de calidad (TNC)	19,2	6,1	5,6	9,7	12,2	8,3	14,3	11,1
Control de calidad (CC)	9,6	2,0	5,6	6,5	24,4	12,5	17,9	10,7
Métodos de almacenamiento (MA)	5,8	4,1	13,9	16,1	2,4	0,0	25,0	8,8
Otros	17,3	16,3	22,2	9,7	14,6	12,5	0,0	14,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	52	49	36	31	41	24	28	261

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

4.5 Recursos Humanos

La capacitación en recursos humanos es un tema vital para contribuir no solo en el desarrollo personal y profesional de los individuos, sino que redundará también en beneficio para la empresa. Básicamente todo tipo de capacitación viene a fortalecer el recurso humano de las organizaciones, pero para efectos de la encuesta, este apartado hace referencia fundamentalmente a aspectos relacionados con:

- i.** Introducción a la Administración de Recursos Humanos (IARH): conseguir y conservar un grupo de trabajadores cuyas características vayan con los objetivos de la empresa, a través de programas de selección y capacitación.
- ii.** Relaciones Humanas y Manejo de Conflictos (RHMC): identificar y aplicar los elementos del comportamiento humano y conflictos dentro de las organizaciones.
- iii.** Métodos y Técnicas de Motivación (MTM): aplicar los diferentes métodos y técnicas individuales y grupales de motivación en las organizaciones.
- iv.** Legislación en Seguridad Social (LSS): analizar y conocer la legislación vigente en seguridad social.

Del total de los propietarios que participaron en la encuesta, 184 de ellos manifestaron su disposición por conocer acerca de asuntos del área de recursos humanos (19,4%-ver cuadro 4.19). Respecto del tópico más importante para ellos dentro de este campo, la primera opción seleccionada fue conseguir y conservar un grupo de trabajadores cuyas características vayan con los objetivos de la empresa (IARH); acaparando casi un 59% de las opiniones. Como se ha reiterado, muchas de las unidades económicas más pequeñas enfrentan una alta rotación de empleados, por lo que es comprensible que esta materia ocupe un lugar prominente en la lista de prioridades de estas organizaciones. Ello también responde de alguna manera a la concepción de que un trabajador comprometido y motivado con el accionar del negocio incide positivamente en una mejora de la empresa.

De lejos, con una quinta parte de las respuestas, aparece en segundo lugar el tema de relaciones humanas y manejo de conflictos (identificar y aplicar los elementos del comportamiento humano y conflictos dentro de las organizaciones). En tercer lugar, los propietarios expresaron que les interesaría saber sobre Métodos y Técnicas de Motivación (16%). Solo unos pocos señalaron analizar y conocer la legislación vigente en seguridad social (LSS -1,6%).

No se encontraron diferencias significativas a nivel sectorial, pues independiente de la actividad que realiza el establecimiento, la prioridad la sigue manteniendo el tópico de Introducción a la Administración de Recursos Humanos (superior al 47%). La segunda preferencia sí varía entre las distintas actividades; por ejemplo, mientras que en los negocios de comercio es aplicar los diferentes métodos y técnicas individuales y grupales de motivación (MTM), en otros sectores se busca, más bien, identificar y aplicar los elementos del comportamiento humano y conflictos (RHMC).

Cuadro 4.19
Tópicos de recursos humanos importantes para los jefes según algunas
características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Introducción a la Administración de Recursos Humanos (IARH)	Relaciones Humanas y Manejo de Conflictos (RHMC)	Métodos y Técnicas de Motivación (MTM)	Legislación en Seguridad Social (LSS)	Ninguno/Otro	Total	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>							
Comercio	60,5	14,0	19,8	1,2	4,5	100,0	86
Industria manufacturera	47,6	28,6	14,3	9,5	0,0	100,0	21
Hoteles/Restaurantes	60,8	25,5	13,7	0,0	0,0	100,0	51
Servicios	57,7	23,1	11,5	0,0	7,7	100,0	26
<i>Tamaño del negocio</i>							
3 empleados	55,8	19,2	19,2	2,9	2,9	100,0	104
De 4 a 5 empleados	69,4	22,4	8,2	0,0	0,0	100,0	49
De 6 a 8 empleados	51,6	19,4	19,4	0,0	9,6	100,0	31
<i>Años de fundación del negocio</i>							
Más de 10 años	62,1	21,2	16,7	0,0	0,0	100,0	64
De 6 a 10 años	61,8	16,4	14,5	0,0	7,3	100,0	55
Menos de 6 años	52,4	22,2	17,5	4,8	3,1	100,0	63
<i>Nivel de educación del jefe</i>							
Ninguna	40,0	30,0	20,0	0,0	10,0	100,0	10
Primaria	55,9	29,4	11,8	2,9	0,0	100,0	34
Secundaria incompleta	59,0	17,9	15,4	2,6	5,1	100,0	39
Secundaria completa	65,3	18,4	14,3	2,0	0,0	100,0	49
Estudios superiores	58,8	13,7	21,6	0,0	5,9	100,0	51
<i>Sexo del jefe</i>							
Hombre	62,2	15,9	17,1	2,4	2,4	100,0	82
Mujer	55,9	23,5	15,7	1,0	3,9	100,0	102
Total	58,7	20,1	16,3	1,6	3,3	100,0	184

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

El balance por nivel educativo del jefe permite ver que conseguir y conservar un grupo de trabajadores (IARH) es bastante importante para todos, sin importar los años de estudio del jefe. También se observa que el sesgo hacia la solución de conflictos se reduce entre los individuos más educados (casi una tercera parte de los que tienen primaria prefieren conocer elementos del comportamiento humano y conflictos, pero ese porcentaje se reduce a 13,7% para los de estudios superiores). Sin embargo, estas personas le dan mayor énfasis a la motivación de los trabajadores (en comparación, solo 12% de los que tienen primaria se interesó por aprender a aplicar métodos y técnicas individuales y grupales de motivación, mientras que un 22% de los que tienen estudios superiores se inclinó por esta alternativa).

Parece ser que aquéllos que acumulan más años de estudio, asocian más fácilmente la motivación de su personal con una permanencia mayor de los empleados, así como con un mayor rendimiento de los mismos. Los incentivos económicos no bastan para estimular a los trabajadores, puesto que la baja motivación del personal puede ser consecuencia de un estilo de gestión autocrático y poco cooperativo del jefe, la falta de respeto o indiferencia hacia los problemas del personal, o la imposición de políticas y procedimientos sin consultarlos. De esta manera, conforme se incrementa la educación del jefe se da una mayor necesidad de investigar cómo motivar y retener al personal.

Haciendo la valoración por sexo se encuentra una leve diferencia en cuanto a la apreciación de los hombres por conseguir y conservar trabajadores, pues el 62,2% de ellos así lo plantea contra un 55,9% de las mujeres. Caso contrario se da en la identificación y aplicación del comportamiento humano y resolución de conflictos donde para el 23,5% de las mujeres es importante, contra un 15,9% de los hombres. Es posible que exista una mayor propensión de las mujeres por resolver los conflictos por la vía del diálogo que en el caso de los hombres (quizás más dispuestos a cerrar el diálogo ante situaciones adversas).

Revisando las prioridades de los temas entre las unidades según el tamaño de las mismas (cuadro 4.19), se encuentra que el orden de éstas se mantiene entre los distintos intervalos (conseguir y conservar a los trabajadores aparece en primer lugar, seguido de identificar y aplicar los elementos del comportamiento humano, y, finalmente, aplicar los diferentes métodos individuales y grupales de motivación). La jerarquía igualmente no se altera cuando se consideran los años de fundación de los negocios, aunque se aprecia una menor preocupación entre las unidades más jóvenes por conseguir y conservar trabajadores (52%, cuando las más maduras escogen esta opción en un 61% de los casos). Por otra parte, el tema que implica analizar la legislación interesa a las empresas más pequeñas y con menor tiempo de estar en el mercado.

Debido a la poca cantidad de observaciones en muchos de los países con respecto a este asunto, la distribución de las materias no se presta para hacer un análisis profundo de las prioridades entre éstos. Sin embargo, se puede decir que en términos generales la mayor atención se concentra en el tema de conservar trabajadores. Los empresarios también piensan que éste es el principal tópico que sus empleados deberían conocer, aunque la aplicación de métodos y técnicas de motivación gana mayor peso también. Lo anterior en la medida que un empleado que se sienta bien y motivado va a estar más comprometido con la empresa. En cuanto al tema de legislación en seguridad social (aunque fue mencionado por pocos) llama la

atención que los empleadores plantean un mayor interés en que sean sus trabajadores los que se capaciten en éste, y no tanto ellos. Observando el cuadro 4.20, para el caso de los jefes solo se mencionó en Guatemala y República Dominicana, mientras que para los trabajadores fue mencionado en todos los países excepto Panamá, cuando se supondría en primera instancia ser más prioritario para los jefes, ya que son ellos los que tienen que saber que trámites deben realizar para cumplir este requisito.

Cuadro 4.20
Tópicos de recursos humanos importantes para los jefes y empleados por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó mercadeo	64,3	88,1	74,1	79,4	69,3	92,0	93,7	80,6
Citó mercadeo	35,7	11,9	25,9	20,6	30,7	8,0	6,3	19,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1075
<i>Tópicos que son más importantes para el jefe</i>								
Ningún Otro	0,0	0,0	0,0	18,5	2,2	0,0	0,0	3,3
Introducción a la administración de Recursos Humanos (IARH)	60,9	57,1	65,5	66,7	60,9	50,0	10,0	58,7
Relaciones Humanas y manejo de conflictos (RHMC)	23,9	0,0	13,8	11,1	17,4	33,3	70,0	20,1
Métodos y técnicas de motivación (MTM)	10,9	42,9	20,7	3,7	19,6	16,7	10,0	16,3
Legislación de seguridad social (LSS)	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	1,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tópicos que son más importantes para los trabajadores^{1/}</i>								
Ningún Otro	6,5	0,0	0,0	0,0	6,5	8,3	0,0	3,8
Introducción a la administración de Recursos Humanos (IARH)	23,9	42,9	27,6	55,6	60,9	50,0	20,0	41,3
Relaciones Humanas y manejo de conflictos (RHMC)	43,5	7,1	24,1	18,5	10,9	16,7	40,0	23,9
Métodos y técnicas de motivación (MTM)	23,9	42,9	37,9	22,2	17,4	25,0	30,0	26,1
Legislación de seguridad social (LSS)	2,2	7,1	10,3	3,7	4,3	0,0	10,0	4,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	46	14	29	27	46	12	10	184

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Antes de finalizar el tema de recursos humanos, es necesario reiterar que, si bien es cierto, el porcentaje de los que mostraron interés en esta área es bajo en comparación a otros, no deja de ser relevante la implementación de capacitaciones en este rubro. El conseguir y conservar un equipo de trabajo comprometido con la empresa debe ser una de las metas prioritarias para sacar adelante el negocio, y esto es posible solo si se reconoce la importancia de contar con personal motivado y calificado. Asimismo, el empleador expresa que existe una alta rotación del personal, pero no va más allá ni reconoce que esta situación puede obedecer a los bajos salarios y falta de incentivos a sus trabajadores, por lo que es importante trabajar más el nexo entre empresario y trabajador; y lograr que éste entienda que los incentivos no necesariamente se relacionan con el salario.

4.6 Seguridad y Salud

El tema de seguridad y salud está tomando relevancia a nivel mundial, producto de los acelerados cambios que se están dando en el mercado laboral y que conllevan a buscar mejoras en las condiciones laborales de los trabajadores¹⁵³. Sobre este punto la OIT "...calcula que 2,2 millones de personas mueren cada año en el mundo a causa de accidentes y enfermedades relacionadas con el trabajo, cifra que parece ir en aumento. Además, cada año se producen unos 270 millones de accidentes de trabajo no mortales (que resultan en un mínimo de tres días de baja laboral) y 160 millones de casos nuevos de enfermedades profesionales. Existen pruebas claras de que una fuerza laboral saludable aumenta la productividad y beneficia tanto a las empresas como a las economías, mediante la reducción del número de accidentes y enfermedades, y del número de indemnizaciones y reclamos"¹⁵⁴.

Consecuentes con lo anterior, se consideró indispensable incorporar en la encuesta preguntas que ayudaran a evaluar la importancia que los microempresarios le otorgan al tema de la seguridad y salud ocupacional. También, a aquéllos que respondieron que les gustaría aprender sobre esta área, se les pidió que escogieran los temas de mayor relevancia para sus negocios, entre varias opciones. La lista incluyó los siguientes tópicos:

- i.** Valoración y Control de Riesgos de Trabajo (VCT): valorar en forma general los riesgos presentes en su lugar de trabajo con sus medidas preventivas.
- ii.** Saneamiento Ambiental (SA): contribuir con el control del saneamiento ambiental existente en el lugar de trabajo, comunidad o casa de habitación.

153 Según la OIT "esto se debe a que los cambios que están ocurriendo en el mundo laboral derivados de los procesos de globalización, requieren avanzar en este campo al mismo ritmo del acelerado crecimiento económico y rápido cambio tecnológico. Estos cambios por tanto demandan examinar y valorar con rigor los riesgos en el trabajo asociados al impacto de la industrialización, la transferencia tecnológica, las nuevas relaciones y prácticas laborales, la modernización agrícola, la acelerada transición desde la agricultura a la industrialización urbana, y sus repercusiones en el cumplimiento de la legislación nacional, en la investigación, en las condiciones y medio ambiente de trabajo de las empresas, y en las estrategias para mejorar la salud y la seguridad de los trabajadores de la región". Forastieri, Valentina (2005). Desafíos y propuestas en seguridad y salud en el trabajo, insumos para el Foro de Empleo OIT, Oficina Subregional para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana, p. 2.

154 OIT (2008b). Mi vida, mi trabajo, mi trabajo en seguridad: gestión del riesgo en el medio laboral, Día Mundial de la Seguridad y Salud en el trabajo, 28 de abril, pp. 4-5.

- iii.** Legislación en Salud Ocupacional (LSO): conocer e implementar, en la medida posible, la legislación vigente en salud ocupacional.
- iv.** Planeación ante Emergencias y Desastres (PED): desarrollar un plan de emergencias en el centro de trabajo, comunidad, hogar, desde la fase de formulación hasta la de evaluación. Analizar los diferentes tipos de desastre que pueden suceder en un lugar de trabajo, comunidad o casa de habitación.
- v.** Orden en la Empresa (OE): mejorar el orden de la empresa (ubicación del equipo, materias, primas, etc.) para reducir riesgos laborales y mejorar la seguridad de la empresa.
- vi.** Promoción en Salud Ocupacional (PSO): desarrollar acciones de promoción y coordinación en salud ocupacional.
- vii.** Primeros auxilios básicos (PAB): brindar primeros auxilios oportunos y eficaces en caso de heridas, quemaduras, fracturas, luxaciones, esguinces, intoxicaciones, cuerpos extraños, piquetes, mordeduras, convulsiones, así mismo inmovilizar, trasladar y hacer vendajes a lesionados.

De un total de 948 microempresarios que consideraron importante capacitarse en distintas áreas, 167 expresaron que les interesa abordar elementos de capacitación en seguridad y salud (17,6%-ver cuadro 4.21). Dentro de este campo, el tópico que despierta más interés entre los jefes es valorar y evaluar en forma general los riesgos presentes en su lugar de trabajo (VCT, con 58%). Contribuir con el control del saneamiento ambiental (SA) y mejorar el orden de la empresa para reducir riesgos laborales (OE) ocupan el segundo lugar entre las prioridades (ambas con aproximadamente 12% de las respuestas). Estos resultados son importantes en la medida que el empresario debe ser conciente que tener conocimientos básicos que le permitan identificar, anticipar y evaluar los peligros y riesgos existentes, así como tener herramientas para generar acciones que minimicen el mismo, son beneficiosos para su negocio.

El tópico de Valoración y Control de Riesgos de Trabajo (VCT) claramente es importante para todos los sectores (cuadro 4.21). Esto quiere decir que la mayoría de las personas busca primero identificar los peligros presentes en su empresa. Los propietarios de comercio, hoteles/restaurantes y servicios también consideraron importante contribuir con el saneamiento ambiental y mejorar el orden en la empresa. De otro lado, la necesidad de aprender a implementar planes de emergencia, pareciera estar más latente entre los establecimientos de la industria manufacturera.

Con respecto a las prioridades por tamaño de la empresa, se aprecia igualmente que valorar y evaluar los riesgos presentes en el trabajo es la mayor prioridad. Sin embargo, Legislación en Salud Ocupacional (LSO) preocupa principalmente a los establecimientos más grandes (16% en comparación con el 4% en los negocios de menos de 6 trabajadores). Al introducir la variable edad de la empresa, se percibe que el interés en este tema (LSO) también está presente entre las unidades más maduras (con más años de operación). Pero lo más notable es el gran énfasis que las unidades más jóvenes le prestan al Saneamiento Ambiental - SA (el porcentaje de las respuestas recibidas por esta alternativa se incrementa de 7% en las unidades más antiguas, hasta 19% en las más nuevas), lo que hace suponer un mayor compromiso de éstas por el medio ambiente (Cuadro 4.21).

Cuadro 4.21
Tópicos de seguridad y salud importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
 (porcentajes)

	Valoración y Control de Riesgos de Trabajo (VCT)	Saneamiento Ambiental (SA)	Orden de la Empresa (OE)	Planeación ante Emergencias y Desastres (PED)	Legislación en Salud Ocupacional (LSO)	Ninguno/ Otro	Total	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>								
Comercio	51,7	16,7	13,3	6,7	8,3	3,3	100,0	60
Industria manufacturera	70,0	3,3	10,0	13,3	0,0	3,3	100,0	30
Hoteles/Restaurantes	55,9	11,9	11,9	6,8	6,8	6,8	100,0	59
Servicios	61,1	16,7	11,1	0,0	5,6	5,6	100,0	18
<i>Tamaño del negocio</i>								
3 empleados	57,3	17,7	12,5	4,2	4,2	4,2	100,0	96
De 4 a 5 empleados	60,9	2,2	10,9	13,0	4,3	8,7	100,0	46
De 6 a 8 empleados	52,0	12,0	12,0	8,0	16,0	0,0	100,0	25
<i>Años de fundación del negocio</i>								
Más de 10 años	60,3	6,9	10,3	10,3	8,6	3,4	100,0	58
De 6 a 10 años	65,9	12,2	2,4	2,4	7,3	9,8	100,0	41
Menos de 6 años	50,0	18,8	18,8	6,3	3,1	3,1	100,0	64
NS/NR	50,0	0,0	25,0	25,0	0,0	0,0	100,0	4

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

	Valoración y Control de Riesgos de Trabajo bajo (VCT)	Saneamiento Ambiental (SA)	Orden de la Empresa (OE)	Planeación ante Emergencias y Desastres (PED)	Legislación en Salud Ocupacional (LSO)	Ninguno/ Otro	Total	Total de respuestas
<i>Nivel de educación del jefe</i>								
Ninguna	28,6	14,3	0,0	14,3	28,6	14,3	100,0	7
Primaria	60,7	14,3	10,7	3,6	3,6	7,1	100,0	28
Secundaria incompleta	41,0	20,5	15,4	10,3	7,7	5,1	100,0	39
Secundaria completa	63,6	7,3	10,9	7,3	5,5	5,5	100,0	55
Estudios superiores	66,7	11,1	13,9	5,6	2,8	0,0	100,0	36
NR	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	2
<i>Intervalo de edad del jefe</i>								
De 18 a 30 años	57,6	21,2	9,1	6,1	6,1	0,0	100,0	33
De 31 a 40 años	49,0	15,7	13,7	9,8	5,9	5,9	100,0	51
De 41 a 50 años	62,5	9,4	14,1	7,8	3,1	3,1	100,0	64
Mayores de 50 años	63,2	0,0	5,3	0,0	15,8	15,8	100,0	19
<i>Sexo del jefe</i>								
Hombres	57,1	9,5	15,5	9,5	4,8	3,6	100,0	84
Mujeres	57,8	15,7	8,4	4,8	7,2	6,0	100,0	83
Total	57,5	12,6	12,0	7,2	6,0	4,8	100,0	167

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Por otra parte, las personas con educación superior tienden a valorar más los riesgos en el trabajo respecto del resto de otros grupos. Asimismo, optimizar el orden en la empresa es una respuesta que aumenta conforme mejora el nivel educativo. Algo que llama la atención es que el tema de saneamiento ambiental pierde importancia relativa al incrementarse el nivel educativo, cuando sería de suponer que entre más educada esté la persona, más conciente es del daño que se puede generar al medio ambiente si no se toman ciertas acciones (Cuadro 4.21). Lo anterior, ¿tendrá que ver con el nivel educativo o con el orden de prioridades que establece la empresa respecto de su actividad? ¿Será que conforme la empresa crece y su volumen de producción también, se hace más relevante el saneamiento ambiental por lo visible de la actividad? ¿Podría ser un antecedente de la Responsabilidad Social Empresarial?

Contribuir con el saneamiento ambiental parece ser más bien una preocupación entre los empresarios más jóvenes, porque mientras el 21,2% de los individuos que tienen entre 18 y 30 años expresó que esto era una prioridad, los mayores de 50 años ni siquiera lo mencionaron. Tampoco, estos últimos mostraron interés por aprender a desarrollar un plan de emergencia en el trabajo (Cuadro 4.21).

Al realizar el cruce de información por género, se encuentra que valorar y evaluar los riesgos en el trabajo tiene una importancia relativa similar para ambos. Por otra parte, en los siguientes puntos se visualizan diferentes niveles de jerarquía, pues para las mujeres hay mayor propensión hacia contribuir al saneamiento ambiental y conocer e implementar legislación vigente; mientras que los hombres buscan desarrollar un plan de emergencia y mejorar el orden en la empresa.

La composición de las percepciones por países descubre que es necesario tomar medidas para que los empresarios adquieran mayor conciencia de la importancia del tema de seguridad y salud, pero la situación parece ser más grave en algunas naciones. Específicamente, la incidencia de las respuestas hacia esta materia en República Dominicana, Panamá y Honduras se ubica muy por debajo del promedio regional (5,7%, 9,3% y 11,6%, respectivamente frente al 17,5% de la Subregión - Cuadro 4.22).

Los jefes también opinaron sobre los tópicos de capacitación para trabajadores (Cuadro 4.22). Hay coincidencia en la primera y segunda opción de formación con aquéllas planteadas para los jefes, pero el peso relativo que tienen disminuye. Por ejemplo, valorar y evaluar en forma general los riesgos presentes en el trabajo representa un 43,1%, mientras que contribuir con el control del saneamiento ambiental es de un 11,4%. Estos resultados son congruentes en la medida que el jefe reconoce que tanto él como sus trabajadores deben tener control sobre los elementos que generan riesgo en el trabajo. A su vez, los propietarios consideran que sus empleados son quienes deben recibir entrenamiento en temas relacionados con primeros auxilios y desarrollar un plan de emergencias en un centro de trabajo (ambos con un 9,6% de las respuestas), probablemente por ser éstos los que están más expuestos a los peligros en el lugar de trabajo.

Cuadro 4.22
Tópicos de seguridad y salud importantes para los jefes y empleados por país
 (porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó mercadeo	62,0	78,8	88,4	80,9	78,7	90,7	94,3	82,4
Citó mercadeo	38,0	21,2	11,6	19,1	21,3	9,3	5,7	17,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	129	118	112	131	150	150	158	948
<i>Tópicos que son más importantes para el jefe</i>								
Ningún Otro	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6
Valoración y control de riesgos de trabajo (VCT)	59,2	64,0	61,5	44,0	68,8	42,9	44,4	57,5
Saneamiento ambiental (SA)	18,4	0,0	0,0	24,0	9,4	14,3	11,1	12,6
Legislación en salud ocupacional (LSO)	2,0	8,0	7,7	8,0	3,1	7,1	22,2	6,0
Planeación ante emergencias y desastres (PED)	6,1	8,0	7,7	12,0	3,1	7,1	11,1	7,2
Orden en la empresa (OE)	8,2	12,0	23,1	4,0	12,5	28,6	11,1	12,0
Promoción en salud ocupacional (PSO)	2,0	0,0	0,0	4,0	3,1	0,0	0,0	1,8
Primeros auxilios básicos (PAB)	2,0	8,0	0,0	4,0	0,0	0,0	0,0	2,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tópicos que son más importantes para los trabajadores^{1/}</i>								
Ningún Otro	16,3	16,0	15,4	0,0	0,0	7,1	0,0	9,0
Valoración y control de riesgos de trabajo (VCT)	30,6	36,0	30,8	52,0	59,4	35,7	77,8	43,1
Saneamiento ambiental (SA)	16,3	8,0	0,0	16,0	6,3	14,3	11,1	11,4
Legislación en salud ocupacional (LSO)	8,2	4,0	0,0	0,0	9,4	0,0	0,0	4,8
Planeación ante emergencias y desastres (PED)	8,2	12,0	30,8	4,0	0,0	21,4	11,1	9,6
Orden en la empresa (OE)	8,2	4,0	15,4	8,0	9,4	7,1	0,0	7,8
Promoción en salud ocupacional (PSO)	6,1	8,0	0,0	4,0	6,3	0,0	0,0	4,8
Primeros auxilios básicos (PAB)	6,1	12,0	7,7	16,0	9,4	14,3	0,0	9,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	49	25	13	25	32	14	9	167

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Finalmente, queda la impresión de que los microempresarios no le brindan la importancia requerida al tema de seguridad y salud en el trabajo pues solo el 17,5% se inclinó por esta área. De estos, la mayoría (57,5%) consideran importante valorar y evaluar los riesgos, de ahí la necesidad de que las instituciones de capacitación incentiven y motiven a los microempresarios sobre la importancia de generar acciones para que no vean esto como un gasto superfluo, sino como una acción que incentiva el uso de nuevas prácticas empresariales que benefician al negocio, a los trabajadores y a la comunidad en general. Para ello la importancia de una formación que muestre beneficios en los procesos de transformación al interior de la empresa.

4.7 Computación e idiomas

La Subregión se encuentra atrayendo dos tipos de actividades. Por un lado, existe un “boom” en la apertura de *call center* (como en los casos de El Salvador, Costa Rica o Panamá), y por el otro, el fenómeno turístico que se está convirtiendo en uno de los ejes principales de estas economías (generando en varios países un importante flujo de divisas). Ambos convierten a la Subregión en un nicho de generación de ingresos y empleo asociado a estas actividades. Al mismo tiempo, la informática se ha convertido en otro segmento importante para algunos países como Costa Rica, por ello, su desarrollo se vuelve crítico en términos de las posibilidades de generar actividades de pequeñas escala y con gran valor agregado.

Lo anterior es el antecedente para enfocar una parte de la encuesta a los temas de computación e idiomas. Dentro de los varios temas de capacitación antes mencionados, se preguntó cuáles serían importantes para los empresarios. De los 948 que respondieron, 136 (es decir, más del 14%) mencionaron a la computación e idiomas como un asunto de interés, tal como se observa en el cuadro 4.23.

A nivel de los países, destacan nítidamente Costa Rica (36%) y en menor medida Guatemala (28%) como países que señalaron la importancia de estos temas. En el lado opuesto se encuentra todo el resto de la muestra, con la negativamente sobresaliente respuesta de República Dominicana (donde menos del 1% lo consideró relevante), considerando que es un país donde el turismo tiene un enorme peso relativo en sus ingresos, y por ende, el conocimiento de idiomas debería ser una prioridad.

Cuadro 4.23
La computación e idiomas como principal tema de capacitación
para el empresario en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó	72,1	88,1	91,1	91,6	64,0	93,3	99,4	85,7
Citó comunicación e idiomas	27,9	11,9	8,9	8,4	36,0	6,7	0,6	14,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	129	118	112	131	150	150	158	948
Aplicaciones informáticas básicas (AIB)	44,4	50,0	63,6	63,6	35,2	60,0	0,0	45,3
Internet (I)	44,4	7,1	9,1	27,3	14,8	10,0	100,0	22,6
Introducción a la Computación (IC)	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5
Diseño de Páginas en Internet (DPI)	0,0	7,1	0,0	0,0	7,4	10,0	0,0	4,4
Atención Telefónica en Inglés (ATI)	0,0	35,7	9,1	9,1	25,9	10,0	0,0	16,1
Inglés Aplicado (IA)	5,6	0,0	18,2	0,0	16,7	10,0	0,0	10,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	36	14	11	11	54	10	1	137

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Posteriormente se indagó respecto a los ámbitos a ser fortalecidos en el campo de la computación y los idiomas. A continuación se presenta las opciones que se ofrecieron en la encuesta con su respectiva descripción:

- i.** Aplicaciones informáticas básicas (AIB): desarrollar las destrezas básicas para el uso práctico de las aplicaciones informáticas básicas (Word, Excel, Programa de correo electrónico, etc.) en el ejercicio de las actividades cotidianas del negocio.
- ii.** Internet (I): aprender a utilizar las herramientas básicas para la comunicación, acceso e intercambio de información que ofrece Internet
- iii.** Introducción a la Computación (IC): manipular la computadora personal y periféricos (impresora, scanner, fax).
- iv.** Diseño de Páginas en Internet (DPI): aprender a hacer páginas web.

- v. Atención Telefónica en Inglés (ATI): brindar información telefónica a clientes en inglés en forma efectiva.
- vi. Inglés Aplicado (IA): aprender a expresar ideas en inglés oralmente en situaciones cotidianas del negocio aplicando estructuras gramaticales complejas y vocabulario básico.

Las respuestas a nivel regional y por países se observan en el cuadro 4.23. Claramente, se advierte el manifiesto interés por cultivar habilidades informáticas a nivel de usuario. Más del 45% señaló su deseo de desarrollar destrezas para las aplicaciones básicas (Word, Excel, e-mail, etc.), seguido en segundo lugar por el interés de utilizar herramientas de comunicación a través de Internet (23%). Los idiomas tuvieron un papel menos importante, dado que solo el 16% desea aprender inglés a nivel conversacional, y 10% lo requiere para dar información telefónica.

En el caso de los países, se muestra por un lado, muy pocas respuestas en la gran mayoría de ellos con las excepciones de Costa Rica y Guatemala. Casualmente, los dos países son los que muestran interés tanto en el desarrollo del inglés (Costa Rica) como de la computación (Guatemala) por encima del promedio regional.

Para ahondar en estos temas, se le preguntó a los empresarios por la relevancia que estos pueden tener para sus trabajadores. Los resultados se visualizan en el cuadro 4.24. Todos los temas señalados como relevantes para el empresario en el cuadro 4.23 se repiten aquí, pero con un peso relativo menor. Esto puede ser indicativo del poco compromiso entre empresario y trabajador; reflejado en la alta rotación del personal. Por tanto, esto incide en la poca motivación por la formación, pensando en la posibilidad de que el trabajador capacitado lo abandone en busca de mejores opciones laborales.

Cuadro 4.24
Computación e idiomas como principal tema de capacitación
para los trabajadores en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ningún Otro	13,9	7,1	0,0	0,0	7,4	0,0	0,0	7,3
Aplicaciones informáticas básicas (AIB)	5,6	35,7	27,3	36,4	37,0	10,0	0,0	25,5
Internet (I)	33,3	14,3	45,5	27,3	9,3	10,0	0,0	20,4
Introducción a la Computación (IC)	11,1	0,0	18,2	9,1	3,7	10,0	0,0	7,3
Diseño de Páginas en Internet (DPI)	8,3	7,1	0,0	9,1	3,7	10,0	100,0	6,6
Atención Telefónica en Inglés (ATI)	11,1	28,6	9,1	18,2	22,2	40,0	0,0	19,7
Inglés Aplicado (IA)	16,7	7,1	0,0	0,0	16,7	20,0	0,0	13,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	36	14	11	11	54	10	1	137

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

A pesar de la baja participación, Costa Rica destaca en el deseo de mejorar habilidades en el inglés, mientras que Honduras, Guatemala y Nicaragua expresan el deseo de avanzar en el manejo de herramientas informáticas asociadas a Internet. Al mismo tiempo, Costa Rica, Nicaragua y El Salvador señalan interés en mejorar en su uso de herramientas del ambiente Office.

Dada la información anterior, se buscó establecer algunas relaciones entre la capacitación para el empresario en el ámbito de la computación/idiomas y otras variables (Cuadro 4.25). El análisis por ramas de actividad muestra que, por ejemplo, el sector manufacturero tiene una mayor proclividad por el desarrollo de destrezas para el uso de aplicaciones informáticas (67%), mientras que el sector de hoteles/restaurantes muestra mayor acercamiento por las herramientas orientadas a Internet. Como era de esperarse, en este último sector también se observa una mayor inclinación hacia los idiomas, tanto para expresarse telefónicamente como para la conversación. Esto es un claro indicador de que el sector en muchos casos sesga la orientación en el uso de las herramientas de trabajo, como es el caso actual.

Adicionalmente se intentó buscar si existía alguna relación entre las prioridades de capacitación en este campo y el tamaño de la empresa, pero no se halló nada significativo que no esté asociado al sector de pertenencia de la empresa.

Sin embargo, el año de fundación muestra tendencias llamativas (Cuadro 4.25). Aunque no llama la atención que las empresas más jóvenes busquen desarrollar sus destrezas informáticas, es interesante ver que conforme las empresas tienen más edad, también tienen mayor curiosidad por las herramientas asociadas a Internet. Esto podría ser indicador de la preocupación en la actualización, o de la búsqueda de nuevas formas de hacer negocios (dada su mayor madurez en el mercado).

También se intentaron cruces de información entre el ámbito donde es más importante la computación/idiomas tanto por nivel educativo del dueño como por intervalo de edad. No obstante, los pocos datos disponibles así como las propias respuestas señalan que tiene más relevancia el sector productivo en donde se ubican los empresarios que las otras variables consideradas.

Algo parecido sucedió con la comparación entre los ámbitos donde tienen más relevancia la computación/idiomas por sexo del jefe (Cuadro 4.25). Aunque la información parece bastante homogénea entre sexos, sí llama la atención que en el rubro de brindar información telefónica en inglés, el porcentaje de mujeres más que duplica al de hombres (20,5% frente a 9,3%). Al mismo tiempo, aprender a expresar ideas en inglés es señalado por los hombres en una proporción que duplica a la de las mujeres (14,8% frente a 7,2%). Aparentemente, cada uno de estos ámbitos podría ser identificado con una actividad en particular (*call centers* y actividad hotelera, por ejemplo).

Cuadro 4.25
Tópicos de computación e idiomas importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
 (porcentajes)

	Aplicaciones in- formáticas básicas (AIB)	Internet (I)	Introducción a la Computación (IC)	Diseño de Páginas en Internet (DPI)	Atención Telefóni- ca en Inglés (ATI)	Inglés Aplicado (IA)	Total	Total de respuestas
<i>Sector económico</i>								
Comercio	49,2	21,3	1,6	4,9	11,5	11,5	100,0	61
Industria manufacturera	66,7	25,0	0,0	8,3	0,0	0,0	100,0	12
Hoteles/Restaurantes	34,1	26,8	2,4	2,4	22,0	12,2	100,0	41
Servicios	43,5	17,4	0,0	4,3	26,1	8,7	100,0	23
<i>Tamaño del negocio</i>								
3 empleados	43,2	22,2	2,5	7,4	14,8	9,9	100,0	81
De 4 a 5 empleados	55,6	22,2	0,0	0,0	8,3	13,9	100,0	36
De 6 a 8 empleados	35,0	25,0	0,0	0,0	35,0	5,0	100,0	20
<i>Años de fundación del negocio</i>								
11 años o más	34,6	26,9	1,9	5,8	19,2	11,5	100,0	52
De 6 a 10 años	59,4	21,9	0,0	6,3	9,4	3,1	100,0	32
5 años o menos	47,2	18,9	1,9	1,9	17,0	13,2	100,0	53
<i>Nivel de educación del jefe</i>								
Ninguna	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0	3
Primaria	43,3	36,7	0,0	3,3	13,3	3,3	100,0	30
Secundaria incompleta	44,4	16,7	5,6	0,0	16,7	16,7	100,0	18
Secundaria completa	38,5	20,5	2,6	2,6	20,5	15,4	100,0	39
Estudios superiores	55,6	15,6	0,0	8,9	13,3	6,7	100,0	45
NR	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	50,0	100,0	2

Continúa en la página siguiente.

Viene de la página anterior.

	Aplicaciones informáticas básicas (AIB)	Internet (I)	Introducción a la Computación (IC)	Diseño de Páginas en Internet (DPI)	Atención Telefónica en Inglés (ATI)	Inglés Aplicado (IA)	Total	Total de respuestas
<i>Intervalo de edad del jefe</i>								
De 18 a 30 años	51,7	17,2	3,4	3,4	17,2	6,9	100,0	29
De 31 a 40 años	36,7	23,3	0,0	3,3	16,7	20,0	100,0	30
De 41 a 50 años	46,9	25,0	1,6	1,6	18,8	6,3	100,0	64
Mayores de 50 años	42,9	21,4	0,0	21,4	0,0	14,3	100,0	14
<i>Sexo del jefe</i>								
Hombres	44,4	25,9	0,0	5,6	9,3	14,8	100,0	54
Mujeres	45,8	20,5	2,4	3,6	20,5	7,2	100,0	83
Total	45,3	22,6	1,5	4,4	16,1	10,2	100,0	137

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Lo observado muestra lamentablemente el poco interés en un tema tan importante. Esto podría deberse tanto al tamaño de la empresa como a su escala de producción, que lleva a la organización a plantearse otro tipo de requerimientos. También llama a reflexión el poco interés en capacitar a sus trabajadores en estos ámbitos, dados los crecientes requerimientos del mercado en este rubro (aunque nuevamente la escala podría estar jugando en contra de estas unidades económicas).

4.8 Contabilidad

La necesidad de llevar una adecuada contabilidad por parte de la empresa es un requerimiento actual no solo para acceder a los servicios de desarrollo empresarial en muchos países (financieros y no-financieros), sino que se ha vuelto un elemento crítico de la gestión de la empresa. Anteriormente los aspectos contables se veían aislados de la operación y solo tenían un fin fiscal. Ésa era una de las razones por las cuales las empresas de menor tamaño hacían en el pasado un uso mínimo de esta herramienta, delegando los detalles finos al contador (si lo había), o desarrollando un “cuaderno de notas” con cuentas gruesas del negocio. En la actualidad, cada vez hay mayor conciencia de la necesidad de contar con esta información para la toma de decisiones en la empresa, convirtiéndose de esta forma en una herramienta estratégica de la gestión del negocio.

A pesar de ello, de las 935 propietarios de empresas que respondieron afirmativamente a la necesidad de capacitarse en los diversos ámbitos del negocio (87% aproximadamente), solo un 14% señaló directamente la necesidad de capacitación en el ámbito contable como se aprecia en el cuadro 4.26. A nivel de los países sin embargo, algunos números son más alentadores. Éstos son los casos de Guatemala, Nicaragua y Costa Rica (36,4%, 22,1% y 18,7% respectivamente), quienes dan signos de valorar un elemento importante al interior de la empresa. Pero son los dos primeros casos los más significativos, porque se enmarcan en economías con un muy alto grado de informalidad. De esta forma, esta valoración de los aspectos contables estaría apuntando a un genuino interés por usar información para la toma de decisión.

Lo anteriormente señalado se corrobora cuando se indaga sobre los ámbitos donde se quiere conocer más en el tema. A los encuestados se les ofreció las siguientes alternativas:

- i.** Contabilidad Aplicada (CA): aplicar e interpretar los elementos básicos del manejo contable de una empresa.
- ii.** Gestión de Tesorería (GT): aprender administrar valores mediante principios de control interno.
- iii.** Legislación Comercial y Tributaria (LCT): aprender a tramitar procedimientos tributarios mediante la aplicación de las normas vigentes.

Se nombró mayormente a fines de planificación empresarial en Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Guatemala (por encima del promedio regional). La respuesta regional estuvo en ese punto por encima del 60%. Se indagó respecto de que otro fin podría tener la capacitación en este ámbito, a lo que respondieron:

- Ningún otro: 43,9%
- Aprender a tramitar procedimientos tributarios mediante la aplicación de las normas vigentes 29,5%
- Aprender a administrar valores mediante principios de control interno 27,3%
- Entender y/o aplicar los elementos básicos del manejo contable con fines de planificación al interior de la empresa 13,6%

Cuadro 4.26
Contabilidad como principal tema de capacitación
para el empresario por país^{1/}
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
No citó	63,6	93,3	95,5	77,9	81,3	94,7	94,9	85,9
Citó comunicación e idiomas	36,4	6,7	4,5	22,1	18,7	5,3	5,1	14,1
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Total de respuestas	129	105	112	131	150	150	158	935
NS/NR	0,0	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	37,5	3,0
Contabilidad Aplicada (CA)	61,7	28,6	80	72,4	71,4	37,5	12,5	60,6
Gestión de Tesorería (GT)	34,0	28,6	20,0	20,7	14,3	50,0	50,0	28,0
Legislación Comercial y Tributaria (LCT)	4,3	28,6	0,0	6,9	14,3	12,5	0,0	8,3
Total	100	100	100	100	100	100	100	100
Total de respuestas	47	7	5	29	28	8	8	132

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Al igual que en los otros casos, se hizo esta misma pregunta sobre capacitación a los empresarios, pero respecto de sus trabajadores. El cuadro 4.27 muestra las respuestas a nivel regional y por país. En ellas se muestra, una vez más, cierta tendencia del empresario que no favorece la capacitación laboral, dado que el 22,7% considera que no es necesario capacitar en estos temas.

Aunque se podría argumentar que el aspecto contable (por lo delicado que es en la gestión) debería ser llevado por el propietario, no deja de ser cierto que en otros ámbitos de la capacitación antes mencionados, se mantiene la tendencia de que sea el propietario quien haga las cosas. También en este caso se preguntó respecto a otros temas relevantes de capacitación a los empleados en el ámbito contable. A nivel regional, las respuestas fueron:

- Ningún otro: 57,6%
- Aprender a tramitar procedimientos tributarios...: 22%
- Aprender a administrar valores...: 19,7%
- Entender y/o aplicar elementos básicos de manejo contable...: 16,7%

Cuadro 4.27
Contabilidad como principal tema de capacitación
para los trabajadores por país^{1/}
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Ningún Otro	27,7	14,3	20,0	24,1	28,6	0,0	0,0	22,7
Contabilidad Aplicada (CA)	17,0	28,6	40,0	44,8	35,7	62,5	50,0	33,3
Gestión de Tesorería (GT)	48,9	14,3	40,0	17,2	25,0	25,0	12,5	31,1
Legislación Comercial y Tributaria (LCT)	6,4	42,9	0,0	13,8	10,7	12,5	37,5	12,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	47	7	5	29	28	8	8	132

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que sus empleados deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID Gallup, 2007.

Ante este escenario, se optó por profundizar en el tema combinando la variable capacitación en el ámbito de la contabilidad con otras tales como sector; educación, edad, sexo del patrón, etc. (Cuadro 4.28). El análisis sectorial apunta a que los hoteles y restaurantes son los establecimientos más interesados en entender y/o aplicar los elementos básicos del manejo contable con fines de planificación al interior de la empresa que el resto de sectores-CA (73,1%), mientras que los del sector manufacturero orientan sus requerimientos a aprender a administrar valores mediante principios de control interno (40%).

En el caso de la capacitación en contabilidad por tamaño de empresa, lo único que se puede comentar fue que se identificó una ligera tendencia creciente hacia entender y/o aplicar los elementos básicos del manejo contable con fines de planificación al interior de la empresa conforme el tamaño de la empresa aumentaba. De hecho, esta variable era señalada por un 59,8% de los establecimientos de 3 empleados, mientras que en los más grandes se mencionó en un 64,3% (Cuadro 4.28).

Se trazó la misma secuencia analítica para la relación entre ámbitos de la contabilidad y nivel educativo el dueño. Los resultados se ven en el cuadro 4.28 a continuación. En él, se observan dos tendencias: por un lado, a mayor nivel educativo también mayor atención a entender y aplicar principios básicos de manejo contable. Éste pasa de 53,8% para quienes solo cuentan con primaria, a 81,1% para quienes ostentan educación superior. Lo contrario se advierte sobre aprender a administrar valores mediante principios de control interno. Mientras el

nivel educativo aumenta, su peso relativo cae considerablemente. El 38,5% de quienes tienen educación primaria lo requieren, mientras quienes cuentan con educación superior solo lo demandan en un 10,8%.

Cuadro 4.28
Tópicos de contabilidad importantes para los jefes según algunas características de los negocios y los dueños en la Subregión^{1/}
(porcentajes)

	Contabilidad Aplicada (CA)	Gestión de Tesorería (GT)	Legislación Comercial y Tributaria (LCT)	NS/NR	Total	Total de respuestas
<i>Sector</i>						
Comercio	59,7	28,4	7,5	4,5	100,0	67
Industria manufacturera	50,0	40,0	10,0	0,0	100,0	20
Hoteles / Restaurantes	73,1	15,4	7,7	3,8	100,0	26
Servicios	57,9	31,6	10,5	0,0	100,0	19
<i>Tamaño de empresa</i>						
3 empleados	59,8	26,4	9,2	4,6	100,0	87
De 4 a 5 empleados	61,3	32,3	6,5	0,0	100,0	31
De 6 a 8 empleados	64,3	28,6	7,1	0,0	100,0	14
<i>Años de fundación</i>						
Más de 10 años	65,9	22,7	9,1	2,3	100,0	44
De 6 a 10 años	54,3	37,1	5,7	2,9	100,0	35
Menos de 6 años	60,4	26,4	9,4	3,8	100,0	53
<i>Nivel de educación del jefe</i>						
Ninguna	0,0	75,0	25,0	0,0	100,0	4
Primaria	53,8	38,5	0,0	7,7	100,0	26
Secundaria incompleta	40,7	44,4	11,1	3,7	100,0	27
Secundaria completa	64,9	21,6	10,8	2,7	100,0	37
Estudios superiores	81,1	10,8	8,1	0,0	100,0	37
NR	100,0	0,0	0,0	0,0	100,0	1
<i>Intervalo de edad del dueño</i>						
De 18 a 30 años	65,7	22,9	8,6	2,9	100,0	35
De 31 a 40 años	60,0	28,6	11,4	0,0	100,0	35
De 41 a 50 años	57,4	34,0	6,4	2,1	100,0	47
De 51 años o más	60,0	20,0	6,7	13,3	100,0	15
<i>Sexo del jefe</i>						
Hombres	59,6	26,3	12,3	1,8	100,0	57,0
Mujeres	61,3	29,3	5,3	4,0	100,0	75,0
Total	60,6	28,0	8,3	3,0	100,0	132

Nota:

1/ Se refiere a los tópicos que los jefes de los establecimientos consideran que ellos mismos deberían aprender.

Fuente: Cálculo de los autores en base a la encuesta a microempresario realizada por CID-Gallup, 2007.

Respecto a los temas contables por rangos de edad, no se encuentran indicadores muy significativos. Sin embargo, llama la atención que los más jóvenes buscan entender los elementos básicos de manejo contable en mayor medida que las personas mayores. Probablemente la mayor información que ellos manejan, así como su mayor acercamiento a la tecnología, los lleva a pensar en la importancia de estas variables en el diseño de la estrategia de la empresa. Inversamente, aprender a administrar valores más bien aumenta su participación conforme se incrementa la edad.

Vale la pena indicar que no se ha considerado el comportamiento del grupo de 51 años y más por lo reducida de la muestra, así como por la propensión identificada desde antes respecto de su apatía frente a procesos que involucren cambios en sus patrones organizativos, productivos, etc.

De otro lado, se realizó el mismo ejercicio diferenciando por sexo del propietario, pero los resultados no dejan apreciar diferencias significativas entre sexos. Lo mismo ocurrió cuando se hizo el cruce por antigüedad de la empresa.

En el ámbito de la contabilidad, surge en tres países (Honduras, Nicaragua y Guatemala) una interesante orientación hacia el uso de información contable-financiera con fines de planificación. Ésa es sin duda una buena noticia para la región en la medida que podría concebirse esta variable como una aproximación hacia una mayor profesionalización del negocio. Es posible identificar esta variable como una de carácter horizontal en la medida que está presente en todos los sectores indagados. Este es un tema que debe plantearse también como horizontal dentro del proceso de profesionalización de la empresa. Y por tanto, su tratamiento por parte de los entes de formación debe ser muy cuidadoso, sobre todo por el sesgo educativo en la región en contra de las matemáticas.

4.9 Modalidades de capacitación preferidas por los encuestados

Como se ha reiterado, la capacitación es un tema de reflexión obligada cuando se discute sobre el desarrollo de la empresa; particularmente en lo referido a la transmisión de habilidades. Las actividades de formación que se organicen para las personas que tienen una empresa son cruciales para garantizar su desarrollo, capacidad productiva y sostenibilidad. Pero naturalmente el tipo de acciones que se emprendan deben articularse no solo a sus necesidades específicas, sino también a las particularidades de distintos grupos o sectores. Por ejemplo, en algunos casos las necesidades están relacionadas con aspectos operativos (asuntos específicos del negocio); y, en otros, son más bien de carácter estratégico (donde el seguimiento y el apoyo son componentes significativos). En los siguientes párrafos, se hace un intento por identificar diferencias (en el caso que las haya) entre las percepciones de los microempresarios respecto a las modalidades de capacitación y el tipo de apoyo requerido, según algunos rasgos de éstos, así como de sus negocios.

Entre todas las opiniones recibidas, el taller o seminario presencial sobresale como la modalidad de capacitación preferida por los jefes de las unidades encuestadas, prácticamente una tercera parte de éstos mencionó dicho método (30,4%, cuadro 4.29). Esta estrategia de capacitación

generalmente se utiliza en procesos intensivos y de corta duración, y se distingue porque se da una relación directa con el facilitador. Aunque la encuesta no profundizó sobre las características de esta figura, durante las sesiones de grupo se percibió que muchos de los participantes aprecian mucho más que los instructores conozcan acerca de la realidad de las microempresas a través de su propia experiencia en el mundo microempresarial. Ello sugiere que el facilitador debería ser también un microempresario que cuente su experiencia. Esto a su vez es reconocido por algunos de los representantes de los institutos de formación, puesto que en algunas entrevistas se indicó que los formadores regularmente no tienen la competencia requerida sobre las tendencias del mundo empresarial y cuáles son las destrezas y conocimientos que necesitan los empresarios. Por ende, se debe de hacer un esfuerzo para que el docente sea un agente de cambio para fomentar la innovación, incubación, e inculcar la importancia de la capacitación.

Después de la opción de talleres y seminarios, los microempresarios escogieron los servicios de apoyo empresarial (17,2%, ver cuadro 4.29). La principal razón por la cual esta modalidad es una de las más valoradas por los individuos, parece estar asociada a que ellos pueden ver los resultados concretos de la asistencia técnica dentro del negocio en corto tiempo, dando pie a un equilibrio adecuado entre teoría y práctica. En algunos casos, esta asesoría puede ser realizada por un empresario exitoso que visita a un colega en su negocio, estudia su situación en un diálogo entre ambos, revisa los procedimientos y evalúa los resultados y las proyecciones. La denominada capacitación entre iguales consiste en abrir espacios para que el empresario más conocedor de un aspecto de la empresa y más exitoso en ella, capacite a sus colegas en procesos de análisis de situación, del FODA, de la proyecciones, en la solución de problemas o resolución de conflictos.

Cuadro 4.29
Principal modalidad de capacitación que los jefes de establecimientos
prefieren por sector en la Subregión
(porcentajes)

	Comercio	Industria manufacturera	Hoteles/ Restaurantes	Servicios	Total
Taller o seminario presencial	28,9	34,3	28,1	34,3	30,4
Servicio de apoyo empresarial	17,9	17,4	18,7	11,7	17,2
Grupo de interaprendizaje	15,7	10,0	13,1	5,1	12,7
NS/NR	11,3	10,4	16,9	10,9	12,5
Programa o diplomado	7,2	6,0	7,9	8,0	7,3
Certificación profesional	4,9	5,5	4,9	10,2	5,7
Curso virtual	6,8	4,5	3,0	8,0	5,6
Pasantía	4,0	8,0	4,9	6,6	5,3
Curso a distancia	2,6	3,0	2,2	4,4	2,8
Otro	0,6	1,0	0,4	0,7	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	470	201	267	137	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Los grupos de interaprendizaje ocupan un tercer lugar entre las preferencias. Esta estrategia educativa posibilita la generación de un espacio en el que, a partir de la experiencia de los participantes, se ahonda en temas de interés del grupo ligados al desempeño y práctica cotidiana de los establecimientos. Dicho producto puede ser una obra, el análisis de un problema formulado, la decisión colectiva de realizar una acción, etc. De esta manera, sigue emergiendo entre los jefes de negocios la insistencia de que las experiencias entre iguales generalmente son las más valiosas.

También existe un porcentaje relativamente alto de personas que desconocen o no tienen idea de cuál método de formación se pueda ajustar más a sus necesidades (13%).

Únicamente un 7,3% se las respuestas fueron para los programas o diplomados. Normalmente éstos están compuestos por varios cursos vinculados entre sí con el objetivo de inculcar un conocimiento más comprensivo en los participantes. La principal desventaja que ven los microempresarios con esta metodología es que los cursos pueden durar varios meses o semanas, significando una inversión de tiempo que muchos no pueden cumplir. Para ellos, las capacitaciones tienen que estar vinculadas a la obtención de resultados concretos a corto plazo.

Con una participación aproximada a 5% aparecen modalidades como la certificación profesional (5,7%), curso virtual (5,6%), pasantía (5,3%). Finalmente, la modalidad educativa menos popular entre los encuestados fue el curso a distancia. Esta estrategia se presenta como una alternativa a la formación presencial y posibilita el acceso a la educación a todas aquellas personas que por circunstancias personales, sociales, geográficas, u otras de carácter excepcional, no pueden seguir la enseñanza a través del régimen presencial ordinario. Sin embargo, pareciera que justamente esa distancia espacial entre instructor y alumno, es lo que más incomoda a los microempresarios; pues dificulta la puesta en práctica de lo que el instructor intenta transmitir. Además, por supuesto, de sus limitaciones en cuanto a tecnología y conectividad (computadora e Internet).

El análisis por rama de actividad permite ver que entre los empresarios del sector servicios se valora mucho las certificaciones profesionales (10,2% - Cuadro 4.29). Éstas consisten en el reconocimiento formal de las competencias de los trabajadores independientemente de la forma y lugar en que éstas fueron adquiridas. Por lo tanto, muchos de los mecánicos de autos, reparadores de electrodomésticos y equipo de cómputo y estilistas que forman parte de esta actividad económica, y que aprendieron su oficio de manera informal, ven en la emisión del certificado de competencia un insumo valioso para validar la calidad de su trabajo ante sus clientes.

No obstante esta pequeña diferencia, el orden e intensidad de las preferencias de los métodos de capacitación es bastante similar entre las distintas ramas de actividad. En otras palabras, independientemente del sector en donde opera un establecimiento, los empresarios hacen una evaluación similar de las ventajas y desventajas que atañen las distintas formas de capacitación. Aunque la información detallada no se muestra en este estudio, algo similar se observó al estudiar las escogencias según el tamaño y la antigüedad del negocio. Incluso cuando la intuición podría hacer pensar que las empresas un poco más grandes y maduras exhiben una estructura

de preferencias diferente a la de las unidades más pequeñas, los métodos de transmisión de conocimientos señalados son básicamente los mismos, al menos en el segmento que se encuestó.

Por otro lado, el nivel de educación del jefe sí implica ciertos cambios en la percepción de las modalidades (Cuadro 4.30). Se aprecia que los dueños que tienen un nivel superior a solo primaria presentan un abanico más diversificado de preferencias o, dicho de otra manera, parecen estar un poco más abiertos a distintas opciones de capacitación. Al no enfocar tanto sus respuestas en métodos como los talleres, asesorías y grupos de interaprendizaje, estos individuos consideran en mayor medida otros métodos como el diplomado, certificación profesional y cursos virtuales, etc. Pero, aquéllos que tienen menor nivel educativo (primaria y ninguno) tienden a concentrar sus escogencias. Entre ellos el 70% de las selecciones corresponde a las tres principales alternativas (45% taller o seminario, 16% servicios de apoyo empresarial, y 8,6% grupos de aprendizaje).

Cuadro 4.30
Principal modalidad de capacitación que los jefes de establecimientos prefieren por nivel de educación del jefe en la Subregión
(porcentajes)

	Ninguna	Primaria	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Estudios superiores	NR	Total
Taller o seminario presencial	37,1	44,8	24,4	26,0	29,3	33,3	30,4
Servicio de apoyo empresarial	22,9	16,0	21,5	18,8	12,3	33,3	17,2
Grupo de interaprendizaje	8,6	10,8	12,2	14,0	13,0	16,7	12,7
NS/NR	8,6	12,4	14,1	12,5	12,0	0,0	12,5
Programa o diplomado	8,6	3,6	7,3	7,2	9,7	0,0	7,3
Certificación profesional	8,6	3,6	6,8	5,4	6,3	0,0	5,7
Curso virtual	2,9	2,1	4,4	5,7	9,0	0,0	5,6
Pasantía	0,0	3,6	5,4	6,6	5,7	0,0	5,3
Curso a distancia	2,9	2,6	2,9	3,3	2,0	16,7	2,8
Otro	0,0	0,5	1,0	0,6	0,7	0,0	0,7
Total de respuestas	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	35	194	205	335	300	6	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Las dinámicas particulares de los países hacen que entre éstos las valoraciones de las distintas modalidades sean muy diversas (Cuadro 4.31). Existen países como Costa Rica, Honduras y Guatemala en donde los dueños manifestaron una fuerte preferencia por los cursos cortos, talleres y seminarios (39%, 36,7% y 34,7%, de manera respectiva). En otros, en cambio, los servicios de apoyo empresarial son igualmente populares que los seminarios, como es el caso de República Dominicana y Honduras (acaparando entre un 24,7% y u 22,7% de las respuestas). Los grupos de interaprendizaje fueron mencionados en números importantes solo en Nicaragua, Guatemala y Honduras, con una presencia que va desde 24% en el primero, hasta 19% en el

último. Entre los establecimientos panameños que se estudiaron se registró un alto porcentaje de dueños que no respondió a esta pregunta (39,3%). Lo anterior podría interpretarse de varias formas. Primeramente puede pensarse que los microempresarios realmente no señalan una alternativa sobre otra, pero, también, podría significar que éstos tienen dificultades para identificar cuál de los métodos propuestos se adaptan más a sus necesidades.

Cuadro 4.3 I
Principal modalidad de capacitación que los jefes de establecimientos
prefieren por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Taller o seminario presencial	34,7	27,6	36,7	29,4	39,1	21,3	24,7	30,4
Servicio de apoyo empresarial	3,3	22,7	19,3	13,1	25,2	11,3	24,7	17,2
Grupo de interaprendizaje	20,0	9,2	18,7	23,5	4,6	4,7	8,2	12,7
NS/NR	14,0	14,1	4,0	5,2	2,0	39,3	8,9	12,5
Programa o diplomado	12,0	9,2	5,3	8,5	10,6	2,7	2,5	7,3
Certificación profesional	4,0	6,1	5,3	8,5	4,6	4,7	6,3	5,7
Curso virtual	1,3	5,5	6,7	2,0	4,6	14,7	4,4	5,6
Pasantía	1,3	1,2	2,7	9,2	4,6	0,0	17,7	5,3
Curso a distancia	9,3	1,8	0,0	0,7	4,0	1,3	2,5	2,8
Otro	0,0	2,5	1,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

A los microempresarios también se les pidió que precisaran el tipo de apoyo necesario para facilitar su incorporación a un proceso de capacitación (Cuadro 4.32). Cuatro de cada diez dueños de establecimientos piensa que el principal soporte que éstos pueden recibir es el financiero. De acuerdo a las opiniones recolectadas en la sesiones de grupo, la ayuda financiera no necesariamente tiene que contemplar el costo total del programa de formación, puesto que una parte importante de los individuos está dispuesta a cubrir con sus propios recursos una porción del mismo. Pero para que esto sea así, se tienen que ofrecer alternativas de pago ventajosas. En algunos casos, se planteó el otorgamiento de becas para aquéllos que muestren mayor compromiso.

Cuadro 4.32**Apoyo requerido para la capacitación por educación del jefe en la Subregión
(porcentajes)**

	Ninguna	Primaria	Secundaria incompleta	Secundaria completa	Estudios superiores	NR	Total
Apoyo financiero	34,3	42,3	39,0	39,4	39,3	66,7	39,8
Disponibilidad de tiempo	28,6	21,1	19,0	24,5	18,3	0,0	21,1
Ninguno	11,4	18,0	21,0	17,0	16,7	0,0	17,6
Material dicáctico	5,7	7,7	8,3	8,7	15,0	33,3	10,2
Equipo tecnológico	17,1	3,6	5,4	6,0	4,7	0,0	5,4
Constancia / reconocimiento de habilidades	2,9	6,7	6,8	4,2	3,7	0,0	4,9
Otro	0,0	0,5	0,5	0,3	2,3	0,0	0,9
Total de respuestas	35	194	205	335	300	6	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

Para un 21% de las personas lo más importante es que los horarios de las acciones de capacitación sean flexibles, de manera que ellos puedan programarse de acuerdo con la disponibilidad de tiempo que tengan. Algunos horarios coinciden con las actividades económicas y las tareas domésticas de los participantes, dificultando su asistencia a los cursos¹⁵⁵. Además, este argumento refuerza la necesidad de disponer de cursos mucho más relacionados a la realidad diaria de los microempresarios, puesto que si esto no es así, las tasas de retiro puede incrementarse aún más.

Es interesante observar que una alta proporción de las personas aseveraron no requerir ningún apoyo (17,6%). No obstante, en este grupo domina la presencia de las personas que opinaron negativamente sobre la importancia de la capacitación.

En cuarto lugar, el 10,2% de los encuestados indicó al material didáctico. Seguidamente, aparecen mencionados el equipo tecnológico y el reconocimiento de habilidades, los cuales acaparan cerca del 5% de las respuestas.

La intensidad de las preferencias que los dueños de establecimientos expresan acerca de los tipos de apoyo no exhiben diferencias importantes entre los distintos sectores, ni tampoco cuando se segmenta a las empresas según tamaño. Básicamente, lo mismo sucede cuando se analiza el nivel educativo del jefe, aunque en este caso las personas con estudios superiores son más proclives a mencionar al material didáctico como el principal apoyo que necesitan.

Los mayores contrastes se presentan entre las naciones (Cuadro 4.33). En la mayoría de éstas se prima principalmente el apoyo financiero, sin embargo esto es particularmente más evidente en Nicaragua (54%), Honduras (48,7%) y República Dominicana (47,5%).

155 Los datos de los apoyos solicitados por género no se presentan, pero los patrones de preferencias no muestran diferencia alguna. Esto es curioso puesto que, debido a que las mujeres realizan mayores labores domésticas, se podía esperar una mayor inclinación de éstas a mencionar la disponibilidad de tiempo en comparación con los hombres.

Para los jefes guatemaltecos, la disponibilidad de tiempo es tanto o más importante que la ayuda financiera (34%). Por otra parte, sus contrapartes costarricenses son los que tendieron a señalar en mayor medida al material didáctico (15,2%).

Por último, en Panamá y El Salvador, el peso de las opiniones que indican que no requieren ningún soporte es inusualmente alto (39% y 24%, respectivamente). Ya se había acotado que en el primer país la cantidad de personas que piensan que la capacitación es innecesaria es la mayor de toda la Subregión, lo cual puede explicar este fenómeno.

Cuadro 4.33
Apoyo requerido para la capacitación por país
(porcentajes)

	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá	República Dominicana	Total
Apoyo financiero	33,3	34,4	48,7	54,2	31,1	29,3	47,5	39,8
Disponibilidad de tiempo	34,0	17,8	28,7	17,6	24,5	11,3	14,6	21,1
Ninguno	17,3	24,5	6,7	11,1	10,6	38,7	13,9	17,6
Material didáctico	10,0	12,9	6,7	9,8	15,2	14,0	3,2	10,2
Equipo tecnológico	0,7	3,7	8,7	3,9	8,6	1,3	10,8	5,4
Constancia / reconocimiento de habilidades	4,0	6,1	0,0	3,3	6,0	4,7	10,1	4,9
Otro	0,7	0,6	0,7	0,0	4,0	0,7	0,0	0,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Total de respuestas	150	163	150	153	151	150	158	1.075

Fuente: Cálculo de los autores en base a las encuestas a microempresarios realizadas por CID-Gallup, 2007.

La transmisión de habilidades y el espíritu empresarial deben ajustarse a las necesidades de distintos grupos o sectores, con metodologías, horarios y dinámicas más cercanas a sus competencias y requerimientos. Según se comprobó en éste acápite, una parte significativa de los encuestados se inclina por estrategias de formación teórico-prácticos (es decir, que generen espacios en los que se ligue temas relacionados con el desempeño cotidiano de sus establecimientos). De la mano con esto, se constata el valor que los microempresarios le confieren a las experiencias entre iguales.

Durante todo este capítulo se estableció un conjunto de temas de capacitación muy amplios de forma que permitan contar con un abanico de posibilidades para elegir; extraídos de la oferta formativa de los institutos de formación de la Subregión (administración, mercadeo, recursos humanos, seguridad y salud, computación e idiomas y contabilidad).

Como se pudo observar, la administración, la producción y el mercadeo fueron considerados los más relevantes. La administración fue el tema donde todos consideraron más necesaria la capacitación (bajo cualquier parámetro del estudio, como edad, sexo, educación entre otros), por lo que la gestión empresarial puede ser considerada como un tema transversal. El ámbito

de la producción, aunque importante, pareció estar subordinado a la gestión; pues el empresario considera conocer lo suficiente del tema, o en otros casos, lo asocia a la manufactura de bienes físicos. Pero no necesariamente lo vincula con productividad, control de personal, control de calidad, etc. Otro tema fue el de mercadeo, donde aprender a elaborar la producción de acuerdo a un programa fue el requerimiento mas importante. Ello puede ser producto del empirismo con el que en la actualidad administran sus negocios.

Otros temas menos señalados fueron los recursos humanos, seguridad y salud, computación e idiomas y contabilidad. En el ámbito de los recursos humanos, el interés principal fue por conseguir y conservar un equipo de trabajo comprometido con la empresa. Sin embargo, no existe autocrítica respecto de la ausencia de incentivos (no necesariamente salariales), ni se asocia lo anterior a la alta rotación de personal.

En relación a seguridad y salud, se percibe en los microempresarios el poco interés que estos le prestan al tema. Los empresarios no parecen darse cuenta que una fuerza laboral en un entorno seguro puede significar un aumento en la productividad (por medio de la reducción de accidentes y enfermedades). De ahí la importancia de generar acciones de capacitación que muestre beneficios en los procesos de transformación al interior de la empresa.

Reconociendo que en la Subregión el mercado turístico y la entrada de call center son dos actividades de fuerte crecimiento, y cuyas perspectivas se mantienen en alza, la importancia de desarrollar habilidades en idiomas y computación va mas allá de las necesidades de las microempresas para convertirse en un requerimiento para el mercado laboral.

En el ámbito de la contabilidad, lo más rescatable es una orientación hacia el uso de información contable-financiera con fines de planificación en países con alto grado de informalidad. Como estos resultados no reflejan la realidad de toda la Subregión, es necesario mejorar la capacitación en contabilidad con metodologías amigables que minimicen el sesgo en contra de las matemáticas subyacente en nuestra cultura.

Página | blanca

Página | blanca

Conclusiones y recomendaciones

La importancia que la microempresa representa en la generación de empleo y su potencial contribución a la producción en la Subregión, hacen que este estrato se convierta en un elemento clave en las estrategias de desarrollo. Sin embargo, los programas destinados a promover a la microempresas, frecuentemente no incorporan la opinión de los propios beneficiarios. Por ello, muchas de esas acciones solo han perpetuado el componente de subsistencia, sin explorar las verdaderas posibilidades de crecimiento y mejora de este segmento empresarial¹⁵⁶.

En estas mismas líneas, se han dado pasos importantes en los países de la Subregión relacionados con la gestión gubernamental y no gubernamental que procuran el desarrollo del estrato de la MIPYME. Se han identificado intentos para incorporar esta problemática en el análisis y acción de las políticas, programas o proyectos, los cuales intentan además coordinar el aporte de todos los actores involucrados en el tema. Se notan avances significativos en países como El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Honduras, donde recientemente se han aprobado políticas o leyes que buscan fortalecer este sector.

El presente estudio es un esfuerzo en este sentido, pues busca proporcionar elementos de juicio que ayuden en la toma de decisiones de estos organismos. La investigación trató de profundizar, no solo en las características del microempresario y la microempresa, (sus antecedentes y motivaciones, rasgos de personalidad, problemática, etc.), sino también, en cómo los jefes de los establecimientos enfrentan la capacitación y su relación en la mejora de la competitividad y eficiencia de sus negocios. A la vez, buscó establecer líneas de acción futura en el ámbito de la capacitación basadas en la información recopilada.

Características generales de las empresas y empresarios

La mayoría de los empresarios propietarios de microempresas participantes tanto en sesiones grupales como en la encuesta provino de actividades económicas “tradicionales” (como el comercio, servicios y manufactura) y se encuentran en el grupo herederos de empresas familiares, así como nuevos gestores de actividades productivas.

156 Como se mencionó al principio del documento, se reconoce la presencia de al menos dos tipos de microempresas; las de subsistencia y las que tienen opción de desarrollo.

Se percibe en los participantes la impresión de que una empresa es una organización grande y compleja, y en varios casos no sienten que lo suyo es una empresa, tanto como un negocio. Sin embargo, tienen una visión clara de lo que es el éxito y del significado del estancamiento. Generalmente visualizan a un empresario exitoso como alguien que, además de lograr sus deseos de contar con un negocio propio o independiente, tiene una actividad que le permite alcanzar una mejor calidad de vida para sí mismo y su familia. Se coincide mayoritariamente en que un empresario exitoso debe tener visión y metas establecidas, pero que también tiene que planificar para que éstas puedan ser desarrolladas con éxito. Éste investiga, estudia, diseña y da seguimiento a las dinámicas diarias de la operación del negocio. Lo anterior se alcanza siempre y cuando el individuo sea perseverante, observador, trabajador, posea voluntad y deseo de superación.

Los entrevistados señalaron tres características relevantes de lo que para ellos es una empresa exitosa: (a) tiene una buena imagen, (b) tiene buen servicio y productos, y (c) calidad del personal y buena administración.

Reconocen que ellos como microempresarios tienen el conocimiento técnico para el desarrollo de su actividad, pero carecen de los conocimientos de gestión, aspecto que observan como crítico para su desarrollo. No obstante, este reconocimiento parece ser más evidente entre los empresarios con mayor nivel educativo formal.

La investigación presenta un perfil empresarial en el que la mayor parte de los microempresarios encuestados se encuentra en el rango de entre los 31 y 50 años. Lo anterior contradice, de alguna manera, la percepción popular de que la edad media del microempresario está por debajo de este intervalo. En cuanto a la educación, tradicionalmente se ha pensado que este estrato ostenta niveles educativos bajos. Esta percepción no coincide con lo encontrado en la muestra, pues más de la mitad de los encuestados presenta al menos educación secundaria completa¹⁵⁷. A pesar de lo anterior, los niveles de escolaridad más bajos se encuentran en los rangos de edad mayores y, conforme se va reduciendo la edad de los encuestados, se nota una mayor participación de los individuos que cuentan con educación superior. Esto refuerza lo mencionado respecto a las mejoras de los últimos tiempos en los sistemas educativos en la Subregión.

Al caracterizar la microempresa de esta investigación, se descubrió que la inmensa mayoría de las unidades económicas encuestadas cuenta con entre tres y cuatro trabajadores¹⁵⁸, datos que coinciden con los de otros estudios que revelan el pequeño tamaño de las microempresas. Sin embargo, llama la atención que más de la mitad de las empresas tiene más de seis años de operar, cuando muchas investigaciones señalan que estas unidades tienen una alta rotación, y frecuentemente no sobreviven a los primeros dos años. Una explicación a este fenómeno

157 Aunque para la muestra se solicitó un sesgo de niveles educativos preferiblemente superior a primaria completa, en la práctica no se rechazó ninguna observación que no cumpliera con este requisito. También el requerimiento respecto del tamaño del establecimiento (al menos con tres trabajadores incluyendo el dueño), podría estar sesgando de alguna forma esta variable.

158 Se solicitó para efectos de la muestra que las unidades productivas fueran entre tres y ocho trabajadores incluyendo al propietario.

puede ser el mayor peso relativo en la muestra de los establecimientos del sector comercial y de servicios (que en el estrato de la microempresa tiene en su mayoría un carácter familiar; heredándose de padres a hijos).

El estudio también logró determinar que la participación femenina en el liderazgo de las microempresas, muy alto en unidades económicas de menor tamaño, tiende a decrecer cuando aumenta tanto el empleo de la unidad económica como cuando se ubica en sectores económicos más complejos.

Sobre el grado de formalidad de las empresas, se investigaron dos variables que podrían acercarnos a este fenómeno. Por un lado, el registro ante la seguridad social y, por otro, el nivel de asalarimiento. En cuanto al primero, solo un tercio de los entrevistados se encuentra registrado en el seguro social a nivel regional, pero esta proporción varía significativamente en los países (entre un 10% y un 70%). El tamaño de la empresa también ejerce influencia sobre el grado de formalidad, pues entre los negocios más grandes es donde se observa mayor cobertura. Sobre el segundo indicador, prácticamente un 40% de los jefes de establecimientos señala no recibir honorarios, lo que indicaría cierto grado de desorganización en la asignación de los ingresos de la empresa, y por ende, cierta informalidad en la gestión.

Sobre lo anterior, y a pesar del reducido tamaño de la mayoría de las unidades estudiadas, el 76% de éstas cuenta con licencias o permisos de funcionamiento. Esto denota cierto grado de legalización en la actividad productiva. Así, la alta tasa de tenencia de permisos y licencias puede obedecer a que la muestra seleccionada para este estudio ostenta una combinación de características (tamaño del negocio, educación y sexo de propietario, etc.) que puede estar reflejando la conducta de una “élite” dentro del estrato microempresarial.

El grueso de las unidades económicas encuestadas cuenta con un lugar independiente para su negocio. A pesar de que la mayoría son locales alquilados, esta variable consolida el concepto del espacio independiente, consistente con actividades orientadas a permanecer en el tiempo.

De otro lado, es claro que la implementación de procesos tecnológicos e innovaciones son factores claves para el desarrollo de una microempresa. Lamentablemente, se encontró niveles bajos no solo en cuanto al uso de las computadoras y acceso a Internet, sino también en la implementación de innovaciones, aspecto que limita la competitividad de las mismas. Únicamente una cuarta parte de los encuestados expresó haber emprendido un proceso innovador de algún tipo. En este estrato, la tendencia a la innovación se presenta más en los procesos de gestión que en el producto en sí. De esta forma, se observó que a medida que aumenta el nivel educativo del jefe, las mejoras introducidas en las empresas (tales como alianzas estratégicas, la introducción de sistemas de incentivos y la informática) también lo hacen. Asimismo, el mayor tamaño relativo de las empresas es también el detonante de la innovación, manifestándose de manera más contundente en el caso de la manufactura.

Tal como señalan otros estudios sobre creación de empresas, los ahorros personales en la inversión inicial de la empresa juegan un papel clave para la mayoría de los emprendedores,

seguidos de los préstamos de instituciones bancarias. Esta situación además de demostrar cierta aversión al riesgo por parte de los microempresarios, también puede ser un indicador del porque la mayoría de las empresas encuestadas tienen un tamaño pequeño y un nivel innovador y tecnológico subóptimo. Adicionalmente, las remesas del exterior, un flujo de ingreso muy importante para la mayor parte de los países de la Subregión, no juega un rol relevante en el financiamiento del inicio de la empresa, confirmando el hecho de que éstas se orientan básicamente al consumo.

Sobre el tema del financiamiento, se encontró que algunos proveedores ofrecen líneas de crédito a sus clientes para la compra de mercancías y de materias primas al iniciar sus negocios. Aquí los encadenamientos productivos pueden jugar un papel importante siempre y cuando generen beneficios tanto al microempresario (que recibe el financiamiento) como al gran productor (que genera la cadena productiva).

Aunque la mayoría de los encuestados expresó llevar inventarios, la presencia de un porcentaje relativamente alto que no lo hace (35%), es una limitante al conocimiento sobre la entrada y salida de productos e insumos, la caducidad de éstos, así como el cálculo de proyecciones para diseñar planes a más largo plazo. Por otra parte, la contabilidad formal es el método de registro más frecuentemente utilizado, seguido de los apuntes personales y el cuaderno de ingresos y egresos (solamente una minoría no realiza cuentas de ningún tipo). Lo interesante es que el uso de contabilidad formal aumenta directamente con el tamaño de la empresa, lo que confirma que las empresas más grandes y antiguas son también de mayor complejidad. Asimismo, el nivel educativo del jefe incide directamente en el manejo de inventarios y el empleo de la contabilidad formal.

En este estrato empresarial, las motivaciones de los empresarios para iniciar el negocio se orientan fundamentalmente entre la necesidad de ser independiente y complementar el ingreso familiar. El género influye en esta motivación ya que el afán de independencia es mayor en los hombres, mientras que en las mujeres es más común el complementar ingreso.

En relación a las características emprendedoras del microempresario, el rasgo de personalidad con el porcentaje más alto de identificación por parte de los entrevistados es la responsabilidad, seguido de independencia, persistencia, visión, sociabilidad, entre otras. Además, surgen otras variables que pueden incidir positiva o negativamente en el desempeño del mismo, entre ellas: no contar con grupos o asociaciones de apoyo, confianza en sí mismo e iniciativa.

Las empresas familiares están a cargo principalmente de mujeres. Casi la mitad de los ocupados en una empresa de 3 empleados con jefatura femenina son familiares; en cambio, en una empresa de similar tamaño pero a cargo de un hombre el aporte de los familiares a la mano de obra es de 37%. Por ello, el sexo del jefe parece ser un factor significativo a tomar en cuenta. Al estudiar la educación de los ocupados, si la microempresa está manejada por una mujer, los empleados tienen una educación similar independientemente del género de estos. Este escenario cambia cuando existe una jefatura masculina, debido a que las mujeres exhiben un mejor perfil educativo que sus compañeros. Este comportamiento es consistente con las tendencias del mercado laboral, en donde se nota que una mayor educación facilita la incorporación al mercado de

trabajo; principalmente en el caso de las mujeres, a quienes se les suele exigir más calificaciones para acceder a un puesto.

Este estrato de empresas enfrenta una problemática compleja, que se agudiza en razón de su tamaño. Se separaron los problemas entre internos y externos. Llamó la atención que los entrevistados se focalizaran más en los problemas del entorno que en los internos. Sobre los primeros se determinó que los pocos clientes/bajas ventas es el problema más importante que los empresarios asocian con el entorno, seguido del incremento de la competencia (señalada como nacional o internacional). La inseguridad pública y la delincuencia aparecen también como otro problema externo importante. En relación a los problemas de orden interno, un poco menos de la mitad de los encuestados expresaron no tener ningún problema (cuando se esperaba que los dueños de este tipo de negocios hubiesen externado en mayor medida la presencia de limitaciones endógenas de la empresa). El principal señalamiento se da en la gestión de los trabajadores (recursos humanos) y las dificultades que tienen para trabajar con sus empleados, seguidos de la desactualización tecnológica. Éste puede ser indicador tanto de la ausencia de autocrítica en la administración del negocio, como de la falta de conocimientos de gestión que llevan a orientar la responsabilidad de un bajo desempeño empresarial a causas puramente externas, aspecto que debe ser ahondado en futuras investigaciones.

Así, este acápite intenta dibujar los rasgos del propietario de microempresa en la Subregión. Aunque es una imagen compleja, y a veces hasta desenfocada, no deja de señalar un gran potencial de desarrollo basado en la adquisición de habilidades, como se verá a continuación.

Aspectos de la capacitación

El tema de la capacitación, eje fundamental de la presente investigación, tanto en las sesiones de grupo como en las encuestas, arrojó una serie de datos de gran interés para quienes se dedican al diseño, ejecución y/o monitoreo de acciones de fomento productivo/empresarial. Entre lo más relevante se encuentra el señalamiento masivo de los participantes respecto de la importancia de la capacitación. Sin embargo, un elemento que no deja de ser inquietante es que a pesar del interés mostrado en la misma, la asignación de tiempo y recursos a esas actividades es particularmente baja. Esto puede mostrar un reconocimiento solo teórico, o bien una crítica asignación de tiempo y/o recursos que, a pesar de la importancia señalada de la capacitación, impide asignarlos a estas acciones.

La gran mayoría de los encuestados consideró necesaria la capacitación para mejorar el desarrollo de la empresa (cerca del 75%). Aunque también, piensan que la formación de sus empleados es sumamente importante, la incidencia de respuestas positivas disminuye, principalmente argumentando que los altos costos de capacitación (básicamente asumidos por ellos mismos) y el temor de que el trabajador, una vez que ha sido capacitado, se vaya de la empresa a instalar su propio negocio. Lo anterior parece responder a una visión parcial del empresario respecto del trabajador y ajena a la autocrítica asociada a porque existe una alta rotación de empleados.

Tal como se señaló anteriormente, los dueños de microempresas fueron capaces de señalar con claridad los problemas del entorno que les restan competitividad, pero les resultó más

difícil detallar los problemas asociados a sus propias competencias. Sin embargo, cuando existe un reconocimiento de las limitaciones internas para su propio crecimiento, la capacitación o formación empresarial surge como factor importante. Por lo general, la formación no se consideró urgente, ya que los microempresarios tienen como prioridad resolver otros problemas que los afectan en el corto plazo (como las escasas ventas, el pago de los salarios, entre otros). En ese sentido parece menos visible en sus comentarios la perspectiva de mediano y largo plazo (donde la innovación, la tecnología y la capacitación son variables que inciden decididamente en la sostenibilidad de largo plazo del negocio), y muchas veces se critica el “cortoplacismo” de los empresarios. Por ello la importancia de generar un “entorno favorable” a la actividad productiva. De esta forma, las preocupaciones empresariales se orientarán más a la “innovación” (largo plazo) que a la “tributación” (corto plazo).

Se observa la presencia de ciertos prejuicios en los participantes asociados a experiencias propias, ajenas o simplemente percepciones. Éstos se concentran en la incidencia de la capacitación en sus costos, su (poca) relevancia, la complejidad de los mismos o su baja aplicabilidad (están hechos para las grandes empresas).

A pesar de que la formación no fue vista como prioridad para estos individuos, es de resaltar que durante las sesiones de grupos, se encontraron personas con experiencia consistente en formación. En ese grupo se observaron dos tendencias; por un lado los empresarios que buscan capacitarse por interés propio (generalmente personas con mayor nivel educativo y ubicadas en sectores de mayor complejidad) y por el otro, aquéllos que lo hacen como respuesta a las demandas de su sector (como por ejemplo, el de la industria alimentaria).

Adicionalmente, se descubrió que existen vínculos entre proveedores y microempresarios como mecanismo de formación. Un ejemplo de esta relación fueron los salones de belleza. En ellos, los proveedores (de artículos para el cabello) difunden sus productos a través de la capacitación a sus clientes (las estilistas). En este caso, la formación sirve como medio y fin de intereses asociados.

En el diseño de los programas de apoyo y formación, los propietarios de microempresas señalan que éstos pueden ser mejorados en dos perspectivas: contenidos y metodología. En cuanto a contenidos: (i) los temas que abordan deberían ser relevantes para su práctica cotidiana, (ii) igualmente consideran que la capacitación no debe ser tan general sino estar enfocada a la actividad, así como desarrollar indicadores que permitan evaluar estos programas. En cuanto a aspectos metodológicos: (i) deberían ser impartidos por otros microempresarios (quienes pueden conocer mejor sus necesidades), (ii) contengan técnicas de enseñanza teórico-prácticas, y dirigidas a empresarios de una misma rama y con niveles educativos similares. Otros señalamientos incluyen precios accesibles, y horarios viables a su disponibilidad de tiempo.

Algunos proveedores de formación consideran a las microempresas como unidades que carecen de una verdadera cultura empresarial; desordenadas en su crecimiento, individualistas, que funcionan a prueba y error (inician proyectos, y cuando no le encuentran sentido, buscan otro), etc. El negocio es visto como la posibilidad de ganar dinero a bajo costo. También observaron que la implementación de procesos de innovación entre las microempresas no es frecuente,

por lo que se deberían de dar cambios en el currículo de programas de capacitación que la impulsen.

Esta visión de los institutos de formación no es necesariamente la misma que tienen los empresarios de ellos mismos. Estas distintas visiones de la microempresa entre oferentes y demandantes pueden ser, en parte, responsables de una oferta formativa que no está acorde a los requerimientos de las microempresas en la Subregión.

Se observó la presencia en el ámbito de las necesidades de formación una tendencia horizontal y otra que obedece a necesidades sectoriales. Esto se hizo particularmente claro en el campo de la administración, donde los entrevistados señalaron su importancia sin distinción alguna (género, edad, sector, nivel educativo, entre otros). Esto señala la importancia de una adecuada identificación de estos temas transversales y su adaptación al diferente público meta.

Por otra parte, la participación de los institutos de capacitación pública en la formación es baja en la Subregión (menos del 17%), en contra de lo que se podría suponer. Más bien son las instituciones privadas las que ocupan el primer lugar en la mayor parte de los países. En esta línea, el sector empresarial está jugando un papel relevante en el proceso de capacitación. La cooperación interempresarial (grande y pequeña) puede convertirse en un factor de articulación productiva y al mismo tiempo de transferencia de conocimientos y competencias desde las grandes empresas a los micronegocios.

El tipo de acciones que se emprendan para las actividades de formación, deben reconocer la existencia de temas transversales y específicos, diferenciados tanto por el cliente (empresario o trabajador), el sector (manufactura, servicios, etc.), así como por el grado de desarrollo relativo de la empresa.

Finalmente, en lo relacionado al financiamiento para la capacitación, hay que ser claro respecto de que habrá siempre un grupo de microempresas que no será sujeto de capacitación, dada su escala de producción, empleo y/o preocupación sobre la estabilidad de su negocio. En el otro extremo se encuentran los microempresarios que buscan capacitación por su propia cuenta (por lo general, con un mayor nivel educativo), y que reconocen explícitamente la importancia de ella en su competitividad empresarial. Existe además un segmento entre ambos tipos en el que la decisión de capacitarse competirá con otras posibles inversiones. En este grupo en particular, lo importante será identificar maneras para que los empresarios relacionen la formación con resultados tangibles para su negocio. Una de estas estrategias podría ser el financiamiento inicial (total o parcial) para implementar, por ejemplo, un programa de asesoría empresarial/formación en su unidad productiva. Este apoyo económico deberá ser decreciente en la medida que el empresario internalice los beneficios de esta intervención.

Recomendaciones

En este acápite se introducen algunas recomendaciones basadas en las reflexiones esgrimidas a lo largo de la investigación. Ellas se dividen en dos grandes áreas: (i) las recomendaciones de política pública, que buscan establecer las condiciones marco e institucionales para el desarrollo

de la actividad productiva, y (ii) las puramente operativas, que se deben reflejar en acciones concretas de capacitación y promoción de un mercado de servicios de desarrollo empresarial.

En el ámbito de las políticas públicas, es importante que se establezcan espacios institucionales de coordinación que permitan emprender y diversificar acciones dirigidas a mejorar el desarrollo productivo de las empresas. Si bien es cierto, la escasez de recursos juega un papel importante, el principal problema es la falta de articulación de esfuerzos entre las instituciones competentes.

Esto se logra precisamente a partir de espacios de concertación social que impulsen el desarrollo de competencias acordes no solo a la realidad de cada país, sino que también busquen una mayor sinergia e integración institucional entre las naciones de la Subregión.

En base a lo anterior, el impulso de políticas públicas de corto, mediano y largo plazo es esencial, siempre y cuando se construya a partir de la colaboración multisectorial, y que también contenga principios de equidad, respeto al marco jurídico vigente, protección social y diálogo social permanente, entre otras.

Las políticas públicas de promoción y fomento empresarial deben ser consistentes con los objetivos y planes de los gobiernos, de forma que respondan a la mejora de la competitividad y condiciones de empleo en la microempresa. Y a su vez, que esta mejora sea parte de la estrategia de desarrollo del país y la Subregión. Para ello, es necesario contar con información estadística empresarial y laboral confiable. En los últimos años, en los países de la Subregión se ha dado un avance significativo en la cobertura de las encuestas de hogares, así como el desarrollo de módulos cada vez más sofisticados que dan una imagen bastante precisa del lado de la oferta laboral (individuos que buscan un empleo). No obstante, el desarrollo de encuestas de establecimientos se ha mantenido prácticamente estancado. Este tipo de instrumentos estadísticos son sumamente valiosos para conocer y dar seguimiento a las características del otro lado de la moneda del mercado de trabajo, es decir, la demanda de empleo (empleadores). Por ejemplo, entre la información que se puede obtener se encuentran temas específicos como: aspectos de capacitación, seguridad e higiene, cuestionarios ocupacionales para la actualización de la clasificación única, subcontratación personal, etc. Adicionalmente, se pueden obtener medidas más precisas de la productividad y remuneraciones de los trabajadores, las cuales permiten la adopción de programas que promueven la productividad en sectores claves, además de que sirven como insumo para la revisión objetiva de los salarios mínimos y contractuales. De esta forma es urgente que los gobiernos impulsen las encuestas de establecimientos.

Las políticas o programas sociales con enfoque de género tales como la legislación sobre igualdad de oportunidades son claves para lograr una mayor incorporación de las mujeres en la fuerza laboral, pero no son las únicas estrategias que se pueden implementar. La promoción de microempresas a cargo de mujeres permite a éstas alcanzar posiciones de liderazgo en sectores dominados tradicionalmente por hombres y generar fuentes de ingresos, además de un eventual efecto multiplicador que puede propiciar la incorporación de más mujeres a la fuerza laboral como empleadas de esas unidades productivas. Sin embargo, la experiencia previa muestra que las mujeres, a pesar de que tienen un nivel educativo superior al de los hombres se instalan en sectores de baja productividad y en unidades productivas de menor tamaño.

Aparentemente, sus otros roles sociales son los que reducen, en general, sus posibilidades de destacar en actividades más complejas. Por ello, las políticas públicas deberían facilitar el cumplimiento de los diversos roles sociales, ampliando así sus posibilidades de incorporarse a labores acorde con sus capacidades. En estas mismas líneas, las mujeres ubicadas en el segmento de microempresas, requieren de esfuerzos especiales de atención para promover su desarrollo empresarial y mejorar la competitividad y productividad de éstas. Los servicios de apoyo empresarial deben considerar, además de las diferencias antes señaladas, las que existen entre empresarios y empresarias, ya que de no hacerlo así tendrán un impacto limitado en términos de equidad y tenderán a reforzar y/o reproducir las diferencias de género existentes.

En términos de la seguridad social, es importante que las autoridades gubernamentales realicen los ajustes necesarios para mejorar los sistemas de cobertura en el estrato microempresarial. Pero también debe existir una responsabilidad compartida entre empleados y empresarios respecto de la necesidad de aportes solidarios a la seguridad social que al momento no existe para ellos. Esto puede ser a través de la implementación de incentivos directos para aquellas empresas que se incorporen, ofreciendo mayor información sobre sistemas voluntarios o creando nuevos mecanismos para este tipo de unidades.

En el área de la capacitación es importante que los institutos de formación, tanto públicos como privados, estudien cuidadosamente los requisitos de ingreso a los cursos de capacitación, de tal forma que los grupos poblacionales que más requieren de la formación sean en efecto los que la reciban. Esto va a requerir un balance entre flexibilidad de admisión y procesos de selección y filtros más sofisticados. La comprobación de que las necesidades de capacitación de las empresas dependen de muchas variables (sector; tamaño, educación del jefe, entre otros factores), implica que las asistencias o servicios que se le preste a las microempresas no debieran ser los mismos para todas. La oferta de MYPES muchas veces no funciona porque no se reconoce que la micro, la pequeña y la mediana empresa tienen características y problemas diferentes. Así, el diseño de los cursos debe obedecer a una lógica matricial donde las áreas funcionales, la experiencia empresarial, el grado de desarrollo relativo del negocio, al igual que el nivel educativo del dueño, son variables a considerar para no crear productos genéricos para todos, sino buscando sus especificidades.

Además, también va a ser necesario promover la participación de los empresarios y sus trabajadores en estos procesos. Una forma de lograr esto, podría ser por medio del establecimiento de un sistema de becas e incentivos de apoyo financiero de bajo costo para que éstos tengan acceso a la capacitación. Como se mencionó, esta ayuda deberá ser temporal y decreciente en la medida que el empresario reconozca los beneficios de la inversión. Por otra parte, para estimular a los empleadores a capacitar a los trabajadores se podrían emplear mecanismos solidarios que involucren a ambos, y que inculquen un mayor compromiso con la unidad productiva.

Asimismo, es recomendable que la selección de los facilitadores de las acciones formativas, además de que se haga con criterios técnicos, se base también en la experiencia de éstos en el mundo de la microempresa; puesto que tanto los encuestados como algunos representantes de los institutos de formación, expresaron reiteradamente su alto aprecio a los conocimientos que

se pueden transmitir entre iguales. Por ende, se debe de hacer un esfuerzo para que el docente sea un agente de cambio para fomentar la innovación, incubación, e inculcar la importancia de la capacitación.

Hay que mejorar los sistemas de información, acceso y seguimiento de los servicios de capacitación ofrecidos por las instituciones de formación, pues a pesar de que se ha dado un avance en los últimos años, gran parte de los microempresarios sigue sin acudir a estos. Todo lo anterior se convierte en un reto mayúsculo para promover el mayor uso de la formación como mecanismo institucional de aprendizaje e impactar más en las competencias de los empresarios y trabajadores.

Se deberían buscar estrategias de formación más apropiados a las características de los individuos. La mayoría de entes entrevistados, han tenido experiencias con diferentes tipos de modalidad como la virtual, certificaciones y acreditaciones, talleres públicos y acompañamientos de los profesores en las empresas, etc. Respecto a este último método, muchos piensan que se debería explotar y revitalizar más. El gran obstáculo, sin embargo, es la falta de recursos humanos para poder dar una respuesta pronta y realizar diagnósticos personalizados en las empresas. En este tenor, se debería tratar de idear formas de financiamiento para implementar en mayor grado estos programas para la constitución o fortalecimiento de estos establecimientos.

Para finalizar, es importante recalcar que la responsabilidad de la formación de los microempresarios (y para la población en general) no debería recaer solamente en los institutos de formación públicos y privados. Por ejemplo, en la investigación se confirmó que la capacitación en temas de gestión es requerida por muchos microempresarios, independientemente de su edad, género, nivel educativo y la actividad económica que realizan. Debido a esto, el público meta de los programas de capacitación destinados a fortalecer esta área, seguramente tendrá una gran heterogeneidad. De tal forma, valdría la pena explorar la introducción del tema de desarrollo de habilidades administrativas en el currículo del sistema de educación formal. Similarmente, tomando en cuenta que la innovación y el uso de tecnologías no son de uso frecuente en este estrato productivo, sería importante fomentar una cultura de innovación y actualización tecnológica desde las etapas iniciales de aprendizaje que facilite la adaptación a los cambios constantes del mercado.

Es fundamental que en el futuro, la empresa familiar se convierta en un tema específico de conocimiento; dada la necesidad de profesionalizar a esas unidades económicas.

Bibliografía

Abramo, Laís (2004). "Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de trabajo secundaria", *Revista de Estudios Femeninos*, vol. 12, no. 2, agosto.

Arroyo, Jorge y Nebelung, Michael (eds.) (2002). *La micro y pequeña empresa en América Central: realidad, mitos y retos*, GTZ/PROMOCAP, PROMICRO/OIT, San José, Costa Rica, junio.

BID (2006). *La microempresa en el Ecuador; perspectivas, desafíos y lineamientos de apoyo*, BID, Quito, Ecuador.

Cabal, Miguel; Hidalgo, María S. y Monroy, Pedro (1997). *Caracterización estática y dinámica de las microempresas beneficiarias y no beneficiarias del Plan Nacional de la Microempresa*, mimeo, Santa Fe de Bogotá, Colombia.

Castillo, Geovanny y Bonilla, Eduardo (2000). *Características, problemática e importancia de la microempresa y la pequeña empresa en el sector informal de la economía*, PROMICRO/OIT, PRONAMYPE, San José, Costa Rica.

CENPROMYPE (2006a). *Estudio regional de los sistemas de apoyo en Q, P, I&E para las MIPYME en América Central*, Japan International Cooperation Agency (JICA) y CENPROMYPE.

CENPROMYPE (2006b). *Análisis de políticas y programas de apoyo a la competitividad de la MIPYME en Centroamérica*.

Cristini, M. y Moya, R. (1999). "El crédito para las microempresas: una propuesta de institucionalización para la Argentina", *Documento de Trabajo*, no. 61, Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas.

Dada, Oscar (2000). "Capítulo 2: Liberalización del sistema financiero del El Salvador", en Ochoa, María E., Dada, Oscar y Montecinos, Mario, *El impacto del ajuste estructural y estabilización económica en El Salvador*, SAPRIN.

de Rosa, Claudio M. (2007). "Microcréditos y microempresas", *Revista Mipymes*, no. 28. Federación Interamericana Empresarial, <http://www.fiepymes.com/>.

del Cid, Miguel (2005). Capítulo I: Desafíos y políticas para el fomento del empleo y el trabajo decente en Centroamérica y República Dominicana en González Gardina y Miguel del Cid, Políticas para el fomento del empleo y trabajo decente: un proceso con los actores sociales en Centroamérica y República Dominicana, Oficina Internacional del Trabajo.

Dirección General de Empleo y Salarios del Ministerio de Trabajo (2007). Estudio sobre Necesidades de Formación y tendencias del empleo, Managua, agosto.

EFE (2007). "Bajo nivel de bancarización dificulta la democracia financiera en América Latina", 5 de noviembre, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/gt/index.htm>.

Espinoza, Henry y Ríos, Vanesa (2006). Protección social en salud para trabajadores del sector informal urbano: conceptos, mecanismos y una propuesta, *Boletín de la CIOSL ORIT*, no. 7, Programa Sindical de la Economía Informal, agosto.

Evans, D. S. y Jovanovic, B. (1989). "An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints", *Journal of Political Economy*, vol. 97, no. 4, agosto.

Fallas, Hassel (2008). "Empresarios inconformes con formación técnica del INA", *La Nación*, miércoles 14 de mayo, http://www.nacion.com/ln_ee/2008/mayo/14/economia1535454.html.

Fontes lunes, Roberto (2001). Seguridad y Salud en el Trabajo en América Latina y el Caribe: análisis, temas y recomendaciones de política, trabajo presentado en el Primer Seminario Técnico de Consulta Regional sobre Temas Laborales, Ciudad de Panamá, noviembre, <http://www.iadb.org/sds/doc/Segysalud.pdf>.

Forastieri, Valentina (2005). Desafíos y propuestas en seguridad y salud en el trabajo, insumos para el Foro de Empleo OIT, Oficina Subregional para Centroamérica, Haití, Panamá y República Dominicana.

Gallart, María A. (2003). "Habilidades y competencias para el sector informal en América Latina: una revisión de la literatura sobre programas y metodologías de formación", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

Gallart, María; Moreno, Martín y Cerrutti, Marcela (1991). "Los trabajadores por cuenta propia del Gran Buenos Aires: sus estrategias educativas y ocupacionales", *Cuaderno del CENEP*, no. 45, Centro de Estudios de Población, Buenos Aires, Argentina.

González Vega, Claudio (1997). "Pobreza y microfinanzas: lecciones y perspectivas", *Economics and Sociology Occasional Paper*, no. 2392, Ohio State University, Columbus, Ohio.

Haan, Hans Christiaan (2003). "Formación para el trabajo en el sector informal: nuevos ejemplos de Kenia, Tanzania y Uganda", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.

Haase, Dwight (2007). "Closing the gender gap", *ESR Review*, fall, vol.9, no.2.

INEGI (2002). Encuesta de Micronegocios, Ciudad de México, México.

Kantis, H. y otros (2005). *Developing entrepreneurship: experience in Latin America and Worldwide*, Washington D.C., Fundes, IADB publication.

Kawakami, Tsuyoshi (2007). Enfoques participativos para mejorar la seguridad, la salud y las condiciones de trabajo en la economía informal: experiencias de Camboya, Tailandia y Viet Nam, *Interregional Symposium on the Informal Economy - Enabling transition to formalization*, noviembre, Ginebra, Suiza.

Linares, Dino (1999). *Haz realidad tu negocio*, UNESCO-CID, Lima, Perú.

Maldonado, Enrique E. (2005). "Acceso de los hogares guatemaltecos al sistema financiero, desde la perspectiva de la pobreza", *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, no. 42, <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/gt/index.htm>

McGrath, Simon; King, Kenneth; Leach, Fiona y Carr-Hill, Roy (1994). "Education and training for the informal sector", *Education Research Paper*, no. 11.

Mesa-Lago, Carmelo (2007). "La extensión del seguro y la protección de salud en relación al mercado laboral: problemas y políticas en América Latina", *La Revista Internacional de Seguridad Social*, vol. 60, no. 1, enero.

Montero, Cecilia (2000). *La formación de capital humano en empleos atípicos: el caso del trabajo a domicilio*, CEPAL.

Obando, Juan Carlos y Rojas, Lilliana (2006). *Mercado laboral en Centroamérica y República Dominicana: grandes desafíos regionales*, Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana (OLCAD), Coordinación Educativa Cultural Centroamericana (CECC).

Observatorio MiPYMES UNED (2008). *Diagnóstico Nacional de MIPYMES*, San José, Costa Rica.

OIT (1993). *Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Estadísticas del empleo en el sector informal*, informe III, Ginebra, Suiza, enero.

OIT (2002). *El trabajo decente y la economía informal*, Comisión de la Economía Informal, informe VI, Conferencia Internacional del Trabajo, 90na. Reunión, Ginebra, Suiza.

OIT (2003). *Directrices sobre una definición estadística de empleo informal*, adoptadas por la Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Ginebra, Suiza, noviembre-diciembre.

- OIT (2006). Trabajo decente en las Américas: la agenda Hemisférica, 2006-2015.
- OIT (2007). Panorama Laboral de América Latina y el Caribe, Lima, Perú.
- OIT (2008a). "Tendencias mundiales del empleo de las mujeres", Ginebra, Suiza.
- OIT (2008b). Mi vida, mi trabajo, mi trabajo en seguridad: gestión del riesgo en el medio laboral, Día Mundial de la Seguridad y Salud en el trabajo, 28 de abril.
- Perry, Guillermo, Maloney, William y otros (2007). Informality: Exit and Exclusion, World Bank, Washington, D.C.
- Pretes, Michael (2002). "Microequity and microfinance", *World Development*, vol. 30, No.8.
- PROMICRO/OIT (2001). Memoria del taller: ¿Cómo incorporar el enfoque de género en la promoción microempresarial?, HIVOS, Swisscontact, ProEmpresa Embajada Real de los Países Bajos, 10-12 de septiembre, Managua, Nicaragua.
- Ramírez Guerrero, Jaime (2003). "Capacitación laboral para el sector informal en Colombia", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.
- Rodríguez-Canosa, Patricia (1998). Género y microempresa, curso "Formación de Formadores de Consultores, Promotores y Técnicos en Microempresa", Proyecto PROMICRO de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Asociación Civil Guatemalteca para el Desarrollo Integral (ASDESARROLLO), residencia Universitaria "La Salle", 16-28 de marzo, Ciudad de Guatemala, Guatemala.
- Seligson, Amber L. (1998). "Las mujeres en el sector informal costarricense: causas del éxito", *Anuario de Estudios Centroamericanos*, vol. 24, no. 1-2, Universidad de Costa Rica.
- Simpson, Mike, Padmore, Jo, y otros (2006). "Marketing in small and medium sized enterprises", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 12, iss. 6.
- Tanzi, Vito (1979). Underground economy, income tax evasion and the demand of currency in the United States, 1929-76, International Monetary Found.
- Tokman, Víctor (2003). "De la informalidad a la modernidad", *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*, Formación en la economía informal, no. 155, Oficina Internacional del Trabajo, Cinterfor, Montevideo, Uruguay.
- Trejos, Juan Diego (2005). Capítulo III: Mercados laborales y trabajo decente en Centroamérica y República Dominicana (Situación, desafíos y políticas), en González Gerardina y Miguel del Cid, Políticas para el fomento del empleo y trabajo decente: un proceso con los actores sociales en Centroamérica y República Dominicana, Oficina Internacional del Trabajo.

UNDP (1999). Human Development Report.

UNDP (2005). Human Development Report.

UNDP (2006). Human Development Report.

USAID (2005). Microempresas y microfinanzas en Ecuador, Quito, Ecuador, marzo.

Velasco, Osmar (2007). "Capítulo I: La problemática habitacional, el desarrollo comunitario y la exclusión financiera en Guatemala", en Velasco, Osmar y Solo, Tova M., Entre la exclusión financiera y el desarrollo comunitario: acceso al financiamiento privado para infraestructura básica comunitaria y el mejoramiento de vivienda, Banco Mundial, Instituto del Banco Mundial, DFID, CIV.

Zevallos, Emilio (1994). Evaluando una política pública: el sector informal urbano en Lima, tesis para optar por el grado de Maestro en Gobierno y Asuntos Públicos, FLACSO, México.

Zevallos, Emilio (2001). "Empresa media: una nueva clasificación", *Comercio Exterior*, México, diciembre.

Zevallos, Emilio (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina, *Revista de la CEPAL*, no. 79, abril.

Zevallos, Emilio (2007). Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina, FUNDES Internacional, San José, Costa Rica.

Páginas web:

Centro para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica, (CENPROMYPE): www.sica.int/cenpromype , mayo 2008.

Cámara Centroamericana y El Caribe de la MIPYME (CCCMIPYME), Sobre la Cámara: www.iberpymeonline.org/Documentos/CONCCAPYME.pdf, junio 2008.

Ministerio de Planificación de Costa Rica (MIDEPLAN): <http://www.mideplan.go.cr/pnd/Plan19982002/Economico/Microempresa/index.htm>, mayo 2008.

Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP): <http://www.insaforp.org.sv/#>, junio 2008.

Instituto Técnico de Capacitación y Productividad de Guatemala (INTECAP): <http://www.intecap.org.gt/>, junio 2008.

Instituto Nacional Tecnológico de Nicaragua (INATEC): <http://www.inatec.edu.ni/>, junio 2008.

Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional de República Dominicana (INFOTEP): <http://www.infotep.gov.do/>, junio 2008.

Instituto Nacional de Formación Profesional de Honduras (INFOP): http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/descentralizadas/infop/unidades_oper; junio 2008.

Instituto Nacional de Aprendizaje de Costa Rica (INA): www.ina.ac.cr; junio 2008.

Instituto Nacional de Desarrollo Humano de Panamá (INADEH): http://www.inadeh.edu.pa/img/multimedia/GESTION_EMPRESARIAL, abril 2008.

Anexos

Anexo No. I
CONSIDERACIONES PARA EL MODERADOR DEL GRUPO FOCAL
Sección A:

Objetivo: El objetivo del estudio es conocer más a fondo las características y los problemas de los microempresarios más dinámicos y a su vez, las necesidades de formación y asistencia técnica que puedan serle útiles para mejorar su competitividad, aumentando sus ingresos, y generando empleos de mayor calidad (empleo decente).

Para esto, vale la pena señalar que se parte de la existencia de dos grupos de microempresas: (i) las llamadas tradicionales, que tienen un patrón de conducta orientado a la subsistencia (sin estrategia visible, más bien con conductas adaptativas a la situación del mercado); y (ii) las dinámicas, que buscan el crecimiento como estrategia empresarial.

La información que se busca obtener de los participantes en los grupos focales corresponde con los objetivos específicos que establecieron en la investigación los cuales son:

- Realizar una identificación, segmentación y caracterización de las actividades de las microempresas y los agentes implicados en ellas.
 - ¿Razones para ser empresario?
 - ¿Porque un empresario puede ser exitoso?
- Realizar en cada país un análisis de las potencialidades y viabilidad de crecimiento de las microempresas, sobre todo de las más dinámicas.
 - ¿Cual es la visión del futuro económico de la empresa?
- Realizar un análisis y evaluación de los programas de capacitación, asistencia técnica existentes, y servicios de apoyo empresarial para microempresas en la región.
 - ¿Como influye el entorno en el crecimiento de su empresa?
 - ¿Que problemas ha identificado para el desarrollo de su actividad?
- Proponer criterios para el establecimiento de acciones de capacitación y programas de asistencia técnica y servicios de apoyo empresarial adaptados al ámbito de las microempresas.
 - ¿Qué necesita para que su empresa sea más competitiva?

Sección B: GENERALIDADES SOBRE MICROEMPRESAS DE ACUMULACIÓN Y MICROEMPRESAS TRADICIONALES

La idea de esta sección es que los participantes brinden una caracterización general de las microempresas de acumulación (con posibilidad de expansión o posibilidades de éxito) y las microempresas tradicionales (de subsistencia), identificando ciertos rasgos que ayuden a diferenciar ambos tipos de unidades de producción.

A grandes rasgos, el concepto de microempresa tradicional es muy amplio. La literatura especializada generalmente asocia el término con ciertas particularidades de los establecimientos como el reducido personal empleado, el escaso valor monetario de los activos, la tecnología rudimentaria, y el poco o ningún cumplimiento de los requisitos legales de estos. También se les atribuye otras tres características distintivas importantes. La primera es la racionalidad de reproducción y no de acumulación de estas unidades; es decir, no es primordial la capitalización ni la ampliación de sus mercados. La segunda característica es que su competitividad no se basa en la productividad sino en el bajo precio que se asigna al trabajo incorporado que disminuye los costos. Por último, la dinámica de este tipo de empresas, generalmente, se basa en la imitación y no la innovación, lo que puede limitar seriamente sus posibilidades de supervivencia una vez que el mercado se satura de los productos o servicios que éstas ofrecen. Naturalmente, los individuos también pueden mencionar otros factores.

Siguiendo estos criterios, una microempresa de acumulación es toda aquella que no posea las anteriores características. No obstante, la heterogeneidad de las microempresas dificulta la delimitación de la frontera entre las unidades de subsistencia y de acumulación, pues, en la práctica, algunos de estos rasgos no están presentes, o se da una combinación de ellos. De esta forma, lo que más interesa es que los participantes ofrezcan las características o combinación de estas que, según el criterio de estos, definan más a cada tipo de microempresas.

- Preguntas asociadas a la descripción de la actividad, expectativas de logro, capacidad de acumulación, etc.

Sección C: LIMITACIONES Y PROBLEMAS DE LAS MICROEMPRESAS DE ACUMULACIÓN

Una vez que los individuos hayan analizado las potencialidades y viabilidad de ambos tipos de microempresas, se quiere dar mayor énfasis a las microempresas de acumulación en esta sección. Específicamente, se busca conocer cuáles son las posibles limitantes al desarrollo de estas unidades.

Existen al menos dos categorías de problemas, los exógenos y los endógenos. Los primeros tienen que ver con el entorno o contexto institucional, político y económico dentro del cual se desenvuelven las microempresas, por ejemplo, marco legal, TLC, políticas crediticias, etc. Las

segundas están más relacionadas con la capacidad interna de las firmas, como: carencias de formación, baja productividad, etc.

Ambas categorías son de interés, por lo que se puede dar un tiempo prudencial para que discutan sobre ambas. Sin embargo, se deben enfatizar más en las causas endógenas, puesto que éstas nos pueden conducir a tocar el tema de las necesidades de capacitación y apoyo que las empresas necesitan, lo cual es sujeto de la sección D.

- ¿Que problemas encuentra para mejorar como empresario?
- ¿Que problemas encuentra para hacer a su empresa mas competitiva?
- Luego de plantear que los problemas se distinguen entre exógenos (del entorno) y endógenos (enfocados en la empresa y su dirección), se trata de ahondar en estos últimos tratando de introducir el tema de la asistencia técnica (capacitación, consultoría, acompañamiento, apoyo, etc., no necesariamente enfocado en financiamiento)

Sección D: **LIMITACIONES ENDÓGENAS (CAPACIDAD INTERNA DE LA MICROEMPRESA)**

En esta parte se busca que las personas relacionen las limitaciones internas de la microempresas con las necesidades de capacitación y apoyo que éstas necesitan.

La sección de necesidades de capacitación pretende indagar información en dos sentidos. En primer lugar se quiere identificar las áreas en las cuales los microempresarios señalan mayor deficiencia, ya sea específicas del sector (conocimiento de tecnologías modernas específicas), o, preferiblemente, las necesidades transversales (por ejemplo: capacitación para realizar gestiones de crédito y otros trámites, habilidades empresariales y desarrollo emprendedor, o normas de seguridad y salud en el trabajo, etc.); y, conocer cómo la capacitación en esos temas podría mejorar el desempeño de las empresas.

En segundo lugar, las áreas de capacitación que señalaron pueden ser cubiertas de distintas formas por ejemplo, por medio de cursos en una institución de formación u otros centros, cursos a distancia, servicios de apoyo empresariales en las mismas empresas, contactos con empresas más grandes, etc. Lo que se busca es que los participantes identifiquen algunas de estas formas de transmisión de conocimientos, además de que ofrezcan alguna valoración sobre algunos rasgos de éstas que las hacen superiores o, en su defecto, menos apropiados a otros medios.

- Deficiencias personales (en la conducción del negocio)
- Deficiencias asociadas a la empresa (pero influenciadas por el entorno, como falta de personal calificado, etc.)
- Deficiencias del entorno que pueden resolverse con mejoras de información (p.e., trámites, alternativas de financiamiento, etc.)

Sección E: ALTERNATIVAS PARA FINANCIAR LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN SERVICIOS DE APOYO EMPRESARIAL

Una parte significativa de las microempresas tiene, en el mejor de los casos, poco acceso a la capacitación, pues los esquemas de formación profesional, capacitación y servicios de apoyo empresarial responden prioritariamente al trabajo en pequeñas, medianas y grandes (PYME) empresas; y los pocos esfuerzos destinados a apoyar a las microempresas se tienden a centrar en el sector industrial, cuando en realidad la mayor parte de esas unidades productivas se encuentran en los servicios y el comercio. Esto se da principalmente debido a que son precisamente las PYME las que financian una porción significativa del presupuesto de estas instituciones. Esta sección busca que los participantes ofrezcan posibles alternativas para financiar las acciones de capacitación hacia las microempresas.

Guía Anexo I **Sesiones Grupos Focales**

A. PRESENTACIÓN. (3 a 5 minutos)

Agradecimiento y bienvenida.

Presentación: nombre y actividad que desarrollan.

Ciertas “reglas de la sesión”.

Interacción –

Total de tiempo – 75 minutos máximo

B. GENERALIDADES SOBRE MICROEMPRESAS DE ACUMULACIÓN Y MICROEMPRESAS TRADICIONALES.

- 1) Cuando pensamos en un empresario, ¿qué es lo primero que se nos viene a la mente?.
- 2) Y antes de esta ocupación ¿cuál era su ocupación principal?
- 3) En relación a hace unos cinco años, ¿cómo ven las actividades de empresas como las de las empresas similares a las de ustedes.
- 4) Bueno ¿y cómo definiríamos una microempresa? (tamaño, actividad, ventas, dueños)
- 5) Y ¿Qué criterios podemos identificar para catalogar a una microempresa como exitosa?
- 6) **(Rotar Preg. 6 y 7):** Y ¿Cuáles características podemos identificar en una microempresa con posibilidades de expansión o éxito?
- 7) Y ¿Cuáles características podemos identificar en una microempresa de subsistencia?
- 8) De las características que mencionó, ¿cuáles considera que son las más importantes para determinar el éxito de una microempresa?

C. LIMITACIONES Y PROBLEMAS QUE LIMITAN EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS DE ACUMULACIÓN – Este capítulo es muy importante.

- I. Si pensamos en las condiciones actuales, ¿Cuáles consideran son los principales problemas o limitantes al desarrollo de las microempresas con posibilidades de expansión o éxito

en el país? **(anotar en rotafolio – atentos a si citan “falta de capacitación para retomarlo en Sección E)**

2. En cuanto al sector micro empresarial ¿consideran que está vinculado o relacionado con los otros sectores productivos del país? –cuáles y cómo -
3. Veamos ¿y como está su relación con las medianas o grandes empresas?
4. ¿Las microempresas ofrecen algún tipo de insumo, bienes o servicios a esos estratos empresariales?
5. ¿Considera usted que la regulación existente favorece el crecimiento del sector informal?
6. ¿Consideran que hay limitaciones impuestas al sector que dificultan el acceso a distintos insumos productivos? (Espontáneo. Si no surge preguntar: Se deben tener causas exógenas a las micro y endógenas).
7. Y ¿qué me dicen de ;
 - ii. Crédito,
 - iii. Capacitación
 - iv. Formación profesional
 - v. Nuevas tecnologías
1. Y esas limitaciones o problemas ¿son generales en el país para otros sectores o son propios de las micro?
2. Y ¿el sector micro empresarial tiene alguna participación en la fijación de políticas al sobre su quehacer?
3. Y ¿en concreto, que podemos proponer este sector tenga una mayor participación en la definición de políticas?

D. LIMITACIONES ENDÓGENAS - CAPACIDAD INTERNA DE LA MICROEMPRESA)

1. Durante los últimos cinco años, ¿Ha recibido algún tipo de capacitación? –qué tipo e institución y lugar. –
2. Bien y ¿conocen otras personas con negocios o empresas pequeñas que los hayan recibido?
3. Y ¿Cuál es su opinión sobre esos servicios de capacitación? – utilidad – actualizado
4. Considera usted que la ausencia de buenos servicios de capacitación son una limitación al desarrollo y éxito microempresarial? **(empezar a indagar sobre el tema)**
5. De los problemas que usted señaló con respecto a la capacidad interna de las microempresa **(volver al Rotafolio –y repasar las ideas centrales sobre los problemas internos de la empresa)**
–¿cómo inciden estos problemas en el desempeño de las microempresas?
6. Entonces ¿Cómo se podrían mejorar el desempeño en las microempresas?
7. En términos de capacitación, ¿en cuáles áreas vemos que hay mayor deficiencia o necesidades en las microempresas?-Veamos cuáles consideramos de importancia: **(Dejar tiempo para que ellos propongan sus TEMAS/AREAS de capacitación).**
8. En caso que no hayan mencionado alguna de las siguientes áreas preguntar: ¿Y qué me dicen de la necesidad de capacitación de áreas como: **(en cada caso, asegurar que indiquen por qué son importantes)**

- a. gestiones de crédito y otros trámites financieros
- b. habilidades empresariales y desarrollo emprendedor- cómo ser empresario
- c. normas de seguridad y salud en el trabajo?
9. Y ¿Cómo creen con esos temas se pueda mejorar las actividades de las microempresas?
10. Y ¿Quién consideramos que debe de ser capacitado en las microempresas?
(Espontáneo).
11. Creen que debe darse prioridad a los empleados de las microempresas o a los gestores- propietarios, (o ambos)?
12. Y de lo que ustedes conocen, ¿Qué formas o medios de capacitación para los aspectos técnicos se pueden emplear para promover el potencial productivo de las microempresas?
13. Ahora, de los mecanismos de capacitación que acabamos de citar, podríamos identificar algunas características específicas por las que ustedes creen son los mejores?
14. Y algunos aspectos negativos que cree es necesario considerar de estas formas de capacitación que me citó?
15. Ya habíamos hablado sobre programas de capacitación, pero para recapitular ¿Recuerda o conoce usted experiencias exitosas de programas de capacitación, asistencia técnica y servicios de apoyo empresarial a las microempresas en su país? Veamos que fueron esas experiencias.
16. Y ¿fueron útiles para quienes asistieron?
17. ¿Recuerda qué factores facilitaron que esa experiencia fuera exitosa?
18. ¿Conoce de programas de capacitación o de servicios de desarrollo empresarial para la MIPYME?
19. Y recuerda ¿Quién coordina esos programas: gobierno o sector privado?
20. Y ¿cómo son financiados?
21. De lo que conoce de estos programas, ¿Qué opina de los horarios?
22. A qué horas cree son más adecuados? – son una limitación u obstáculo para a la capacitación?
23. Hay alguna agrupación o asociación búsqueda de apoyo para las MIPYME aquí en ____?
24. Y ¿qué papel cree usted que ha jugado o juega para el mejoramiento de sus asociados?

E. ALTERNATIVAS PARA FINANCIAR LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN SERVICIOS DE APOYO EMPRESARIAL.

1. Y siempre sobre capacitación ¿Conoce de programas gubernamentales o del sector privado de financiamiento para la capacitación y servicios de desarrollo empresarial para microempresas?
2. ¿Quiénes pueden asistir? ¿Son de fácil acceso?
3. ¿De qué formas cree usted que podría financiarse los programas de capacitación y servicios de apoyo empresarial para las microempresas?
4. ¿Cuáles métodos de financiación y por qué considera que puedan ser mejores para las microempresas?
5. ¿Es posible organizar capacitaciones que no tengan grandes costos para el microempresario?
6. ¿Cómo serían esos programas?

7. ¿En modelos proporcionales de financiamiento estaría usted dispuesto a participar?
–partes empresa, parte institución–
8. Y ¿Bajo que condiciones estaría usted dispuesto a aportar dinero para pagar por servicios de apoyo empresarial y capacitación?
9. Y bien, ¿Por qué tipo de capacitación o servicios de desarrollo empresarial estaría dispuesto a pagar?
10. Para terminar, recuerdan ustedes el nombre de algún microempresario como ustedes, a quien admiran?

Alguna otra observación que se nos queda y queramos compartirla?

Muchas gracias a todos/a, por su apoyo.

Septiembre / 2007

Anexo No.2

CUESTIONARIO

<p>CID GALLUP, S.A. Estudio: Microempresarios formación Regional-Noviembre 2007</p>		<p>Cuestionario # _____</p>	
<p>HORA INICIO _____ : _____</p>		<p>Hora Final: _____</p>	
<p>4. Codif: Antes 10 a.m.....1 10-12 md...2 12-2 pm.....3 2-4 p.m.....4 4-6 pm.....5 6-8 pm.....6</p>		<p>1</p>	
<p>5/6: Fecha: _____ Codifique fecha día 01...30</p>		<p>2</p>	
<p>7. Lugar: Aglomeración1 2 3 4</p>		<p>1</p>	
<p>7ª. Departamento:.....1 2 3 4</p>		<p>2</p>	
<p>8. País: Guatemala...1 El Salvador...2 Honduras...3 Nicaragua...4 Costa Rica ...5 Panamá...6 Rep. Dom ...7</p>		<p>1</p>	
<p>9. Supervisor recibe: _____ Fecha: _____ Hora: _____</p>		<p>1</p>	
<p>10. Validador: _____ No..0 Fecha..... Hora.....</p>		<p>1</p>	
<p>11. Tipo validación: Personal.....1 Telefónica.....2</p>		<p>1</p>	
<p>CUESTIONARIO: Buenos días, tardes, noches. Mi nombre es _____ — enseñar camé – y trabajo para la empresa CID, conocida aquí en Costa Rica por sus estudios sociales. Estamos realizando un estudio entre los microempresarios y usted ha sido seleccionado al azar en esta rama de actividad. El objetivo de este estudio es conocer mejor sus actividades y opiniones sobre sus labores. Le ruego prestarme unos 20 minutos de su tiempo aproximadamente. Antes de todo, por favor, cualquier pregunta se puede comunicar con nuestras compañeras: _____ al tel _____</p>			
<p>Nombre de la empresa: _____</p>			

Nombre informante: _____ Teléfono _____	
Teléfono _____	Fax _____
<i>Muchas gracias por su colaboración, y antes de seguir y para ubicar sus respuestas estadísticamente, unas preguntas sobre la organización de su negocio.</i>	
12. Sector: Comercio.....1 Industria manufacturera.....2 Hoteles y restaurantes.....3 Servicios.....4	1
13. Número de empleados regulares incluyendo el dueño: _____ (3 a 8)	1
18. Número de horas trabaja su empresa por semana en promedio: _____	2
19. En ocasiones extraordinarias (horas extras o feriados), ¿cuántas horas por semana más o menos trabaja? (debe ser mayor a 18.): _____ No trabaja horas extras ni feriados.....0	2
1 Bien, y en qué año se creó esta empresa? _____	4
2 Y en relación a hace cinco años (si tiene menos de 5 años, preguntar, desde el momento en que inició el negocio) y pensando en general considera que su empresa: Leer Ha mejorado.....3 (Está igual).....2 Ha empeorado....1 NS/R....0	1
3 Y tomando todo en cuenta, cómo considera que serán los próximos 5 años en relación a ahora Leer Mejorará....3 (Estará igual).....2 Empeorará....1 NS/R....0	1
3a Y en cuanto a usted, en general diría que en la forma en que se desenvuelve su vida – personal y empresarial, se siente: en una escala de 1 a 4, donde 1 es muy insatisfecho y 4 muy satisfecho? Leer Muy satisfecho.....4 A lgo satisfecho.....3 Algo insatisfecho...1 Muy insatisfecho...1	1
4 En forma resumida, cuál es la principal actividad económica a la cual se dedica su empresa (qué productos o servicios presta). Anote claro (CIUU) _____	2

Y antes de iniciar su empresa, ¿a qué se dedicaba usted? _____									
5	<table border="1"> <tr> <td>Se dedicaba a estudiar.....1</td> <td>Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado.....5</td> </tr> <tr> <td>Trabajaba asalariado y dejó.....2</td> <td>Tenía otra actividad por cuenta propia o como patrón que no ha dejado.....6</td> </tr> <tr> <td>Tenía un negocio o trabajo por su cuenta.....3</td> <td>Ama de casa, en el hogar.....7</td> </tr> <tr> <td>Era aprendiz sin remuneración de un oficio.....4</td> <td>Otra actividad (especifique) _____</td> </tr> </table>	Se dedicaba a estudiar.....1	Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado.....5	Trabajaba asalariado y dejó.....2	Tenía otra actividad por cuenta propia o como patrón que no ha dejado.....6	Tenía un negocio o trabajo por su cuenta.....3	Ama de casa, en el hogar.....7	Era aprendiz sin remuneración de un oficio.....4	Otra actividad (especifique) _____
Se dedicaba a estudiar.....1	Tenía un trabajo asalariado que no ha dejado.....5								
Trabajaba asalariado y dejó.....2	Tenía otra actividad por cuenta propia o como patrón que no ha dejado.....6								
Tenía un negocio o trabajo por su cuenta.....3	Ama de casa, en el hogar.....7								
Era aprendiz sin remuneración de un oficio.....4	Otra actividad (especifique) _____								
1									

6	¿Por cuánto tiempo se dedicó usted a la anterior actividad? _____ Menos de un año.....1 De 1 a - 2 años.....2 De 2 a - 5 años.....3 5 años y más.....4 NR....0.	1	
7	¿Por favor, indique cuál fue el motivo principal para iniciar su negocio? Marque primero que cita Tradición familiar.....1 Horario flexible.....2 Para complementar el ingreso familiar.....4 Por un mayor ingreso que como asalariado.....3 No encontró empleo como trabajador asalariado.....5 Despido o recorte de personal.....6 Quería ser independiente.....7 Encontró una buena oportunidad de negocio.....8 Le gusta el área que desarrolló.....10 Experiencias anteriores.....9 Otro (especificar)_____	1	
8	Y ¿cuáles otros motivos tuvo para iniciar su negocio? Sondee: Anote las que cita: _____ Codig. P7	2	
9	Y en qué lugar desarrolla sus actividades de la empresa? En el domicilio de los clientes.....1 (Pasa P.11) En su domicilio/hogar/casa en un espacio propio para su negocio.....2 En su domicilio/hogar/casa en Lugar compartido con otras actividades.....3 En un local para el negocio.....4 En otro lugar (especificar)_____	1	
10	El lugar donde usted realiza su actividad es: Leer: Propio.....1 Prestado.....2 Rentado.....3 Lo comparte con socios.....NA....0 Otro (especificar)_____	1	
11	Tarjeta 0: Aquí está esta tarjeta, con diferentes fuentes de financiamiento- me podría indicar ¿cuál de esas fue su principal fuente de financiamiento para iniciar su negocio? Solo una – Primero cita: cód. con P.11a _____	2	
11a	Y además de esa, ¿tuvo otras fuentes de financiamiento? ¿Cuáles? Institución bancaria.....01 Programa de gobierno.....05 Cajas populares(Asoc.).....09 Prestamistas particulares.....02 Préstamo/regalo de amigos o parientes.....06 Ahorros personales.....10 Remesas.....03 Liquidación del empleo anterior.....07 Crédito de clientes.....11 Crédito de proveedores.....04 El negocio no requirió de inversión.....08 Heredó el negocio.....12 Otra fuente: ¿cuál?.....00 Ninguna.....00	2	
11b	Y ¿Ha buscado créditos durante 2006-07? Sí.....1 No.....2 Pase a P. 12 NR....0	1	
11c	¿Con cuáles fuentes de financiamiento buscó este crédito? Sondee _____ codif. P.11a	1	
11d	¿Se le aprobó el crédito? Sí.....01 No ¿y cuál fue la razón principal por no aprobarlo? Sondee _____ NA.....0	2	

11e	<p><i>Y ¿para que motivo solicitó el crédito? Anote todas las que indica</i></p> <p>Para comprar, local o vehículo.....1 Para ampliar, adecuar o reparar local o vehículo.....5</p> <p>Para pagar deudas del negocio.....2 Para adquirir o comprar mercancía/insumos.....6</p> <p>Otro fin relacionado al negocio.....3 Para comprar maquinaria, equipo y/o herramientas.....7</p> <p>Para fines ajenos al negocio.....4 NR.....8 NA.....0</p>	1 1 1
II. ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO		
12	<p><i>Ahora vamos a hablar sobre la administración de su negocio, tenemos algunas preguntas, y de nuevo le agradecemos su apoyo.. Bien, ¿maneja usted inventarios?</i></p> <p>Sí.....1 No.....2</p>	1
13	<p><i>Y ¿Qué tipo de contabilidad realiza usted en su negocio?</i></p> <p>Contabilidad formal.....1 Cuaderno de ingresos y egresos.....2 Otro?.....</p> <p>Apuntes personales.....3 No realiza cuentas/ no tiene.....4</p>	1

13a	<p>En términos generales, ¿Cuántos clientes regulares tiene usted en un día normal? Anote</p> <p>1 a 5.....1 6 a 10.....2 11 a 15.....3 16 y más.....4 (Irregular).....5 NS.....0</p> <p>13aa) Semanal.....1 Quincenal.....2 Mensual.....3 (ANOTAR SOLAMENTE SI LA PERSONA NO TIENE EL DATO DIARIO)</p>	2 1 1
13b	<p><i>¿Cuántos son clientes más importantes, en términos de ganancias? Anote</i></p> <p>1 a 5.....1 6 a 10.....2 11 a 15.....3 16 y más.....4 (Irregular).....5 NS.....0</p>	2 1
13c	<p><i>Y ¿Cuántos proveedores tienen? Anote</i></p> <p>1 a 5.....1 6 a 10.....2 11 a 15.....3 16 y más.....4 (Irregular).....5 NS.....0</p>	2 1
13d	<p><i>¿Cuántos son los más importantes, en términos de compras? Anote</i></p> <p>1 a 5.....1 6 a 10.....2 11 a 15.....3 16 y más.....4 (Irregular).....5 NS.....0</p>	2 1
14	<p><i>¿Cómo compra sus insumos? Rotar.</i></p> <p>De contado.....1 A crédito o fiado.....2 Con anticipos.....3 A consignación.....4</p> <p>Contado y crédito.....5 Otro.....</p>	1
15	<p><i>Y ¿Cuál es la forma de pago principal de venta? Rotar</i></p> <p>De contado.....1 A crédito o fiado.....2 Con anticipos.....3 A consignación.....4 Contado y crédito.....5</p> <p>Otro..... (Irregular).....0</p>	1

III. EXPECTATIVAS – PERSONALIDAD.					
16	TARJETA 1: Ahora, vamos a cambiar de tema y le agradezco que nos cuente un poco sobre usted- le voy a leer una serie de situaciones que se presentan en personas como usted. Por favor en cada caso, si me dice si estos corresponden a rasgos de su personalidad, nunca, pocas veces, algunas veces/a menudo, siempre. Rotar lectura - Repetir de vez en cuando: nunca, pocas veces, algunas veces/a menudo, siempre	Nunca	Pocas v/	Algunas v/	Siempre
1)	Usted busca nuevas oportunidades	1	2	3	4
2)	Usted es persistente (perseverante, firme)	1	2	3	4
3)	Cumple con los pedidos de sus clientes en el plazo acordado	1	2	3	4
4)	Usted exige eficiencia y calidad de sus productos/servicios	1	2	3	4
5)	Usted corre riesgos calculados	1	2	3	4
6)	Usted fija metas en su negocio	1	2	3	4
7)	Usted busca información actualizada en su campo.	1	2	3	4
8)	Usted planifica de forma sistemática (constante)	1	2	3	4
	Y en cuanto a los siguiente: es un rasgo de su personalidad nunca, pocas veces, algunas veces/a o siempre.				
	Rotar.	Nunca	Pocas v/	Algunas v/	Siempre
9)	Usted da seguimiento a las actividades del negocio	1	2	3	4
10)	Usted tiene capacidad de convencimiento con sus clientes	1	2	3	4
11)	Usted cuenta con grupos, asociaciones, cámaras de quienes recibe y da apoyo.	1	2	3	4
12)	Usted confía en sí mismo para afrontar las posibles dificultades	1	2	3	4
13)	Usted tiene la iniciativa	1	2	3	4
14)	Regularmente recibe capacitación para actualizarse-	1	2	3	4
15)	Está atento a que sus empleados reciban capacitación en forma constante	1	2	3	4
16)	Está conforme con lo que tiene –	1	2	3	4
17)	Piensa que en unos 5 años, tendrá una empresa más grande y con más éxito que la de ahora.	1	2	3	4

IV. EQUIPAMIENTO											
17	<p>TARJETA 2: Le agradezco ahora si nos cuenta sobre el tipo de equipo que tiene en su negocio. De los siguientes equipos y recursos, por favor si me dice, cuáles posee usted en este momento. Anote en P.17 Le recuerdo que es cada uno.</p>										
17a	Solo para los que tiene: Leer: y ----- es suyo/propio, prestado, alquilada/rentada; Anote										
17b	Solo para las que tiene: Y ¿ en qué condiciones considera están ___ para el trabajo que usted lleva a cabo? Muy buena, regular o mala										
	P.17 Tiene			P.17 Propiedad			P.17b Condición trabajo				
	Sí	No	Propio	Prestado	Alquilado	NA	MB	B	Regular	Mala	NA
a	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
b	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
c	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
d	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
e	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
f	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
g	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
h	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
i	1	2	3	2	1	0	4	3	2	1	0
V. RESULTADOS - EXPECTATIVAS DEL NEGOCIO / PROBLEMÁTICA EMPRESARIAL											
18	<p>Durante el 2006-07 su negocio experimentó Rotar lectura: Ganancias.....3 Pérdidas.....2 Ni ganancias, ni pérdidas.....1 NS/NR.....0</p>										
19	<p>En los próximos 2 años, ¿cuáles son sus expectativas respecto al negocio? Rotar: Continuar con su negocio.....1 Pase a P. 20 Abandonar su negocio.....2 Pase a P. 21 Otro No especificado:.....</p>										
20	<p>Y: De qué manera va usted a continuar con su negocio? Marque todos los que cita Pase a P. 23 Ampliando el número de sus productos o servicios.....1 Realizando nuevas inversiones.....4 Aumentando el número de trabajadores.....2 Exportando.....5 Diversificando los productos y servicios.....3 Con otro plan.....6 (No sabe/R).....7 NA.....0</p>										
21	<p>Principalmente ¿Por qué motivo piensa usted abandonar su negocio? Rotar lectura. Solo uno Por bajas ganancias.....1 Para emprender otra actividad.....2 Para contratarse como asalariado.....3 No logró lo esperado al iniciar el negocio.....4 NA.....0 Por motivos personales5 Otro motivo (especifique):.....6</p>										
21a	Y en segundo lugar? _____ Codfi. P.21										
21b	Y en tercer lugar? _____ Codfi. P.21										

22	Ha pensado en heredar su negocio a un tercero Sí.....1 Continúe No.....0 Pase a P23 22a. ¿A quiénes serían las personas a quienes les heredaría el negocio? Hijos.....1 Nietos.....2 Amigo(s).....3 Esposo (a).....4 Otros familiares(Especifique).....	1
23	TARJETA 3. Entre las siguientes opciones ¿cuál considera usted que es el principal problema interno que enfrenta su negocio para desarrollarse/crecer? Rotar lectura. Marque solo una Codif. P.23a	2
23a	<i>Y además de ese problema que me citó, ¿cuáles otros problemas tiene? Y cuáles otros? Sondear. Y alguno más? - Marque los que cita. Sondee.</i>	
	Me cuesta trabajar con mis empleados01 Visión corto plazo06	2
	Desactualización tecnológica/gestión02 Baja calidad de mi producto/servicio07	
	Poco compromiso de mis trabajadores03 Desorganización administrativa08	2
	Poca capacitación de los empleados04 NO tiene problemas00	
	Falta de conocimientos de administración de empresas05	2
	Me falta claridad para saber cuales son mis costos/no sé como calcular todos mis costos /09	
	No puedo mejorar mi interacción con clientes/trabajadores/proveedores10	2
	Otro problema. Anote:11	
	Ninguno.....99	

24	TARJETA 4. Y Entre las siguientes opciones ¿cuál considera usted que es el principal problema del entorno que enfrenta su negocio para desarrollarse/ crecer?..... Codif. P.24a	2
24a	<i>Y cuáles otros problemas del entorno tiene? Y algunos más? Marque todo los que cita- Sondee</i>	
	Pocos clientes/bajas ventas12 Pocas ganancias20	2
	Poca cooperación con la competencia13 Competencia excesiva21	
	Competencia nacional14 Falta de calidad de materia en el mercado22	2
	Falta de crédito o financiamiento15 Problemas con las autoridades23	
	Clientes que no pagan/no pagan a tiempo.....16 Mucha burocracia / trámites.....24	2
	Competencia internacional – importaciones.....17 Poco apoyo del estado.....25	
	Falta de energía eléctrica/irregularidad.....18 Inseguridad pública/delinuencia.....26	2
	Servicios públicos e infraestructura19 Otro: Anote:28	2
	Volúmenes de producción insuficientes/no puedo cubrir algunos pedidos /me piden mas de lo que puedo producir27	
	No tiene ningún problema.....00	

25.	Ver y leer P. 23 y 24 Entre las dos respuestas anteriores ¿cuál considera usted que es el principal problema que enfrenta su negocio para desarrollarse/crecer? Cod. P23a P-24a	2
26	¿Se han introducido en su negocio innovaciones en las técnicas de organización y gestión, o nuevas tecnologías en los últimos tres años? Sí.....2 Pase a P.26a No.....1 Pase a P. 27 Cod. con P26c	1
26a	TARJETA 5: Por favor, me puede indicar en estar tarjeta, qué innovaciones en las formas de organización y gestión, o nuevas tecnologías se han introducido en la empresa en los últimos tres años -Veamos la más importante Cod. con P26c	1
26b	Y en segundo lugar? Cod. con P26c	1
26c	Y algunas otras? Cod. con P26c	1
	Fusión (unión) con otras empresas1	
	Alianzas estratégicas (relación, coordinación, contacto) con otras empresas2	1
	Comercialización del producto o servicio en otros mercados3	
	Mejoras en los canales (formas) de distribución de los productos o servicios4	
	Cambios en las relaciones con los proveedores / clientes5	
	Introducción sistemas de incentivos (estímulos) mejorar la productividad (eficiencia en producción)6	
	Fabricación y/o comercialización de nuevos productos o servicios7	1
	Instalación de nuevos procesos de producción para mejorar la productividad u organizar la fabricación8	
	Otras (especifique)	
	Ninguna.....0	
VI. CAPACITACIÓN		
27.	¿Han recibido usted o sus trabajadores alguna capacitación? Sí.....1 Pase a P.27a No.....2 Pase a P. 31	1
27 ^a .	Solo si ha recibido alguna capacitación? Y en qué año fue la última vez que usted asistió a alguna actividad de capacitación? Anote 2007.....1 2006.....2 2005.....3 2004.....4 2005.....5 2003.....6 2002.....7 2001.....8 2000 y antes.....9	
28	¿En cuál de las siguientes áreas recibieron capacitación? Rotar. Marque todas las que cita.	
	Manipulación de alimentos.....01	
	Seguridad, salud e higiene en el trabajo.....06	
	Aspectos administrativos02	
	Manejo de materiales, herramientas, equipo y/o maquinaria07	
	Control de calidad en el servicio.....03	
	Reparación de herramientas, equipo y/o maquinaria.....08	
	Computación.....04	
	Internacionalización: mercado internacional, exportaciones09	
	Normas de calidad.....05	
	Otra área (especifique).....NA.....00	

29	¿De quién o quienes ha recibido capacitación? Indicar dentro de otros si fue él mismo (dueño) o algún empleado Marque todos los que cita.		
	Instituto de formación público.....01	Instituto de formación privado.....07	2
	ONG; organizaciones no gubernamentales.....02	Grandes empresas.....08	2
	Institución de crédito.....03	Organización sindical.....09	2
	Iglesia.....04	Organización estatal.....10	2
	Cámaras empresariales.....05	Otro (especifique).....00	2
	En el exterior.....06	NA.....00	2
30	TARJETA 6: Y de qué modalidad de capacitación* recibió? Rotar lectura Puede ser más de uno		
	Curso a distancia por medio de Internet.....01	Taller o seminario presencial.....06	2
	Curso a distancia por otros medios.....02	Grupo de interaprendizaje.....07	2
	Programa o diplomado.....03	Certificación profesional.....08	2
	Pasantía.....04		2
	Servicio de apoyo empresarial/asistencia técnica/ capacitación en servicio.....05		2
	Otro..... (especifique) NA.....00		2
31	Ya sea que ha recibido o no capacitación, considere que es o no necesaria para desarrollar mejor su empresa - Sí.....2 No.....1		1
31a	Y cuál es la razón principal por opinar así?		2
32	Y. ¿Considera usted necesaria la capacitación de sus trabajadores?	Sí.....2 No.....1	1
32a	Y cuál es la razón principal por opinar así?		2
32b	TARJETA 7: Entre las siguientes áreas, ¿dónde considera usted que es más necesaria la capacitación en su empresa) En primer lugar..... Cod. con P32c		1
32c	TARJETA 7: Y en algún otra área - Sondear... Y alguna más? Administración.....1 Contabilidad.....4 Computación e idiomas.....7 Producción.....2 Mercadeo.....5 Otras.....8 Recursos humanos.....3 Seguridad y salud en el trabajo.....6 Ninguna.....0 Pase a P. 48a		
33	ADMINISTRACION: Codifique: Sí citó Administración.....1 No citó/NA.....0		1

34	Dentro del(as) área(s) que usted indicó anteriormente (En p32b y p32c), ¿cuál considera usted es principal tema de capacitación en su negocio, para usted? Solo uno, 34a) ¿y cuáles otros? Varios				
35	Y ¿cuál considera es el principal tema de capacitación para sus empleados? Solo uno, 35a) y ¿cuáles otros Varios - Nota: todas las áreas que se citaron en 32b y 32c tiene que hacerse las preg. 34 a 38				
a	TARJETA 8: Administración	Jefe		Empleados	
		P34 Uno	P34a Varios	P35a 1er (Uno)	P35b Otros (Varios)
a	Lograr un ambiente en el que mis trabajadores del negocio alcancen con eficiencia las metas seleccionadas.	1	1	1	1
b	Desarrollar conocimientos para realizar informes contables, administrativos, o de otro tipo.	2	2	2	2
c	Aplicar el servicio al cliente para lograr que mis clientes regresen regularmente a mi negocio.	3	3	3	3
d	Adquirir la iniciativa emprendedora para buscar nuevas oportunidades de negocio.	4	4	4	4
e	Implementar procesos de registro, control y planillas de los trabajadores.	5	5	5	5
f	Aprender a establecer nuevas y mejores relaciones con mis proveedores.	6	6	6	6

36	PRODUCCION: Codifique: Sí citó Producción1 No citó/NA.....0				
36a/ b	TARJETA 9: Producción usted me dijo que producción era necesaria, en cuál de las siguientes considera es la más necesaria para usted? Solo una 36b 36b. Y cuáles otras? Sondear. Marque varias en 36 c				
37	Y en cuanto a los empleados, en cual de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 37 37a Y ¿cuáles otras? Sondear. Marque varias				
	PRODUCCIÓN	Entrevistado		Empleados	
		36a/ uno	36b/v uno	37// uno	37a//v
a	Aprender a organizar la producción de acuerdo a un programa elaborado.	1	1	1	1
b	Evaluar las técnicas de producción para hacer correcciones en el proceso productivo.	2	2	2	2
c	Desarrollar e implementar métodos de almacenamiento apropiado a las condiciones de los materiales y las restricciones de espacio de la empresa.	3	3	3	3
d	Promover nuevos y mejores empaques y embalajes como una estrategia ante las exigencias de los clientes.	4	4	4	4
e	Analizar conceptos básicos de un sistema de gestión de calidad para lograr que tanto mis procesos como mis productos logren un nivel de calidad que establezca la diferencia con mis competidores.	5	5	5	5
f	Aprender sobre las normas de calidad establecidas (nacional o internacionalmente).	6	6	6	6
g	Administrar y controlar los inventarios y actividades desarrolladas en el departamento de mantenimiento.	7	7	7	7
h	Controlar inventarios empleando buscando la mejor manera de realizar la actividad.	8	8	8	8
i	Aprender sobre trámites y normas de calidad para exportar mi producto.	9	9	9	9

38	RECURSOS HUMANOS Codifique: Sí citó recursos humanos....1 No citó/NA.....0	1
38 ^a b	TARJETA -10: usted me dijo que recursos humanos era necesario, en cuál de las siguientes áreas considera es la más necesaria para usted? Solo una 38a 38b. Y cuáles otras? Sondear. Marque varias en 38B	
39 39a	Y en cuanto a los empleados, en cuál de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 39 39^a Y ¿cuáles otras? Sondear. Marque varias	
	TARJETA 10: Recursos humanos	
a	Conseguir y conservar un grupo de trabajadores cuyas características vayan con los objetivos de la empresa, a través de programas de selección y capacitación.	1 1 1 1 1
b	Identificar y aplicar los elementos del comportamiento humano y conflictos dentro de las organizaciones.	2 2 2 2 2
c	Aplicar los diferentes métodos y técnicas individuales y grupales de motivación para mis trabajadores	3 3 3 3 3
d	Analizar y conocer la legislación vigente en seguridad social.	4 4 4 4 4
40	CONTABILIDAD Codifique: Sí citó contabilidad1 No citó/NA.....0	1
40 ^a b	TARJETA -11: usted me dijo que contabilidad era necesario, ¿ en cuál de las siguientes áreas considera es la más necesaria para usted? Solo una 40a 40b. Y cuáles otras? Sondear. Marque varias en 40b	
41 41a	Y en cuanto a los empleados, en cuál de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 41 41a. Y ¿cuáles otras? Sondear. Marque varias	
	TARJETA 11: Contabilidad	
a	Entender y/o aplicar los elementos básicos del manejo contable con fines de planificación al interior de mi empresa.	1 1 1 1 1
b	Aprender administrar valores (efectivo, cheques, monedas, etc.) mediante principios de control interno.	2 2 2 2 2
c	Aprender a tramitar procedimientos tributarios mediante la aplicación de las normas vigentes.	3 3 3 3 3

42	Tarjeta 12: MERCADEO: Codifique: Sí citó Mercadoo1 No citó/NA.....0					1
42a 42b	TARJETA -12: usted me dijo que mercadeo era necesario ¿en cuál de las siguientes áreas considera es la más necesaria para usted? Solo una 42a 42b. Y cuáles otras? Sondear. Marque varias en 40b					
43 43a	Y en cuanto a los empleados, en cual de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 43 43a Y ¿cuáles otras? Sondear. Marque varias Entrevistado Empleados.					
	MERCADEO	P42a	P42b	43	43a	
a	Contar con las herramientas para identificar quiénes son mis clientes, qué me compran, cada cuánto tiempo y eventualmente, cómo puedo satisfacer mejor sus requerimientos/expectativas	1	1	1	1	
b	Aprender a diseñar una estrategia promocional aplicando información de las necesidades del mercado.	2	2	2	2	
c	Aprender a elaborar una estrategia de precio para mi producto / servicio, analizando la estructura de costos y mi competencia.	3	3	3	3	
d	Conocer las técnicas de ventas en el desarrollo de mis actividades.	4	4	4	4	
e	Ninguna	0	0	0	0	
44	TARJETA 13: SEGURIDAD Y SALUD: Codifique: Sí citó Seguridad y salud1 No citó/NA.....0					
44a 44b	TARJETA -13: usted me dijo que seguridad y salud era necesario ¿en cuál de las siguientes áreas considera es la más necesaria para usted? Solo una 44a 44b. Y cuáles otras? Sondear. Marque varias en 40b					
45 45a	Y en cuanto a los empleados, en cuál de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 45 45a Y ¿cuáles otras? Sondear. Marque varias Entrevistado Empleados.					
	TARJETA 13: SEGURIDAD Y SALUD	44a	44b	45	45a	
a	Valorar en forma general los riesgos presentes en su lugar de trabajo con sus medidas preventivas.	1	1	1	1	
b	Contribuir con el control del saneamiento ambiental existente en el lugar de trabajo, comunidad (si es que mi actividad es contaminante) o casa de habitación.	2	2	2	2	
c	Conocer e implementar, en la medida posible, la legislación vigente en salud ocupacional.	3	3	3	3	
d	Evaluar los diferentes riesgos presentes en el trabajo.	4	4	4	4	
e	Desarrollar un plan de emergencias en un centro de trabajo, comunidad, hogar desde la fase de formulación hasta la de evaluación. Analizar los diferentes tipos de desastre que pueden suceder en un lugar de trabajo, comunidad o casa de habitación.	5	5	5	5	

f	Mejorar el orden de la empresa (ubicación del equipo, materias, primas, etc.) para reducir riesgos laborales y mejorar la seguridad de la empresa.	6	6	6	6	6
g	Desarrollar acciones de promoción y coordinación en salud ocupacional.	7	7	7	7	7
h	Brindar primeros auxilios oportunos y eficaces en caso de heridas, quemaduras, fracturas, luxaciones, esguinces, intoxicaciones, cuerpos extraños, piquetes, mordeduras, convulsiones así mismo inmovilizar, trasladar y hacer vendajes a lesionados.	8	8	8	8	8
46	TARJETA 14: COMPUTACIÓN E IDIOMAS: Codifique: Si citó Computación e idiomas1 No citó/NA.....0					
46 ^a 46b	TARJETA -14: usted me dijo que computación e idiomas era necesario, ¿en cuál de las siguientes áreas considera es la más necesaria para usted? Solo una 46a 46b. Y cuáles otras? Sondear: Marque varias en 46b					
47 47a	Y en cuanto a los empleados, en cuál de las siguientes considera es la más necesaria para sus empleados? Solo una 47 47a Y ¿cuáles otras? Sondear: Marque varias Entrevistado. Empleados					
	Computación e idiomas	P46a	46b	P47	P47a	
a	Desarrollar las destrezas básicas para el uso práctico de las aplicaciones informáticas básicas (Word, Excel, Programa de correo electrónico, etc.) en el ejercicio de las actividades cotidianas del negocio.	1	1	1	1	1
b	Aprender a utilizar las herramientas básicas para la comunicación, acceso e intercambio de información que ofrece Internet	2	2	2	2	2
c	Manipular una computadora personal y periféricos (impresora, scanner, fax).	3	3	3	3	3
d	Diseñar de páginas en Internet (página Web)	4	4	4	4	4
e	Brindar información telefónica o atender a clientes en inglés en forma efectiva	5	5	5	5	5
f	Aprender a expresar ideas en inglés oralmente en situaciones cotidianas del negocio	6	6	6	6	6
48 a	(GUIARSE CON TARJETA 6) Si pudiera elegir, ¿Qué modalidad de capacitación le gustaría recibir? Rotar lectura En primer lugar _____ Y en segundo lugar? _____					
	Curso virtual (por medio de Internet)1	1e				
	Curso a distancia5					
	Taller o seminario presencial7					
	Servicio de apoyo empresarial/asistencia técnica/ capacitación en servicio9					
	Grupo de interaprendizaje3					
	Programa o diplomado6	2do				
	Certificación profesional4					
	Otro:8					
	Otro:9					
49	¿Qué tipo de apoyo requiere para la capacitación? Rotar lectura Marque hasta dos.					
	Apoyo financiero1	1				
	Material didáctico3					
	Equipo tecnológico: computadora, Internet, otros5					
	Otro apoyo (especifique)6	1				
	Constancia/reconocimiento de habilidades2					
	Ninguno0					

		VIII. RASGOS DE PERSONALIDAD DEL DUEÑO									
50	A continuación, le voy a leer varias parejas de atributos. Le agradecería que me dijera con cuál de las dos está más identificada su personalidad Una vez que me dice esto, le voy a rogar si me dice si está muy, algo, poco o nada identificado con la característica. Ejemplo: es usted ¿imprudente o reservado?--- Si dice reservado: es mucho, algo, poco? Rotar inicio de secciones	Mucho	Algo	Poco	Indiferente	Poco	Algo	Mucho	Mucho	Algo	Mucho
a	Sociable	1	2	3	4	5	6	7	Reservada (o)	7	
b	Dominante	1	2	3	4	5	6	7	Sumisa (o)	7	
d	Desordenada (o)	1	2	3	4	5	6	7	Disciplinada (o)	7	
e	Persistente	1	2	3	4	5	6	7	Inconstante	7	
f	Audaz/arriesgada	1	2	3	4	5	6	7	Cautelosa (o)	7	
G	Indecisa (o)	1	2	3	4	5	6	7	Decidida (o)	7	
h	Actualizado, al día	1	2	3	4	5	6	7	Obsoleto/atrasado	7	
i	Independiente	1	2	3	4	5	6	7	Dependiente	7	
j	Visionaria (o)/Innovador(a)	1	2	3	4	5	6	7	Conformista	7	
k	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	Irresponsable	7	
l	Gastona /derrocha	1	2	3	4	5	6	7	Austera	7	
m	Líder	1	2	3	4	5	6	7	Seguidor	7	
n	Tradicional	1	2	3	4	5	6	7	Moderno	7	
o	Inflexible	1	2	3	4	5	6	7	Adaptable/Flexible	7	

IX. CARACTERÍSTICAS DE LOS DUEÑOS Y EMPLEADOS

Muchas gracias, solo faltan pocas preguntas sobre la empresa y sobre el personal que labora aquí. Vamos a empezar con el dueño: Preguntar Y anotar en cuadro los códigos que corresponden.

51. *Cuál es la edad en años cumplidos? Anote. 52. Y es hombre o mujer. (Observación). 53. ¿Este empleado es familiar suyo? 54. ¿ y cuál fue el último año de estudios que aprobó o ganó? ; Ninguna.....0 Primaria incompleta.....1 Prim. Completa.....2 Secundaria incompleta.....3 Sec. completa.....4 Superior Incompleta.....5 Sup. Completa.....6 55. Puesto: Ventas1 Producción.....2 Administración/comtabilidad.....3 Mensajero/distribución/repartidor.....4 56. Está registrado en Seguro Social por la empresa? Sí.....1 No.....2 57. Y Es asalariado o no recibe pago: Asalariado.....1 No recibe pago.....2*

	Posición trabajo	51.Edad	52. Género Masc Fem	53. Familiar Sí No	54.Educación*	55.Puesto ocupa	56. Reg. seguro Sí No	57.Pago As No as.	
a	Dueño		1 2				1 2	1 2	
b	Empleado1		1 2	1 2			1 2	1 2	
c	Empleado2		1 2	1 2			1 2	1 2	
d	Empleado3		1 2	1 2			1 2	1 2	
e	Empleado4		1 2	1 2			1 2	1 2	
f	Empleado5		1 2	1 2			1 2	1 2	
g	Empleado6		1 2	1 2			1 2	1 2	
h	Empleado7		1 2	1 2			1 2	1 2	
I	Total:								
58	<i>Y en cuanto a la lectura de periódicos: lee usted algún periódico tres o mas veces por semana? No.....1 Sí. Cuáles?..... No lee.....0</i>								
59	<i>Y ve usted telenoticieros, también tres o más veces por semana? Sí:.....1 NO.....2 (Irregular)0</i>								
60	<i>Y cuenta usted con los siguientes implementos como apoyo para su trabajo? Rotar lectura: Marque cña.</i>								
	1	2	3	4	5	6	7		
	Teléfono fijo.....1	Teléfono celular.....2	Computadoras.....3	Acceso a Internet.....4	Periódicos.....5	Maquina registradora/ventas.....6			

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y LE RECUERDO QUE TODA SU INFORMACIÓN ES TRATADA CONFIDENCIALMENTE.	
<p><i>Cualquier consulta puede comunicarse al teléfono 220-4101, en nuestras oficinas (cid@cidgallup.com). Recuerde agradecer y decir que pueden llamar o visitarlo para supervisar su trabajo, que por favor conteste igual que como lo hizo.</i></p>	
<p><i>Entrevistador:</i> Certifico y juro que todo lo aquí anotado fue lo que dijo el entrevistado quien fue seleccionado de acuerdo al segmento y a las normas y cuotas establecidas por CID/Gallup</p>	<p>1</p>
<p>Firma: _____ c.i. _____ Firma: Sí.....1 No.....0</p>	<p>1</p>
<p>Certifico que este trabajo lo he revisado, es de la calidad que exige CID/Gallup y autorizo su pago:</p>	<p>1</p>
<p><i>Supervisor aprueba pago:</i> _____ Código: _____ No.....0</p>	<p>1</p>
<p>a Codificador #: _____ b: Digitador _____</p>	<p>a b</p>

Oma/eh/oit.

Este libro se terminó de producir
en el mes de agosto del 2008
en los talleres gráficos de
EDITORAMA S.A.
Tel.: (506) 2255-0202
San José, Costa Rica

Nº 19,590

Página | blanca

Página | blanca