



Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Una contribución a la mejora de los sistemas de
información y el desarrollo de las políticas públicas

gtz



NACIONES UNIDAS

CEPAL



Centro Regional de Promoción de la MIPYME

Publicado por:
Deutsche Gesellschaft
Für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH
-cooperación técnica alemana-

Apto. Postal 755
Bulevar Orden de Malta, Edificio GTZ
Urbanización Santa Elena,
Antiguo Cuscatlán, La Libertad
El Salvador, C.A.
T +503 21 21 51 00
F +503 21 21 51 01
L www.gtz.de/elsalvador

Coordinador de la publicación:
Dr. Stephan Heieck
Director Programa DESCA/GTZ

Coordinación técnica:
Juan Duch Flores
Asesor Técnico, Programa DESCA/GTZ

AUTORES:

Este documento fue preparado por Mariano Alvarez,
consultor de la GTZ-DESCA El Salvador y
de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL);
y José E. Durán Lima, Oficial de Asuntos Económicos de la
División de Comercio Internacional e Integración de la Comisión Económica
para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Los autores agradecen los comentarios y aportes de Brenda Sciepora (Consultora de PlaNet Finance Argentina);
y Carlo Ferraro (Oficial de Asuntos Económicos de la División de Desarrollo Productivo y Empresarial de CEPAL).

San Salvador, Diciembre de 2009.



Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas

Índice

ÍNDICE.....	2
SIGLAS, ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS	4
PRÓLOGO Y PREFACIO	5
ACERCAMIENTO A LAS MIPYMES	7
Importancia.....	7
Su relación con las Grandes Empresas.....	8
Evolución histórica	9
Su relación con el éxito económico	13
Sobre el estudio de las MIPYMES y sus desafíos.....	14
Estadísticas.....	14
Falta de datos.....	15
Comercio ambulante y hogareño	16
Medidas no estándar.....	17
La informalidad del sector	17
Los acuerdos comerciales y el monitoreo MIPYME.....	18
Definiciones	19
Globales y estáticas	19
Incoherencias internas	20
Abusos de la categoría	21
Las condicionantes en un mercado común	22
Aproximaciones en la literatura	23
Las definiciones en América Latina, Estados Unidos y la Unión Europea	25
Criterios para una definición transversal.....	28
Clasificación	29
Autoempleo–empleadoras.....	30
Propiedad del capital.....	31
Establecimiento.....	32
Urbana–rural	33
Formal–informal.....	33
Orientación e intensidad productiva	34
Determinantes del tamaño	34
Tecnología	35
Costos de transacción	35
El mercado.....	36
“Ciclo de vida” de las empresas	36
APORTE ECONÓMICO DE LAS MIPYMES	38
Las ventajas de las MIPYMES	38
Competitividad	38
Conocimiento e Innovación.....	39
Adaptación y especialización flexible	40
Reducción de la pobreza	41
Integración Económica	41
Redes.....	42
Clúster	42
Proyectos territoriales.....	43
La Integración vertical	43
Articulación exportadora	45
Modos de articulación con las GE	45

Áreas que definen la internacionalización	46
El éxito exportador, sus condicionantes y resultados	47
Canales de comercialización.....	48
Determinantes internos y nacionales.....	49
AMENAZAS Y OPORTUNIDADES	50
Principales problemas y amenazas	50
Problemas generales	51
La visión y cultura empresarial	51
La competencia externa y el tipo de cambio.....	52
Las fuentes de financiamiento	53
Falta de conocimiento de la legislación.....	54
Vulnerabilidad	54
Los desafíos de la globalización.....	55
Oportunidades	55
Desde el gobierno	56
Desde el sector privado.....	57
La academia.....	59
Las tecnologías de la información y comunicación y el comercio electrónico	60
El acceso a recursos de financiamiento.....	62
INDICADORES	64
Línea de base y el monitoreo de las MIPYMES	64
Análisis de estructura	65
Índice de poder negociador.....	66
Índice de valor agregado de las MIPYMES.....	68
Eficiencia de los trabajadores.....	69
Índice diferenciado de productividad.....	70
Coeficiente de internacionalización de las MIPYMES.....	71
Índice de Herfindhal aplicado a MIPYMES.....	71
Especialización de la empresa según intensidad de empleo	74
Indicador de performance exportadora	74
Indicador del éxito exportador.....	75
Base exportadora sobre la base productiva	79
Distribución espacial de las MIPYMES exportadoras.....	79
Contribución al PIB	80
Convergencia de los salarios (aporte al ingreso)	80
Ocupación MIPYMES en la población activa	81
Capacidad de gestión de comercio exterior	81
Propensión marginal a exportar	82
Certificados de calidad por país, región y sector	83
Indicador de capacidad innovativa del agente	84
RELEVAMIENTO DE DATOS.....	85
Modelo de formulario para relevamiento de datos	85
Obstáculos	91
Medidas de confidencialidad	92
BIBLIOGRAFÍA	95

Siglas, acrónimos y abreviaturas

AI	Actividades de Innovación
CAC	Cooperativas de Ahorro y Crédito
CENPROMYPE	Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CONAMYPE	Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
CROCIS	Centro Regional de Comercio, Industria y Servicios
FIDEG	Fundación Internacional para el Desafío Económico Global
FMI	Fondo Monetario Internacional
GE	Gran Empresa
IED	Inversión Extranjera Directa
IMF	Instituciones de Microfinanzas.
IPE	Iniciativas Pro-Exportadoras
LBM	Libro Blanco de la Microempresa
MIPYME	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MIPYMES	Micro, Pequeña y Mediana Empresas
MIPYMEX	Micro, Pequeña y Mediana Empresa Exportadora
MyPE	Micro y Pequeña Empresa
ONG	Organización No Gubernamental
PAE	Programas de Articulación Exportadora
PEA	Población Económicamente Activa
PRB	<i>Population Reference Bureau</i>
PyME	Pequeña y Mediana Empresa
REDCAMIF	Red Centroamericana de Microfinanzas
REDCOM	Red Costarricense de Organizaciones para la Microempresa
REDMICROH	Red de Instituciones de Microfinanzas de Honduras
RSE	Responsabilidad Social Empresarial
SBA	<i>Small Business Administration</i>
SCN	Sistema de Cuentas Nacionales
TIC	Tecnología de la Información y las Comunicaciones
TLC	Tratado de Libre Comercio

Prólogo

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Adicionalmente, representan una cuota importante en el tejido empresarial de los países; así en el istmo centroamericano se estima que la MIPYME representa más del 90% de la estructura empresarial de la región; si bien es cierto que los estudios difieren en la estimación de la contribución al Producto Interno Bruto, se estima que en promedio contribuyen con el 20% del PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%.

Otro aspecto relevante a considerar es que en países como los centroamericanos el mayor porcentaje de las empresas está orientado al mercado local, principalmente a actividades comerciales y en segundo lugar industriales. Según el Centro del Comercio Internacional (CCI), tan sólo entre un 5% y un 10% de las empresas se dedican a actividades de exportación; lo cual ubica a las MIPYME como una fuente de empresas a internacionalizar para que aprovechen los potenciales beneficios del mercado centroamericano como de los mercados internacionales, cuya acceso se están facilitando con los procesos de negociación de acuerdos comerciales.

Del contexto anterior se deduce que la MIPYME constituye un eje importante de desarrollo para las economías latinoamericanas, especialmente para las centroamericanas, por lo que el desarrollo de políticas, programas, instrumentos y herramientas innovadoras para su promoción son de vital importancia para mejorar la competitividad de las mismas.

Es en ese sentido que CENPROMYPE, como organismo especializado del Sistema de la Integración Centroamericana que tiene como misión contribuir a mejorar la competitividad y el entorno de políticas para las MIPYME centroamericanas a través de la facilitación de procesos innovadores de gestión pública y privada, presenta, el “Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas”, como una herramienta de trabajo que permitirá a los gobiernos, academia y sector privado un amplio conocimiento de dicho estrato empresarial.

El manual presenta información valiosa sobre la definición de la MIPYME, el aporte económico, amenazas y oportunidades para las mismas; así también hace un aporte a la creación de indicadores para el seguimiento del desempeño y competitividad de las empresas; propone un modelo de formulario para el levantamiento de datos que permitan instrumentalizar los indicadores y generar información que puedan orientar mejor las políticas para la MIPYME.

Ponemos a disposición este documento, esperamos que sea de mucha utilidad para los hacedores de políticas públicas, para CENPROMYPE constituye un documento base para la elaboración del Sistema Regional de Información MIPYME, que será un esfuerzo articulado con la Secretaría de Integración Económica Centroamericana y la Secretaría General del SICA.

Finalmente, agradecemos el empeño, interés y asistencia técnica en la elaboración del manual a la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) en la elaboración del manual y al Programa Regional de Desarrollo Económico Sostenible en Centroamérica de la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GTZ/DESCA).

Ingrid Figueroa de Santamaría
Directora Ejecutiva de CENPROMYPE

Prefacio

Hoy en día el reclamo de condiciones marcos propicios para el desarrollo de la MIPYME no puede faltar en ningún discurso político serio.

Este hecho contrasta con la poca información que generalmente se tiene de los heterogéneos sectores que forman la MIPYME.

La deficiencia notable de datos confiables y las inconsistencias estadísticas no permiten evaluaciones proactivas de los impactos de las políticas de fomento aplicadas. Esta observación vale en mayor grado para los países en vía de desarrollo y especialmente para las pequeñas economías de Centroamérica.

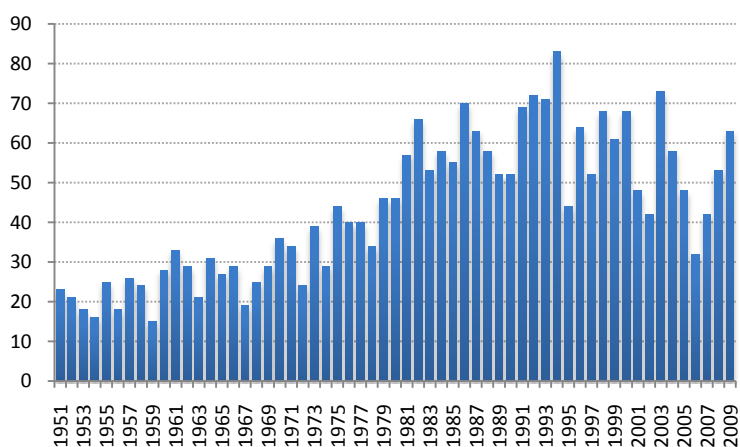
Este documento busca hacer una contribución al desarrollo de las estadísticas y a la vez sugerir posibles indicadores de medición como vías alternas de mejoramiento que se podrían implementar. Esperamos que sirva además como insumo para un observatorio, y las discusiones alrededor de un mecanismo de medición de impacto de un Acuerdo de Asociación entre CA y la UE sobre la pequeña y mediana empresa centroamericana. El diseño e implementación de tal objetivo es una línea de trabajo entre el Consejo MIPYME Centroamericano (CMC) y el Centro Regional para la Promoción de la Pequeña y Mediana Empresa de Centroamérica (CENPROMYPE), asesorado por CEPAL y la Cooperación Técnica Alemana (GTZ).

Stephan Heieck
Director de Programa DESCA-GTZ

Acercamiento a las MIPYMES

Durante los últimos cincuenta años, el estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) ha levantado grandes debates e intereses políticos, aunque si bien la preocupación por la MIPYMES no ha estado presente de manera predominante en la teoría económica que acompañó dicho proceso, desde mediados de los ochenta las MIPYMES comienzan a tener un mayor predominio en el imaginario colectivo. Basta como ejemplo la evolución del número de noticias sobre PyMEs que aparecieron entre 1951 y 2008 en el New York Times (véase el gráfico 1). Hoy en día estas empresas son indiscutiblemente consideradas un componente central de la economía de los países.

Gráfico 1 – Noticias sobre PyMEs¹
(Noticias por año)



Fuente: autores sobre New York Times (2009).

Pese al aumento del análisis del sector, este no ha estado ajeno a inconvenientes, tanto desde el ámbito metodológico como del teórico y empírico, mucho se ha escrito acerca de las MIPYMES, de cómo enfocar políticas públicas efectivas hacia su promoción y evaluación, así como explicaciones de su origen y tamaño. En este primer capítulo intentaremos un acercamiento al sector, desde una perspectiva histórica analítica que contemple como punto de partida los trabajos realizados hasta aquí por los académicos y especialistas en el tema.

Importancia

Uno de los principales inconvenientes en el análisis del sector MIPYME es que se suele considerar a las empresas en forma individual, enfoque en el que las empresas aparecen aportando muy poco a la economía. Cabe destacar dos puntos: 1) Hay cierto consenso en que los estudios sobre MIPYMES deben siempre realizarse tomando en cuenta la dimensión completa del sector y su aporte como un todo articulado a la economía, único modo en que se capta de mejor forma el real aporte de las MIPYMES tanto a la economía como a la sociedad; 2) Si se analiza a la MIPYME individualmente, es recomendable priorizar un enfoque que considere la economía comunitaria más que el todo nacional, pues es en el

¹ Los datos fueron recogidos a través de una búsqueda en el sitio Web, definida de acuerdo a los siguientes parámetros:

Criterio de búsqueda: "small and medium";

Período de búsqueda: 01/01/1951 a 15/11/2009.

ámbito comunitario donde la misma cuenta con el potencial para realizar su principal aporte, tanto como empleador o como inversor en la comunidad, acumulando así cierto poder colectivo. Esta característica del sector es difícilmente cuantificable, ya que muchos de sus aportes no tienen relación directa con su negocio, bajo una lógica de responsabilidad social empresarial, e inclusive son conducidos por la esposa del propietario de la MIPYME (Spence & Schmidpeter, 2003), de manera independiente con la administración de la firma.

Su relación con las Grandes Empresas

Un error recurrente en algunos trabajos del área, y que conviene resolver, es aquel referido a la asimilación de las MIPYME a las GE, criterio no muy acertado²; resulta imperante distinguirlas de la teoría de las grandes empresas. Las MIPYMES no son versiones de GEs de menor tamaño, pues su dinámica y organización interna es distinta, así como también su dinámica empresarial, la forma de relacionarse con los agentes económicos, con los proveedores y compradores, e inclusive con los empleados. Las MIPYMES son un fenómeno aparte de las GEs y deben ser estudiadas como tal³.

Una de las aproximaciones tradicionales al porqué no pueden ser tratadas como agentes económicos de menor tamaño, es la de Yoguel (1998), quien indica que la principal barrera que diferencia a las MIPYMES de las GEs es que tanto la propiedad como la dirección de las primeras recaen sobre su dueño, lo que las convierte, principalmente, en empresas familiares, cuya interpretación del mundo no es profesional y hace que las decisiones que se toman estén más relacionadas con las visiones del propietario que con estudios y estrategias empresariales sobre el desarrollo de la empresa.

Coviello y Martin (1999), por su parte, agregan que las MIPYMES enfrentan problemas relativos a su tamaño, los mismos que son ajenos a las GEs. Estos se ven reflejados en la imposibilidad de realizar economías de escala al interior de la empresa, reduciendo los costos fijos de producción y/o los precios de los productos finales, a fin de aumentar la competitividad⁴. A lo que se suma que, envueltos en una rauda competencia con las GE, los microempresarios se ven a menudo en la necesidad de vender con bajos márgenes de ganancia por sobre los costos de producción. En la misma línea, Beck, Demirgüç-Kunt y Lavine (2005) resaltan el problema de los costos fijos, que no pueden ser reducidos sin economías de escala.

Es importante notar que las visiones expuestas están sujetas a ciertas limitaciones. Así, el planteamiento de Yoguel, puede ser discutido desde la óptica de las medianas empresas y desde el tipo de definición que se utilice para las MIPYMES (veremos esto más adelante). De la misma forma, la imposibilidad de realizar economías de escala o compras al por mayor fue solucionado, desde el ámbito teórico al menos, a través de las Redes y Clúster. No obstante, la teoría sostiene que debe haber una separación conceptual, debido a que las MIPYMES efectivamente responden a una lógica distinta a la de las GEs. Como ejemplos de dicha distinción se cita: que los microempresarios de economías hogareñas no

² Por ejemplo Aybar, Casino y López García (2001) intentan hacer un estudio comparativo entre PyMEs y GEs, lo cual les genera serios problemas metodológicos.

³ Esto ha sido investigado en profundidad por autores como Holliday (1995), quienes han demostrado que las MiPyMEs son distintas de las GEs tanto en su estructura como en sus funciones y características sociales.

⁴ Las GE pueden distribuir sus costos fijos entre las muchas unidades producidas. A mayor escala menor costo unitario y más ventajas competitivas dan pie a mayores márgenes de beneficio.

siempre distinguen entre la contabilidad de su firma y de su hogar, y que el surgimiento de la MIPYME responde mucho más a consecuencias de una crisis económica y horizontes temporales de corto plazo que a un raciocinio empresarial⁵.

Ahora, el separarlas conceptualmente de las grandes empresas genera una nueva discusión, que se centra en cuál es el lugar de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en la economía. Existen estudios que presentan contra argumentos respecto de los beneficios de las MIPYMES. Por ejemplo, entre los principales puntos que se mencionan, se destaca que los trabajos ofrecidos por el sector no son de calidad y no crean expectativas a futuro; y que las firmas del sector no son eficientes para enfrentar las barreras de entrada y salida del ambiente de negocios.

Beck, Demirgüç-Kunt y Lavine (2005) dan luces en relación a que los argumentos en contra del sector se basan en estudios de casos particulares y en un pequeño número de MIPYMES, por lo que no pueden ser considerados como verdaderos análisis sobre el universo del sector; esto, en parte, porque no existe información estadística internacionalmente comparable como para realizar dichas investigaciones, por lo que conclusiones de aquella índole son apresuradas y carecen de fundamento empírico sostenible.

Evolución histórica

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, si bien no son un fenómeno de nacimiento reciente, despiertan cada vez más interés, tanto en el ámbito académico como en el de la opinión pública; al punto que Verheuegen las considera “el motor de la economía europea” (Comisión Europea, 2005, pág. 2); pero esto no siempre ha sido así, y es necesario saber cuál es el camino que nos ha traído hasta aquí.

Aún dentro del presente concierto de trabajos sobre el tema, la postura según la cual los economistas nunca han prestado demasiada atención al fenómeno continúa estando vigente (Di Tommaso & Dubbini, 2000); no obstante, dicha observación es más afín a las décadas del cincuenta, sesenta y setenta, en que el enfoque económico predominante (en materia empresarial) era el de la producción en serie, siguiendo aquel modelo de industrialización caracterizado en los Estados Unidos por Henry Ford; así, cualquier forma de organización fabril distinta al *fordismo* era considerada como ineficiente y por lo tanto excluida del análisis detallado; especialmente por ser considerada ineficiente en la intensidad de utilización de las energías.

“La asociación positiva entre tamaño de la planta y la productividad de la mano de obra en un esquema de uso intensivo de la energía fue el elemento decisivo que justificó el predominio de las firmas grandes en la organización de la producción” (Yoguel, 2005, pág. 94).

A pesar de la poca importancia que los teóricos asignaban al fenómeno de las MIPYMES, éste existía y era constatado en la realidad económica de los países, sin embargo, la teoría económica de las décadas anteriores a los ochenta consideraban a las MIPYMES como signo de sub-desarrollo económico (Kaufmann & Tesfayobannes, 1997), como si las empresas de menor tamaño estuviesen envueltas en un estadio de crecimiento menor que las grandes empresas, estableciendo con la dimensión de estas una

⁵ No obstante lo cual los microempresarios han demostrado un experto manejo de su arte –aun sin estar formalmente capacitados– y obtener mayores ganancias en dicha modalidad que en relación de dependencia.

relación directa con la evolución de la economía nacional; por lo tanto, las MIPYMES estaban destinadas a desaparecer una vez que el país se desarrollase, siguiendo el curso natural de la evolución económica.

Una gran condicionante de este enfoque era que la producción en serie requiere grandes mercados de bienes primarios a precios módicos, a la vez que importantes plazas de consumo para el producto final, dentro de un sistema keynesiano –muchas veces fabricado políticamente– para equiparar la producción con el consumo (Schmitz, 1993). Esta relación era encontrada en los países industrializados, pero no tanto en los países en vías de desarrollo. Tal característica llevó a reforzar la idea de que las PyMEs se daban con frecuencia en países poco industrializados, donde el desarrollo de las grandes empresas era más complejo por las limitaciones propias de la ausencia de escalas en las pequeñas empresas en mercados muy estrechos.

El paradigma dominante de las grandes empresas y la división del trabajo de acuerdo al *fordismo* llevó a debates como el presentado en Italia, donde el norte desarrollado era foco de grandes empresas, mientras el sur empobrecido lo era de MIPYMES, y en ambos casos, el tamaño era signo de dicha condición (CEPAL, 1988). Esta correlación sería rebatida desde el punto de vista sociológico, años más tarde, por el concepto de “Capital Social” (Putman, Leonardi, & Nanetti, 1993), el cual daba una explicación distinta al porqué del desarrollo diferenciado de las regiones de Italia. No obstante se mantenía la creencia de que el desarrollo y la sustentabilidad económica solo eran alcanzables a través de la industrialización a gran escala y las grandes empresas.

A mediados de los cincuenta las ventajas de las MIPYMES ya eran bien conocidas. Así se resaltaba el trabajo intensivo en mano de obra, su adaptabilidad, la utilización de factores productivos locales, y reducción de la dependencia de las importaciones (Späth, 1993), como los beneficios más importantes. Aún así, se consideraba que las empresas de menor tamaño eran solo transitorias y podían ser útiles únicamente en países que se encontraban iniciando el proceso de industrialización, el cual requeriría, eventualmente, la conformación de grandes empresas de producción en serie.

Las empresas de menor tamaño no encontraban lugar dentro del sistema de producción en serie, no debido a las características que este requería de los obreros [las cuales eran reducidas] sino a la ausencia de inversión que implicaba la adquisición de los bienes de capital necesarios para llevar a cabo la producción en masa. Esta incompatibilidad jugó desde un principio en contra de considerar a las MIPYMES como un fenómeno plausible de ser incorporado a las economías industrializadas. Tal sesgo se mantuvo hasta la aparición de los conceptos de red y clúster empresarial.

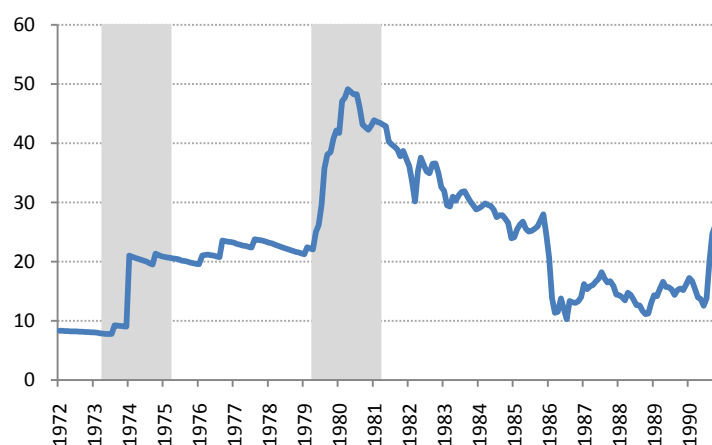
Ya entre los sesenta y setenta existían dos puntos de vista confrontados sobre la realidad del fenómeno, por un lado la postura “tradicional” de la industrialización, que continuaba considerando a la MIPYME como signo de un sub-desarrollo, de un país que se encontraba todavía en etapas previas a la industrialización necesaria para desarrollarse. Pero por otro lado, comenzaba a surgir la noción de que en ellas descansaba la clave para un desarrollo industrial sin los males sociales del *fordismo* (CEPAL, 1988).

En la misma época se dio un primer giro en torno al estudio de las MIPYMES, y se vio su confrontación con las grandes empresas en términos de “formalidad”; mientras las segundas se encontraban

legalmente constituidas, con beneficiosos incentivos gubernamentales, leyes laborales para los empleados y demás; las primeras permanecían sumergidas en la informalidad dada por el carácter “familiar” de la empresa. De esta forma, se solía denominar a la MIPYME como el “sector informal” o la “economía sumergida”⁶.

A este primer giro se suma que las micro, pequeñas y medianas empresas, una vez presentada la primera crisis del petróleo y aumentados los precios de los insumos energéticos (véase el gráfico 2) – piedra de toque del enfoque *fordista* centrado en el uso intensivo de la energía–, se mostraron como el sector capaz de palear la crisis, aún sin ayuda gubernamental (Späth, 1993).

Gráfico 2 – Precios de Petróleo⁷
(Dólar constante por barril)



Fuente: autores sobre Economagic.com (2009) y Bureau of Labor Statistics (2009).

Para mediados de la década de los setenta, y a razón de la mencionada crisis, se produce un segundo giro en el enfoque, ya de características más definitivas, a partir de que la Organización Internacional del Trabajo empieza a recomendar que los países del “tercer mundo” ayuden a las MIPYMES, otorgándoles mayores incentivos y generando políticas de promoción (Organización Internacional del Trabajo, 1972). Entra entonces en el debate público la preocupación por las MIPYMES de forma más definitiva y organizada.

A partir de las crisis de los setenta y ochenta se había puesto en jaque el paradigma vigente y entonces comienza a debatirse el modelo de producción en masa del *fordismo* en términos del nuevo paradigma, al que se denominó “Especialización Flexible” y que se asentó sobre las bases de estructuras menos rígidas y más adaptables; uno de cuyos puntos de partida fue el estudio de las pequeñas empresas en Italia (Schmitz, 1993).

⁶ En estudios más recientes se empezó a diferenciar entre las empresas que se encuentran en la informalidad y las que pertenecen a la economía sumergida, debido a que las segundas están inmersas en cierta ilegalidad, mientras que las primeras se encuentran en una situación transitoria no deseada.

⁷ El gráfico fue elaborado sobre la base de la canasta *West Texas Intermediate* de los Estados Unidos, y posteriormente deflactado por el Índice de Precios al Consumidor sin Energía de dicho país.

Pionero en esta área es el libro “*The second industrial divide: Possibilities for prosperity*”⁸ de Piore y Sable (1984), en el cual se establecía que el deterioro de la economía de la época se debía a las limitaciones del modelo de producción en masa y que por ello se debía de cambiar a un modelo más adaptable, lo cual implicaba cambiar el sistema de uno de producción en serie con obreros semi-capacitados, a otro más innovador y flexible, compuesto por obreros capacitados y maquinaria fácilmente adaptable a los cambios continuos. Queda claro que tal enfoque se alejaba de las rígidas estructuras acumuladas por la mayoría de las tradicionales grandes empresas de la época.

Ahora, es importante destacar que si bien la especialización flexible ayudó a propulsar a las MIPYMES dentro del escenario económico, economías de pequeña escala y especialización flexible no son sinónimos. El nuevo paradigma ayudó a las MIPYMES combatiendo al *fordismo* a favor de una organización con mayor adaptación, lo cual implicaba el reemplazo de estructuras rígidas y costosas de capital instalado; pero esto no necesariamente es un argumento a favor de las firmas de menor tamaño. Si bien ambos –el nuevo paradigma y las MIPYMES– han tenido un auge simultáneo, esto se debió fundamentalmente a un enemigo común, el *fordismo*, y no tanto a características compartidas entre ambos.

De hecho, es factible la implementación del paradigma de la especialización flexible en grandes empresas, ya que lo que éste indica es una forma de relación, que no tiene necesariamente que ver con el tamaño de la firma; si bien existe una diferencia y es que en las grandes empresas la especialización flexible se da como descentralización interna, mientras que en las pequeñas es la forma en la que éstas se relacionan con otras firmas (Schmitz, 1993), queda claro que no es un paradigma excluyente de las GEs ni centrado en las MIPYMES.

En los ochenta, y con la aparición del mencionado paradigma *post-fordista* de uso intensivo en información y conocimiento (Yoguel, 2005), se produce un aumento en el interés por las MIPYMES, ahora vistas como agentes de este cambio, debido a que el menor tamaño de estas empresas es considerado como signo de una mayor capacidad de adaptación e innovación.

A lo anterior se sumaba que habían logrado capear la crisis de los ochenta, demostrando una tendencia recesiva menor que la de países como Argentina, al tiempo que creaban empleo⁹, en parte gracias a su flexibilidad, pero también a la informalidad del sector y su potencial para absorber la fuerza laboral desechada por el sector formal (Späth, 1993); esto contribuyó a que las MIPYMES, antes vistas como signo negativo de la economía, empezasen a ganar respeto entre los economistas, no por su fortaleza en tiempos ordinarios, sino por su capacidad de subsistencia en época de crisis (Schmitz, 1993).

Esta correlación fue reforzada con estudios¹⁰ que propulsaban a la microempresa rural como el instrumento de rescate de la población campesina en situación de pobreza; elevando los ingresos y mejorando la calidad de vida de los habitantes del campo, allí donde las grandes industrias no llegaban, o lo hacían con un esquema productivo que no contribuía al mejoramiento de la situación de la población rural.

⁸ La segunda brecha industrial: Posibilidades para la prosperidad (traducción libre de los autores).

⁹ Ver Milesi y Yoguel (2001).

¹⁰ Ver Parra Escobar (2000).

A partir de entonces, y bajo el nuevo paradigma, las pequeñas firmas empiezan a ser consideradas como eficientes, flexibles y dinámicas (Späth, 1993), especialmente por países en desarrollo, que necesitaban firmas adaptables que lograsen sobrevivir a los efectos exteriores de las crisis; no obstante, su estudio no prosperó de igual forma, sino hasta que fue tomado por los países industrializados (Schmitz, 1993).

En 1994 el Banco Mundial entrega tres argumentos centrales que apoyaban la política de ayuda hacia el sector PyME: el primero era que favorecían la competencia y el emprendimiento, aumentando los beneficios de una economía flexible, a través de su eficiencia e innovación. El segundo, que las PyMEs eran más productivas que las GE, pero que no eran apoyadas por el sector financiero, haciéndose necesaria la ayuda estatal. Finalmente, la evidencia empírica demostraba que las PyMEs eran más funcionales al empleo que las GEs, debido a que las primeras son intensivas en mano de obra, mientras que las segundas lo son en maquinaria (Beck, Demirgüç-Kunt, & Lavine, 2005).

En América Latina el ambiente en que comenzaron a desarrollarse las PyMEs fue muy particular ya que se presentaba como cerrado al mundo, con una baja competencia y una alta incertidumbre económica (Yoguel, 1998), que respondía al esquema de Industrialización por Sustitución de Importaciones (modelo ISI), lo cual conllevó a una configuración particular de estas pequeñas firmas, que se debieron enfrentar, en la década de los noventa, a la liberalización de mercados y la apertura al comercio internacional, lo cual generó una ardua competencia económica.

A principios de los noventa se realizaron varios estudios de microeconomía, destinados a identificar los desafíos a los que las PyMEs se enfrentarían en el nuevo escenario marcado por el cambio de régimen y marco regulatorio; y si bien se encuentran excepciones particulares, las PyMEs enfrentan un fuerte desafío competitivo debido a la apertura económica y las reformas estructurales, que si bien disminuyeron la incertidumbre, posibilitaron la aparición de nuevos competidores (Yoguel, 1998).

Al mismo tiempo que la liberalización del comercio pareciera tener efectos de polarización entre las distintas áreas productivas de las MIPYMES; el efecto del proceso sobre el desempeño del sector pareciera no haber sido tan chocante. Así, autores como Peres y Stumpo (2002) indican que la evidencia empírica se encuentra lejos de poder sustentar afirmaciones sobre que las PyMEs haya resultado perdedoras del proceso de liberalización de los noventa.

Su relación con el éxito económico

Es importante destacar que si bien el cambio de paradigma, revisado anteriormente, reorienta la interpretación de la existencia de las MIPYMES, alejándola de aquella primera intuición de verlas como signo de sub-desarrollo industrial de las economías; esto no debe conducirnos a una reinterpretación, también errónea, que las tome ahora como causa del éxito económico de un país. Lo que el nuevo modelo nos está indicando es que las MIPYMES pueden ser consideradas como una característica de las economías exitosas, pero no necesariamente como una causa exógena de ellas (Beck, Demirgüç-Kunt, & Lavine, 2005).

Lo mismo puede ser dicho respecto del tamaño del sector, su aumento es factible de ser interpretado como carácter de éxito económico, pero no así como causa del mismo (Ayyagari, Beck, & Demirgüç-Kunt, 2007); lo que implica que la multiplicación de empresas de menor tamaño no es una política que

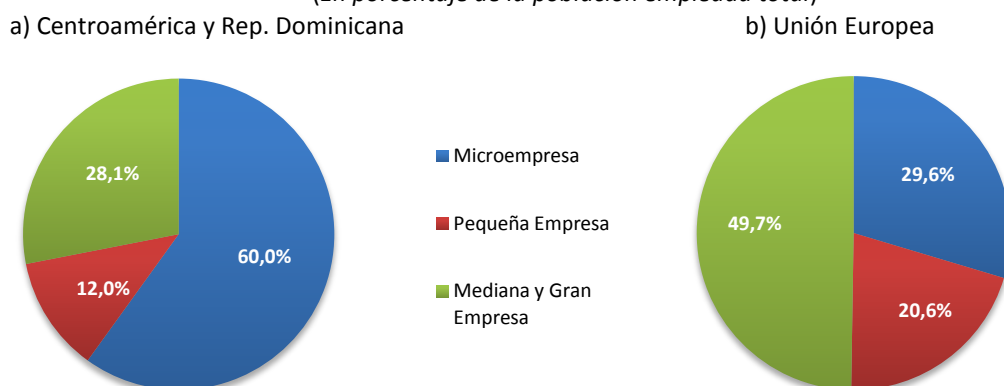
por sí conlleve al desarrollo; pero sí dice que las políticas que conduzcan al desarrollo, eventualmente, harán incrementar el tamaño del sector MIPYME.

Sobre el estudio de las MIPYMES y sus desafíos

El interés por el desarrollo del sector y las explicaciones acerca de su surgimiento y tamaño han despertado una gran cantidad de trabajos y análisis en distintas direcciones y diversos fundamentos y enfoques; desde aquellos que analizan sub-sectores al interior de los países, hasta los que esbozan cortes transversales a una región o el Mundo, en un intento por elaborar teorías comprensivas de la MIPYME.

A la luz de la revisión de dichos estudios del fenómeno de las MIPYMES, el presente manual recomienda ciertas precauciones y advertencias sobre las limitaciones de los mismos; cualquier análisis del sector, especialmente a nivel internacional y más aún comparado, enfrenta desafíos de tres tipos: estadísticos, de definición y de clasificación. El presente capítulo tiene por objeto revisar dichas barreras y proponer soluciones en formato de estándares, a fin de enfrentar el problema en estudios futuros y posibilitar el desarrollo teórico comparado a nivel general.

Gráfico 3 – Empleados por tipo de empresa
(En porcentaje de la población empleada total)



Fuente: autores sobre Organización Internacional del Trabajo (2008, p. 36) y Comisión Europea (2008, p. 8).

Estadísticas

El interés por la MIPYME y la compilación de estadísticas para su análisis es relativamente reciente. Sin embargo, de los estudios revisados se advierte la falta de series y datos históricos, pero los problemas estadísticos no se reducen a la investigación pasada; dentro de los inconvenientes más relevantes existen cuatro grandes ámbitos, el primero, y más grave, se relaciona con la falta de datos propiamente dichos; el segundo tiene que ver con la dificultad que presenta el comercio ambulante y hogareño; el tercero se acerca a la carencia de medidas estándar comparables; finalmente nos enfrentamos a la “informalidad” del sector.

Las barreras estadísticas arriba mencionadas, y que serán objeto de revisión de la presente sección, redundan todas en un mismo problema metodológico y que se repite en la literatura: los números aproximados¹¹. Así, la mayoría de los estudios sobre el sector recurre a muestras representativas del

¹¹ Esto se da con distintos grados de acervo metodológico, pero presenta siempre un sesgo.

universo o a cálculos estadísticos sobre la representación de éstas, o a estimaciones a partir de datos globales de estructura, que llegan a arrojar márgenes de error de grandes proporciones.

Es importante entonces buscar solución a los problemas estadísticos, a fin de reducir al mínimo la utilización de números aproximados, y maximizar el rigor científico y metodológico de los estudios a través de estadísticas sólidamente construidas y continuas en el tiempo.

La efectividad de las políticas públicas de fomento y ayuda al sector MIPYME estarán directamente atadas al nivel de conocimiento que se tenga del mismo y a la fidelidad de los datos con que se dispongan; el problema estadístico no es entonces menor, ni a los ojos de los estudios académicos ni a los de los diagramadores de políticas o los tomadores de decisión.

Construir muestras estadísticas de un sector, sin contar con un censo universal de la población, implica, necesariamente, incurrir en errores. No es posible determinar cuando un grupo de sujetos es representativo de la totalidad de individuos de un sector, si no se conoce a aquellos. La amplia mayoría de los estudios sobre la MIPYME recurren a encuestas sobre las mencionadas muestras representativas, pero sin que estas estén construidas con un sustento metodológico apropiado.

Falta de datos

El primer gran inconveniente con que se enfrentan los investigadores y diagramadores de políticas de MIPYMES es la falta de datos estadísticos que existe sobre el sector, la inconsistencia interna de estos y la dificultad de hacerlos comparables con otros países, a razón de lograr un grupo de control para el análisis. El problema ha sido ampliamente reconocido en la literatura, especialmente por quienes lo consideran como la raíz de la escasa investigación sistemática que hay sobre el desarrollo de las MIPYMES¹².

Asimismo existe un problema de continuidad en las series temporales, de forma que los estudios se basan muchas veces en datos que ya son, temporalmente, obsoletos por el devenir de la información. Así, si bien no se puede esperar censos económicos anuales, sí un *benchmark* que mantenga actualizado al investigador y permita estudios que reflejen mejor las condiciones actuales del sector, sin tener que hacer ponderaciones internas de estructura de los datos para conformar las bases¹³.

Otros autores como Ueki, Tsuji y Cárcamo Olmos (2005) señalan que inclusive las estadísticas nacionales se enfrentan a inconsistencias internas de los gobiernos, llegando a presentar discrepancias entre las filiales de estatales de un mismo país. Así, los números aproximados y muestras representativas de los distintos órganos de gobierno (como ser las Aduanas, el Banco Central y el Ministerio de Economía) pueden no coincidir o no ser complementarios.

En el caso donde las estadísticas nacionales existen, se observan dos obstáculos a superar en materia de datos, el primero se relaciona con las metodologías utilizadas por los distintos órganos, las cuales, en caso de estar queriendo obtener la misma información, debiera de ser similar o equiparable, a fin de no enviar a los tomadores de decisiones datos confusos. En segunda instancia, y cuando los datos son sobre

¹² Ver Ayyagari, Beck y Demirgüç-Kunt (2007).

¹³ Esto mismo es recogido como inconveniente por Macias (2008).

tópicos distintos, éstos debieran de ser complementarios, para lo que se necesita comunicación y coordinación entre las distintas agencias.

Pero inclusive aún donde existen datos a cierto nivel de detalle en la escala nacional, los mismos tienen sesgos sectoriales, por ejemplo las estadísticas venezolanas cuentan con información para empresas manufactureras del sector, pero no así para las comerciales o las que se desenvuelven en el área de los servicios (Hernández Fernández, 2007). Es importante coordinar los esfuerzos de recolección de datos, a fin de hacer uso eficiente de los recursos y relevarlos una sola vez para todas las agencias, y no que cada una se vea en la necesidad de incurrir en erogaciones que hubiesen podido ser evitadas y utilizadas para otras necesidades.

Comercio ambulante y hogareño

El sector, y en especial el componente de microempresa, suele presentarse como una entidad de características ambulantes (venta en la calle o prestación de servicios personales *in situs*), u hogareña (cuando utiliza el mismo espacio habitacional donde viven sus propietarios). En ambos casos, el resultado es la carencia de un emplazamiento propio de la empresa, un “local”.

Esta característica particular de la microempresa genera dos problemas estadísticos importantes, el primero es la dificultad de censar o encuestar un comercio que no permanece inmóvil en un mismo domicilio económico, sino que deambula por la ciudad, u opera directamente desde la residencia de sus propietarios, sin registrar a ésta como base de operaciones comerciales. De esta forma hay una buena porción de las MIPYMES que se escapa a los registros estadísticos por dificultades procedimentales en el relevamiento de datos.

Es importante realizar esfuerzos en dirección a obtener estadísticas lo más comprensivas posible; la herramienta más utilizada a fin de solucionar la carencia de datos sobre el sector ambulante u hogareño de las MIPYMES es incorporar preguntas de índole empresarial en los censos nacionales, a fin de identificar a las personas que utilizan dicha modalidad de trabajo.

El segundo inconveniente se presenta al interior de las legislaciones nacionales y es resaltado por López (2005) en el caso de El Salvador; en dicho país (al menos al momento de realización del mencionado estudio) la legislación consideraba, para el censo económico, solo a las microempresas con establecimientos; el resultado era un sesgo importante, que dejaba fuera a una parte importante del sector, pero ahora de forma intencional, y que López debió suplir utilizando otra fuente estadística.

El conflicto que se presentaba a los ojos de López era que un censo económico que podría haber recogido datos mucho más amplios del sector, no lo había hecho debido a rigidez normativas en la definición de la MIPYME.

Este inconveniente es factible de ser solucionado de manera mucho más sencilla que el anterior, ya que requiere de una reforma técnica a nivel normativo, donde se considere como perteneciente al sector MIPYME también a las firmas que, aún cumpliendo con los requisitos legales de clasificación (normalmente referidos a cantidad de personal y ventas totales anuales) no cuentan con un local.

Medidas no estándar

Una dificultad extendida aqueja a la capacidad de realizar estudios comparados; este problema se presenta no solo entre distintos países, donde aún cuando éstos cuenten con buenas estadísticas nacionales, con coherencia interna y representatividad sectorial, la clase de medidas utilizadas en los censos y su factibilidad de ser contrapuestas con las utilizadas en otros países es escasa. Sino que también existen problemas de capacidad de comparación de las estadísticas de un mismo país, referidas a distintos sectores de MIPYMES. Así, Coviello, Ghauri y Martin (1998) resaltan los problemas presentados al momento de analizar empresas del sector de comercio de bienes con las de comercios de servicios.

Este tercer inconveniente es también simple de solucionar a futuro, a través de una de dos vías: o la generación (como se propondrá más adelante) de una batería de indicadores estándar, o la aplicación de una misma encuesta (como se propondrá en el final del presente estudio) a todos los países, a fin de obtener datos brutos comparables y factibles de ser analizados bajo distintos patrones de estudio, y de acuerdo a las necesidades de cada investigador o formulador de políticas.

Se desprende que la combinación con mayores beneficios analíticos resultaría de la aplicación de la mencionada encuesta y el análisis de la misma bajo indicadores internacionalmente consensuados. De dicha forma los datos sobre los que se sentarían las bases ofrecerían un alto grado de homogeneidad metodológica, a la vez que los indicadores, al estar presentes en los diversos trabajos realizados sobre dicha información, generarían conocimiento acumulado, permitiendo así el desarrollo de teorías y políticas transferibles de país en país.

La informalidad del sector

Muy a diferencia de lo que se planteó en los primeros estudios sobre el sector, las micro, pequeñas y medianas empresas no son por definición informales¹⁴, pero sí gran parte de ellas se encuentra en la informalidad; diferencia conceptual muy importante al momento de establecer los puntos de partida de las políticas de apoyo y fomento; no estamos hablando de un sector que vive de dicha informalidad y que se transforma al salir de ella, sino de empresas que han encontrado –en ciertos casos– un nicho de desarrollo en la informalidad pero que no dejarían de ser MIPYME si salieran de ella.

No obstante, esta es quizás la mayor barrera estadística de las MIPYMES, debido a que es transversal a las demás y cuenta con dos componentes de dificultad; dados porque las empresas no están formalmente constituidas: el primero es que no figuran en ningún registro, lo cual complica su relevamiento; el segundo es que los propios empresarios temen responder las encuestas debido a la posibilidad de que los datos en ellas recogidos sean utilizados luego para castigarlas legal y/o fiscalmente.

En los primeros estudios realizados sobre el fenómeno, en especial los focalizados en Italia, también se denominó al sector como economía “sumergida”, término que venía a denotar no tanto la informalidad

¹⁴ Es importante notar aquí que el concepto de informalidad difiere del de ilegalidad. Una empresa se encuentra en una situación informal cuando, de forma transitoria, no se encuentra cumpliendo todos los requisitos legales, debido a que aquello sería incompatible con la subsistencia de la firma. Se resalta el carácter transitorio de la situación y que se incurre en informalidad debido a necesidades y no a opciones de los empresarios.

de las empresas como si su tendencia a operar fuera de los canales legales de comercio, contraponiéndola con el sector “formal”, constituido por las grandes industrias. Así, se caracterizaba al sector MIPYME como “empresas pequeñas y artesanales, las cuales no siempre utilizan los canales formales del mercado, y que aprovecha la abundancia relativa de recursos, particularmente en el mercado del trabajo” (CEPAL, 1988, pág. 61). A fin de probar la relevancia del sector, estos estudios contraponían la población empleada con la que se encontraba en los registros fiscales, descubriendo así una amplia proporción, de donde se infería la importancia de la economía “sumergida”.

La XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo de 1993 había definido al sector informal como el conjunto de unidades productivas que eran explotadas directamente por sus dueños; esto mantenía ciertos sesgos del paradigma del *fordismo*, ya que se basaba en la ausencia de división del trabajo y el capital.

“El activo fijo y otros valores no pertenecen a la empresa en sí, sino a sus propietarios. Las unidades como tales no pueden efectuar transacciones o celebrar contratos con otras unidades, ni contraer obligaciones en su propio nombre. Los propietarios tienen que reunir los fondos necesarios por su cuenta y riesgo y deben responder personalmente, de manera ilimitada, de todas las deudas u obligaciones que hayan contraído en el proceso de producción.” (Organización Internacional de Trabajo, 1993, p. 2)

Posteriormente, estudios como el de Briones (1998) buscaron establecer una diferencia entre el común de la economía informal –a lo que llamaron el núcleo duro– y las microempresas; esto era necesario ya que, de lo contrario, se estaba englobando en una misma categoría a unidades con lógicas económicas muy distintas. Es necesario continuar en ésta línea a fin de evitar el solapamiento mencionado, el cual genera distorsiones tanto analíticas como de formulación y análisis de políticas públicas.

En trabajos más recientes como el de López (2005) se empieza a hilar más fino y establecer diferencias al interior de la MIPYME; de esta forma se enuncia que mientras la mayor parte de las microempresas no cumplen con las formalidades de registro y autorizaciones, la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas sí lo hacen; aunque no de forma completa ni constante. Es importante mantener este concepto en mente, ya que las políticas destinadas a transparentar la situación del sector no pueden enfocarse de igual manera hacia los tres tipos de empresas, ya que ello devendría en una asignación ineficiente de recursos y esfuerzos.

Los acuerdos comerciales y el monitoreo MIPYME

Como se verá en la sección sobre las amenazas que enfrentan las MIPYMES, el marco económico macro es importante para las pequeñas firmas; dicho ámbito envuelve no solo a las turbulencias financieras internacionales y los indicadores y políticas macroeconómicas locales, sino también, y de forma muy importante, a los acuerdos comerciales que los países firman con sus socios.

En dichos instrumentos internacionales de comercio, se pacta la liberalización de las barreras arancelarias y el ingreso o egreso de productos de manera más favorable; cambios que afectan directamente la competitividad de los empresarios MIPYME, tanto de manera externa, la cual podrá

verse favorecida por los nuevos beneficios de que sus productos contarán en el extranjero; como en su competitividad interna, la cual podrá ser puesta en juego por la ampliación de la cantidad de productos y productores que tendrán acceso a la plaza de mercado del país.

En materia estadística, dichos acuerdos no contemplan mecanismos de monitoreo de la evolución de las MIPYMES, y estas son rara vez consideradas al momento de negociar los acuerdos, los cuales se focalizan en el nivel macro y no contemplan generalmente el impacto que tendrán en los pequeños empresarios; esto se ve reflejado en que “los intereses de la MIPYME por lo general, han sido abordados de manera incompleta en los procesos de negociación” (Figueroa de Santamaría, 2009, pág. 342).

Es por ello necesario el monitoreo de este sector –como se propondrá en el capítulo sobre indicadores– a fin de identificar sus fortalezas y debilidades en el tiempo, para poder reformular los acuerdos o elaborar políticas nacionales de promoción que sean funcionales y efectivas para el sector.

En esta línea son necesarios más estudios previos a los acuerdos, como los realizados por José Matarrita (2009) y por Ingrid Figueroa de Santamaría (2009) sobre el posible impacto del acuerdo comercial entre la Unión Europea y el Mercado Común Centroamericano; dichos estudios, no obstante su aporte, llegan desfasados con el inicio de las negociaciones del acuerdo (cuyas rondas comenzaron en 2007) y, por ende, su aporte será más útil al análisis ex post que a la información de los tomadores de decisión y a la preparación de los negociadores, donde es necesario profundizar.

Definiciones

En la presente sección nos avocaremos a un tópico central en el estudio de las MIPYMES, que es el de su definición. De la forma en que esto se haga depende en gran parte del análisis, los resultados y las políticas; es de suma importancia no tomar la definición del sector de forma ligera, ya que existen serios limitantes y problemas que se pueden derivar de ella.

A continuación enunciaremos algunos de los principales inconvenientes generados por las definiciones actualmente utilizadas, entre los que se destacan las estadísticas, la coherencia interna de la definición y el abuso de los beneficios. Para finalmente proponer una nueva definición general, factible de ser aplicada tanto a nivel país como en los estudios internacionales comparados.

Globales y estáticas

El primer error en que se suele incurrir debido a una mala definición es intentar un corte transversal del universo empresarial de todo el planeta; es decir, utilizar una definición estática para aplicarla a todos los países. El concepto parece estar sustentado en la idea de que homogeneizando la definición se obtienen datos equiparables para todos los Estados. Esto es un grave error porque mina el concepto mismo de micro, pequeña y mediana empresa; y aún hasta el de “sector informal” visto anteriormente.

Las definiciones estáticas pueden recoger a la perfección el sentido de la MIPYME en un país determinado, y pueden, efectivamente, ser válidas para otro de iguales o similares características; pero, aplicar una misma definición de micro, pequeña o mediana empresa, es decir que refleje el tamaño de la firma, a China y a cualesquiera países centroamericano, indefectiblemente conducirá al error de no representar cabalmente al sector de uno de los dos países, ya sea porque el umbral quede muy bajo o a

la inversa. Esto no necesariamente se debe al grado de desarrollo de los países, pero sí al tamaño de sus economías y a las dimensiones poblacionales con las que se cuente, entre otras variables.

Así, estudios como el de Knight (2000), que revisan el sector PyME a nivel internacional utilizando como definición el umbral de los 500 empleados, si bien son metodológicamente de muy buena calidad, pierden rigurosidad científica inmediatamente una revisa la definición empleada; debido a que esta medida –500 empleados– está muy por sobre la utilizada por cualesquiera de los países del istmo centroamericano, donde por sobre 100 ó 150 empleados se considera como gran empresa. De hecho, el umbral recomendado por la Unión Europea para sus Estados Miembro es de 250. Es decir, se hizo un gran esfuerzo metodológico para un trabajo que no está comparando efectivamente a los agentes que pretende comparar.

El análisis comparado repara gran parte de su rigor en las unidades a ser comparadas, para ello se debe ser cauteloso en la utilización de definiciones generales y estáticas.

El segundo problema se encuentra cuando se utilizan los datos ofrecidos por los países de acuerdo a sus propias clasificaciones. Mientras este análisis es mucho más riguroso que el anterior, y cuenta con muestras nacionales determinadas por los parámetros de los países, existe un problema de compatibilidad entre las definiciones, ya que estas se sustentan sobre números [muchas veces arbitrarios] designados por las legislaciones nacionales de cada Estado y que representan realidades no siempre comparables. Es decir, la formulación de los umbrales nacionales responde a necesidades, inquietudes y metas establecidas en los programas de gobierno de cada país, y que pueden ser diferentes a las de otros Estados, arrojando por tanto resultados divergentes.

Es por lo anterior que resulta necesaria la formulación de una definición global dinámica. Global en tanto que responda a criterios de formulación comparables y metas generales, que escapen a las lógicas nacionales. Dinámica en tanto debe ser adaptable a las distintas realidades, permitiendo así reflejar las condiciones del sector en economías de distintos tamaños.

Incoherencias internas

Las definiciones de MIPYMES utilizadas por los distintos países suelen cruzar tres dimensiones: el personal empleado, los activos de la firma y las ventas brutas anuales. Exigiéndose que la empresa postulante a la categoría cuente con una cantidad de empleados comprendida entre dos umbrales –uno de mínima y uno de máxima–, y lo mismo para el caso de sus activos y ventas brutas; es conveniente acotar que definiciones como la de la Unión Europea plantean una relación entre activos y ventas brutas donde la empresa deberá de cumplir solo con uno de los dos, aquel que le resulte más conveniente.

El conflicto interno se da cuando las empresas tienden a cumplir con uno de los criterios pero no con el otro, esto quiere decir que existe un problema de coherencia interna de la definición, defecto que puede conducir a conclusiones erradas o, como se ejemplifica en el trabajo de Moen (1999), a resultados distintos, de acuerdo a si cruzamos los datos con el número de empleados o con las ganancias. En dicho caso, el estudio resultaba en que las micro empresas no eran menos competitivas que las pequeñas y medianas en tanto se utilizase el número de empleados como clasificador, pero si se

definían los umbrales a través de las ventas anuales, las microempresas figuraban como menos competitivas.

Tabla 1 – Tamaño y Ventajas

	Ventajas de Marketing		Ventajas de Precio		Ventajas Tecnológicas	
	Por Empleados	Por Ventas	Por Empleados	Por Ventas	Por Empleados	Por Ventas
Micro	4,46	4,36	4,83	4,78	5,08	5,21
Pequeña	4,57	4,54	4,82	4,70	4,98	4,80
Mediana	4,54	4,68	4,53	4,69	4,78	4,83

Fuente: reproducido desde Moen (1999, pág. 62).

Dos puntos se desprenden de dicho análisis y son complementarios; el primero resalta que es necesaria una revisión de la desviación que existe entre los distintos criterios, a fin de formular definiciones que recojan de mejor manera las relaciones existentes entre empleados y ganancias brutas o activos. Pero a la vez, es necesario comprender que los umbrales son demarcaciones de valores máximos, establecidos en conjunto y que siempre existirán diferencias; por lo tanto es importante hacer análisis sin desagregar las definiciones –exceptuando el caso en que la inconsistencia interna sea demasiado importante– a fin de tomarlas como un todo y no como la sumatoria de sus partes.

Abusos de la categoría

Las definiciones, y los modos en que estas son construidas y aplicadas son de suma importancia al momento de formular políticas públicas de apoyo al sector, donde se debe evitar que se pierda el objetivo y el recurso sea mal aprovechado por grandes empresas que encuentren la forma de engañar al sistema a través de manipulaciones terminológicas o la forma de contar empleados o reportar ganancias. Es en esta dirección que la Unión Europea formuló recomendaciones sobre la manera de analizar las relaciones entre empresas y estableció una serie de salvaguardas para evitar abusos.

Así, existen tres categorías para contabilizar a los empleados y activos y ventas de una empresa; en el primer caso la empresa es autónoma, no siendo propietaria de ninguna otra empresa, o siéndolo en menos de un 25% de aquella; a la vez que se pide que ninguna empresa sea propietaria de la primera, o lo sea en menos de un 25%; en este caso, se contabilizarán los empleados y activos y ventas como si la empresa fuese una sola.

En el segundo caso, la empresa es propietaria de más del 25%, pero menos del 50% de una segunda empresa –o una segunda empresa es propietaria de más del 25% pero menos del 50% de la primera– en dicho caso se considerarán tantos empleados como porcentaje se tenga de la otra empresa.

Una tercera variante es que la empresa está “ligada” con otra, siendo propietaria de más del 50% de aquella, o a la inversa, caso en el cual ambas empresas se contabilizarán como una sola.

De esta forma se buscó evitar la fragmentación de grandes empresas en dos empresas medianas o pequeñas, bajo una misma propiedad, y con la intención de acaparar beneficios que tenían por destino a empresarios realmente pertenecientes al sector MIPYME.

El otro punto fundamental es establecer el criterio según el cual se contabilizarán a los empleados, en especial para los casos de los que se encuentran trabajando medio tiempo, el personal de licencia y los aprendices o practicantes. En el caso de los primeros se recomienda la contabilización como medio

empleado por cada trabajado que se desarrolle actividades por menos de cuatro (4) horas, pero las fracciones se elevarán a números enteros (si una empresa contabiliza a todos sus trabajadores de tiempo completo y medio tiempo y resulta en poseer 9.5 trabajadores, se considerarán como 10).

En relación con aquellos que se encuentren de licencia, si la misma goza de haberes, serán considerados como trabajadores, a menos que la empresa demuestre que debió contratar a otro empleado para cubrir dicho puesto, y que éste si está siendo tenido en cuenta. Finalmente, los aprendices y practicantes no deben ser contados entre los empleados, a fin de no desincentivar la trasmisión de conocimiento.

Estas definiciones legales de la Unión Europea no deben ser consideradas necesariamente como las mejores, pero sí como buenos ejemplos a seguir en la búsqueda de asegurar que los beneficios sean recibidos por quienes son sus verdaderos destinatarios propuestos, y no por grandes empresas que logran disfrazarse tras un velo de MIPYME; lo mismo a la inversa.

Las condicionantes en un mercado común

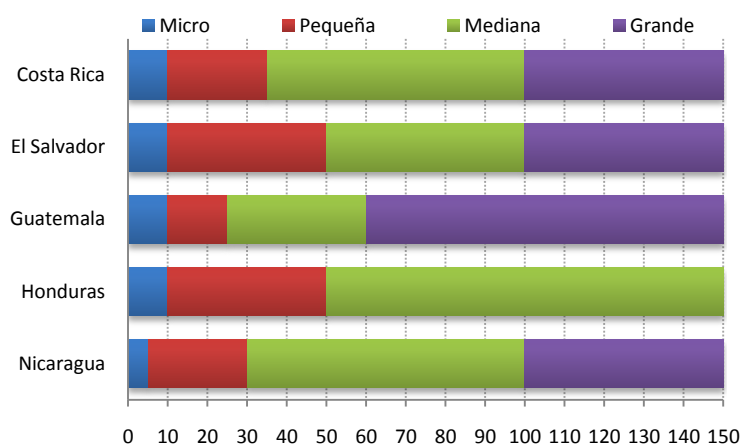
Si la definición de las MIPYMES es importante para los estudios y el análisis estadístico internacional comparado, lo es más aún para los países involucrados en un estadio superior de integración económica, especialmente a partir de la conformación de un mercado común¹⁵. Esto debido a que dentro de dicho estadio existe una libre movilidad de bienes, servicios y factores productivos, lo que hace que MIPYMES nacidas en un territorio puedan desplazarse a otro; a fin de evitar distorsiones competitivas (Comisión Europea, 2005) es importante estandarizar la definición.

Es necesario no solo que los beneficios e incentivos económicos sean transversales y equiparables entre los distintos Estados Miembro del proceso de integración; pero también que estén basados en definiciones compartidas, a fin de que una misma empresa no pueda ser clasificada de forma distinta en cada país, y por tanto goce de deberes y derechos distintos.

A fin de lograr la mencionada armonización, no es imperativa la facultad supranacional del proceso de integración para imponer una definición a los Estados Miembro, pero sí que pueda realizar las investigaciones pertinentes a fin de recomendar a estos una definición comunitaria; y que los países cuenten con la posibilidad técnica y legal, y la voluntad política, para acoger dicha recomendación como propia e internalizarla en la reglamentación nacional.

¹⁵ Ver Balassa (1964).

Gráfico 4 – Incompatibilidad entre las clasificaciones – MCCA
(Número de empleados)



Fuente: Costa Rica Reglamento General a la Ley N° 8.262 (Clasificación dinámica);
El Salvador, www.CONAMYPE.gob.sv (Definición sujeta a la Política Nacional de MIPYME);
Guatemala, Acuerdo Gubernativo Número 178-2001 – Ministerio de Economía;
Honduras, Ley de las Organizaciones Privadas de Desarrollo – Decreto 135-2008;
Nicaragua, Reglamento de la Ley de Promoción de la MIPYME – Decreto 17-2008.

Es importante notar que una armonización no puede ser formulada, en países de tamaños poblacionales y económicos distintos, a través de una normativa estática; se plantean entonces tres alternativas: en la primera se rigidiza la movilidad de los factores al interior del mercado común, lo cual minaría parte de la ventaja del proceso de integración. En segundo lugar se puede establecer una definición dinámica que recoja las variantes de los países bajo el concepto de que las diferencias propias de cada sistema nacional harán de contrapeso a las distintas variantes de la definición. Por último puede equipararse una misma definición, arriesgando a perjudicar o beneficiar a los sectores de algunos países, hasta que la situación económica interna del mercado común sea equiparada.

Aproximaciones en la literatura

El desafío aquí recogido no es nuevo en los estudios sobre el sector MIPYME, y a lo largo de la literatura ha habido ciertos acercamientos a una definición que solucione estos inconvenientes, no obstante, en su mayoría han fracasado en superar las barreras expuestas; si bien se han enfocado a lograr una definición que elimine las distorsiones nacionales, han caído en caracterizaciones estáticas que poco sirven para un análisis comparado sensible a las distintas realidades nacionales.

En primer lugar encontramos definiciones formuladas *ad hoc*, a fin de resolver problemas puntuales para investigaciones dadas. Dicho tipo de formulaciones ha contaminado importantes estudios, como el de Briones (1998), en los cuales se utilizan números elegidos de forma arbitraria, que pone en duda la rigurosidad de los resultados; y caracterizaciones difusas, que no dejan ver claramente el criterio de clasificación¹⁶; y que en última instancia hacen del estudio algo cerrado que no permite su comparación con otros análisis, a la vez que limita el seguimiento del mismo.

¹⁶ En el mencionado estudio se habla de microempresas, como aquellas “con un tamaño máximo de 9 a 15 [empleados] ocupados, más o menos adscritas a la institucionalidad empresarial formal, y que a pesar de no estar

El segundo caso, internacionalmente difundido, es el criterio de los 250 empleados¹⁷, umbral con el que se pretende establecer un corte transversal y de características universales, a fin de determinar el máximo de empleados con los que pueden contar una MIPYME. Esta clasificación, utilizada por ejemplo en la Unión Europea pero también en otros estudios de comparación, no cuenta con ningún fundamento de aplicación –como ya hemos enunciado– en países como los centroamericanos.

Existen luego definiciones institucionales, donde destacan la del Fondo Monetario Internacional, la del Banco Mundial y la de la Organización Internacional del Trabajo; ésta última utiliza el criterio de empleo y define como microempresa a aquella con hasta cinco (5) empleados, pequeña empresa a la que tenga desde seis (6) hasta veinte (20) empleados, y mediana y gran empresa a la que tenga más de veintiún (21) personas empleadas¹⁸.

La del Banco Mundial se enmarca entre las definiciones globales estáticas, considerando como microempresas a las que cuenten con un máximo de 10 empleados, activos por menos de 10.000 dólares y ganancias anuales menores a 100.000 dólares; pequeñas empresas serán aquellas con menos de 50 empleados y activos o ventas anuales inferiores a los 3 millones de dólares; finalmente las medianas empresas serán las que tengan menos de 300 empleados y cuyos activos o ganancias anuales no superen los 15 millones de dólares (Ayyagari, Beck, & Demirgüç-Kunt, 2007). Nuevamente nos enfrentamos aquí a una definición que no es sensible a las distintas realidades nacionales.

Tabla 2 – Definición del Banco Mundial
(En número de empleados y dólares)

	Empleados	Ganancias	Activos
Micro empresa	1 a 10	100.000	10.000
Pequeña empresa	10 a 50	3.000.000	3.000.000
Mediana empresa	51 a 300	15.000.000	15.000.000

Fuente: autores sobre Ayyagari, Beck y Demirgüç-Kunt (2007, pág. 433).

Por su parte, la del FMI busca aproximarse a una definición dinámica al establecer dos criterios cualitativos de clasificación en lugar de meros números taxativos; de esta forma, de acuerdo al primer criterio, se considera como MIPYME a aquellas empresas donde exista una relación directa entre propiedad y gestión, volviendo, en cierta medida, al criterio de la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, pero tomándolo ahora como propio de la MIPYME y no del sector informal. El segundo criterio es la responsabilidad del propietario en todo lo que concierne a las decisiones relevantes y conducción de la empresa.

La definición del FMI, a través de criterios cualitativos, fusiona las características de ser general pero a la vez dinámica; no obstante, genera un nuevo inconveniente respecto a la forma de relevar los datos; y no permite distinguir entre micro, pequeña y mediana empresa al interior del sector, donde requeriremos de una clasificación extra.

constituidas como entidades jurídicas pueden llegar algún tipo de registros contables de su actividad económica” (Briones, 1998, pág. 2).

¹⁷ Ver Ayyagari, Beck y Demirgüç-Kunt (2007).

¹⁸ Ver Organización Internacional del Trabajo (2008).

Finalmente entidades sub-regionales de integración, como el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), han elaborado fórmulas para articular las distintas definiciones de los Estados miembros. De tal manera, la Comisión de Pequeña y Mediana Empresa del Sub-Grupo de Trabajo 7 generó un coeficiente que se elabora a partir de una relación ponderada de las características de la empresa con los valores de referencia del MERCOSUR.

$$C = 10 * \frac{\left(\frac{Po}{Pr} * \frac{VB}{Vr}\right)}{2}$$

Donde *Po* es el personal ocupado, *Pr* el personal de referencia, *VB* las ventas brutas anuales, y *Vr* las ventas brutas de referencia.

Tabla 3 – Definición del MERCOSUR

	Personal de referencia	Ventas de referencia	Coeficiente (hasta)
Microempresa	20	US\$ 400.000	0,52
Pequeña empresa	100	US\$ 2.000.000	2,58
Mediana empresa	300	US\$10.000.000	10,00

Fuente: reproducido desde Red Académica Uruguaya (1995).

El mayor inconveniente es que la definición no respeta la heterogeneidad de tamaño de los miembros del MERCOSUR, y, como se observa, los umbrales son elevados; no obstante, podría pensarse en este tipo de articulaciones en regiones más homogéneas.

Las definiciones en América Latina, Estados Unidos y la Unión Europea

Es importante repasar las definiciones vigentes al momento en Latinoamérica y sus dos mayores mercados de referencia: los Estados Unidos y la Unión Europea, a fin de ejemplificar la mencionada heterogeneidad y la utilización de distintos criterios y ponderaciones.

Algunas aclaraciones metodológicas previas son de rigor, debido a que la tabla 4 no está libre de sesgos, a saber:

- Se recogen únicamente las clasificaciones oficiales de los países, dejando de lado otras definiciones presentes en dichas economías, como es el caso de la Cámara de Industrias de Guatemala o de Ecuador, o la que los académicos hacen para Bolivia;
- En países como Argentina o México, donde la definición cuenta con sub-categorías para los distintos tipos de sectores (Comercio, Industria y Servicios, entre otros), se tomaron en cuenta únicamente los criterios para las MIPYMES del rubro Comercio;
- En el caso de definiciones por fórmulas, como lo es la de Costa Rica, se ejemplificó con el máximo valor que cada uno de los componentes de la fórmula podrían adoptar para, en conjunto, entregar el valor del umbral de las categorías, de acuerdo a la fórmula y umbrales que siguen:

$$\left[\frac{0,6 * Personal}{100} + \frac{0,3 * Ventas}{\$600.000.000} + \frac{0,1 * Activos}{\$375.000.000} \right] * 100 = \begin{matrix} 10 & \text{Microempresa} \\ 35 & \text{Pequeña empresa} \\ 100 & \text{Mediana empresa} \end{matrix}$$

- En países como Brasil y Ecuador, donde las distintas sub-regiones pueden diferenciarse entre ellas en materia de definición, se utilizó la nacional o federal;
- En la R. B. de Venezuela, el nuevo Decreto Ley establece parámetros solo para la Pequeña y Mediana Empresa, se utilizó el Decreto Ley anterior para conformar una definición por defecto de las Microempresas;
- Los datos de la definición del E. P. de Bolivia fueron extraídos de la página de FUNDES¹⁹, quienes la obtuvieron en 2002 del Vice-ministerio de Microempresa, Ministerio de Trabajo;
- En Ecuador la definición se encuentra en revisión, actualmente se clasifica solo a las Pequeñas empresas, para Microempresa se utiliza la clasificación de sector Artesanal, que es el 25% del umbral de Pequeña Empresa;
- Estados Unidos clasifica las empresas únicamente como Pequeñas (*Small*), con criterios distintos para cada ramo, se utilizan los propuestos como generales por la SBA;
- En Chile se convirtió desde “Unidades de Fomento”, en Colombia desde “Salarios Mínimos”, en Perú desde “Unidades Impositivas Tributarias” y en la R. B. de Venezuela desde “Unidades Tributarias”, a moneda local o directamente a dólar, cuando disponible oficialmente;
- Finalmente, todas las definiciones en moneda nacional han sido convertidas a dólares americanos, bajo el tipo de cambio del Fondo Monetario Internacional para junio de 2009.

¹⁹ <http://www.fundes.org>

Tabla 4 – Definiciones de Micro, Pequeña y Mediana Empresa
(Personas y miles de dólares americanos)

País	Definición	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Argentina Resolución 24/2001 Secretaría de la PyME	Empleados	---	---	---
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 493,4	>493,4 <2.960,5	>2.960,5 <23.683,9
Bolivia (E. P.) FUNDES	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 19	De 20 a 49
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	---	---
Brasil www.Sebrae.com.br Lei Complementar 123/2006	Empleados	De 1 a 19	De 20 a 99	De 100 a 499
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	---	---
Chile Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios	Empleados	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 91	>91 <947,4	>947,4 <3.789,7
Colombia Ley 905 de 2004	Empleados	De 1 hasta 10	De 11 hasta 50	De 51 hasta 200
	Activos	Hasta 108	>108,2 <1080	>1080,2 <6480
	Ventas Brutas	---	---	---
Costa Rica Reglamento General a la Ley N° 8.262 (Clasificación dinámica)	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 35	De 36 a 100
	Activos	Hasta 65,0	>65,1 <227,6	>227,7 <650,3
	Ventas Brutas	Hasta 104,0	>104,1 <364,2	>364,3 <1.040,5
Ecuador Ministerio de Industria y Productividad. Subsecretaría MIPVME	Empleados	---	---	---
	Activos	Hasta 87,5	> 87,5 < 350	>350
	Ventas Brutas	---	---	---
El Salvador www.CONAMYPE.gob.sv (Política Nacional MIPYME)	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 100
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 100	> 100 < 1.000	> 1.000 < 7.000
Guatemala Acuerdo Gubernativo 178-2001	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 25	De 26 a 60
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	---	---
Honduras Decreto 135-2008	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 150
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	---	---
México La Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYME	Empleados	1 a 10	11 a 30	31 a 100
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	---	---
Nicaragua Decreto 17-2008	Empleados	De 1 a 5	De 6 a 30	De 31 a 100
	Activos	Hasta 9,9	>9,9 < 73,9	>73,9 < 295,6
	Ventas Brutas	Hasta 49,3	>49,3 < 443,5	>443,5 < 1.970,9
Panamá Ley 33 de 2000	Empleados	---	---	---
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 150	> 150 < 1.000	> 1.000 < 2.500
Paraguay Ministerio de Industria y Comercio	Empleados	---	---	---
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 30,9	>31,1 <99,5	>99,7 <497,1
Perú Decreto Legislativo 1086 de 2008	Empleados	De 1 a 10	De 1 a 100	---
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 178,1	>178,1 <2.018,1	---
República Dominicana Ley 488 de 2008	Empleados	De 1 a 15	De 16 a 60	De 61 a 200
	Activos	Hasta 83,1	>83,1 <332,5	>332,5 <1108,2
	Ventas Brutas	Hasta 166,2	>166,2 <1108,2	>1108,2 <4.155,9
Uruguay Decreto 266/995, reglamentario de la Ley 16.201	Empleados	De 1 a 4	De 5 a 19	De 20 a 99
	Activos	Hasta 0.02	>0.02 <0.05	>0.05 <0.35
	Ventas Brutas	Hasta 0.06	>0.06 <0.18	>0.18 <5
Venezuela (R. B.) Decreto 1.547 de 2001 Decreto 6.215 de 2008	Empleados	De 1 a 10	Hasta 50	De 51 a 100
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	Hasta 230,8	Hasta 2.564,6	>2.564,6 <6.411,5
Estados Unidos Small Business Administration	Empleados	---	Hasta 500	---
	Activos	---	---	---
	Ventas Brutas	---	Hasta 7.000	---
Unión Europea Comisión Europea (2005)	Empleados	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 250
	Activos	Hasta 2.803,1	>2.803,1 <14.015,4	>14.015,4 <60.266
	Ventas Brutas	Hasta 2.803,1	>2.803,1 <14.015,4	>14.015,4 <70.076,8

Criterios para una definición transversal

Lo anterior viene a indicarnos que, si el objetivo es conseguir estadísticas comparables a nivel latinoamericano –o mundial– más allá de la forma en que se recolecten los datos –cuestión no menor– es imperativo diagramar una definición que tome en consideración las particularidades de cada país, pero bajo un criterio homogéneo de corte; dicho criterio, si bien original, debe de respetar también, en la medida de lo posible, los criterios nacionales de definición, a fin de no presentar recomendaciones que luego sean incompatibles a nivel de políticas públicas.

Es esta una tarea no menor que se mantiene como un desafío pendiente, respecto del cual hay pocos trabajos originales. Ante tal ausencia, el manual presenta una primera aproximación a una definición transversal, la cual se ha centrado en la dimensión empleo y que divide a los países de acuerdo al tamaño de su economía y población económicamente activa²⁰, para tales efectos se utiliza la siguiente fórmula de cálculo de un indicador del tamaño del país.

$$\text{Indicador} = \frac{\frac{PEA_{nacional}}{PEA_{mundial}} + \frac{PIB_{nacional}}{PIB_{mundial}}}{2}$$

Tabla 5 – Definición propuesta, análisis de criterios

País	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa	Indicador
Unión Europea	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 250	14.92
Estados Unidos		Hasta 500		12.64
Brasil	De 1 a 19	De 20 a 99	De 100 a 499	3.09
México	1 a 10	11 a 30	31 a 100	1.87
Argentina	---	---	---	0.72
Colombia	De 1 hasta 10	De 11 hasta 50	De 51 hasta 200	0.68
Venezuela (R. B.)	De 1 a 10	Hasta 50	De 51 a 100	0.45
Perú	De 1 a 10	De 1 a 100	---	0.41
Chile	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 199	0.30
Ecuador	---	---	---	0.18
Guatemala	De 1 a 10	De 11 a 25	De 26 a 60	0.13
Rep. Dominicana	De 1 a 15	De 16 a 60	De 61 a 200	0.13
Bolivia (E. P.)	De 1 a 10	De 11 a 19	De 20 a 49	0.11
El Salvador	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 100	0.08
Honduras	De 1 a 10	De 11 a 50	De 51 a 150	0.07
Costa Rica	De 1 a 10	De 11 a 35	De 36 a 100	0.07
Paraguay	---	---	---	0.07
Uruguay	De 1 a 4	De 5 a 19	De 20 a 99	0.06
Panamá	---	---	---	0.05
Nicaragua	De 1 a 5	De 6 a 30	De 31 a 100	0.05

Fuente: autores en base a la tabla 4 y datos del FMI (2009), la CEPAL (2008) y el PRB (2009).

La fórmula fue aplicada a los países de la región (ver tabla 5), de acuerdo a los datos de la tabla 4, a fin de obtener los cortes, haciendo que estos coincida, en la medida de lo posible, con los criterios nacionales. A partir de los resultados, se divide a los países en tres grupos, y se les otorga una definición propia para el tamaño de la economía, de acuerdo a como se presenta en la tabla 6.

²⁰ Se utiliza para definir a la PEA los criterios de edad, siendo consideradas como pertenecientes a este grupo social a todas las personas que se encuentren comprendidas entre los 15 y 65 años de edad.

Tabla 6 – Definición propuesta, umbrales

Economías\Empresas	Micro	Pequeñas	Medianas	Indicador
Grandes	1 a 10	11 a 75	76 a 250	> 1.00
Medianas	1 a 10	11 a 50	51 a 150	> 0.25 < 1
Pequeñas	1 a 10	11 a 35	36 a 100	< 0.25

Fuente: elaboración propia.

Es importante destacar que la metodología y definición propuestas representan una primera aproximación en un campo donde el desarrollo debe prosperar aún mucho más; no obstante, y para los fines del análisis comparado de datos, la presente metodología permite la equiparación de criterios, a través de la homogenización de cortes, basados en el tamaño de la economía y población de los países.

En segundo lugar es necesaria la subdivisión de la clasificación de acuerdo a los distintos sectores económicos, ya que el personal empleado en el área de comercio no es el mismo que en el de servicios o en la industria, como ejemplo se plantea la clasificación de México, expuesta en la Tabla 7.

Tabla 7 – Definición por sectores, México

Empresas\Sectores	Industria	Servicios	Comercio
Grandes	1 a 10	1 a 10	1 a 10
Medianas	11 a 50	11 a 50	11 a 30
Pequeñas	51 a 250	51 a 100	31 a 100

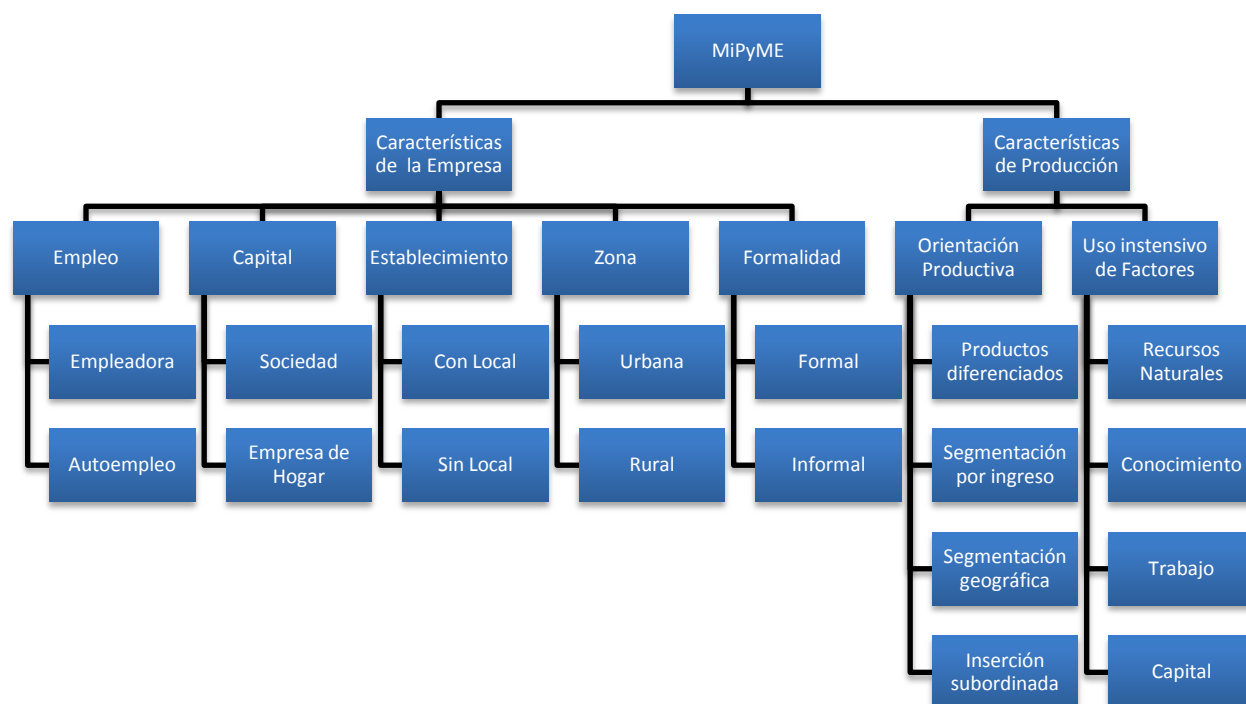
Fuente: reproducido desde la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la MIPYME

En esta área es más complicado realizar una definición transversal, en primer lugar porque de los países latinoamericanos la mayoría no diferencia, con lo que no se cuenta con criterios nacionales a estandarizar; no obstante es importante tener en cuenta la necesidad futura de desarrollar definiciones diferenciadas para los tres (o más) sectores productivos, debido a la intensidad de mano de obra que se utilizada en cada uno de ellos.

Clasificación

Definidos los parámetros entre los cuales se considerará a una empresa como perteneciente al sector MIPYME, y una vez diferenciada entre micro, pequeña y mediana, es necesario revisar las clasificaciones que se efectúan al interior del sector MIPYME. Esto a razón de permitirnos análisis con mayor diferenciación entre las distintas características de las empresas, ya que el creciente sector de las MIPYME es heterogéneo a su interior y la efectividad de las políticas públicas enfocadas a él, dependerá del grado de conocimiento que se tenga de las discrepancias internas del sector. A continuación recorreremos las clasificaciones más comúnmente utilizadas en la literatura y las que cuentan con mayor peso analítico.

Esquema 1 – Clasificaciones de MIPYME



Fuente: elaboración propia.

Autoempleo–empleadoras

La primera división se relaciona con la forma en que se articulan los vínculos laborales entre trabajo y capital al interior de la empresa, y propone distinguir entre MIPYMES de “autoempleo” y “empleadoras”; si quienes son propietarios son a la vez empleados, y no existe ningún obrero externo contratado, la MIPYME es considerada como de autoempleo, asimilándola a las economías hogareñas. Si, por el contrario, existen trabajadores no propietarios, vinculados a la unidad productora, entonces estamos frente a una empresa empleadora. Sintetizando, el criterio es si los factores productivos de trabajo y capital están o no en las mismas manos.

Esta clasificación es empleada por Briones (1998), ya que se encontraba frente a la definición de MIPYME como la ausencia de separación entre capital y mano de obra; él ve la necesidad de establecer una diferencia entre las “empresas hogareñas” de autoempleo, que sí cuadrarían dentro de la definición de la Conferencia Internacional de Estadísticas del Trabajo, y aquellas microempresas que también pueden ser fuente de empleo para trabajadores externos, y a las que entonces denomina “empleadoras”.

El aporte de esta clasificación y del inconveniente que con ella resuelve Briones no es menor; si, como hemos visto, el concepto de MIPYME ha evolucionado, dejando de lado la definición cualitativa de la Conferencia, para adentrarse en los países en una definición por número de empleados o ventas y activos, es importante poder distinguir entre las empresas que fueron concebidas como herramienta para solucionar una carencia laboral, de aquellas cuya visión empresarial comprendió también la expansión y una lógica más de GE que de economía hogareña.

Al mismo tiempo, la clasificación es funcional al seguimiento de la evolución de las empresas, para conocer su capacidad de expansión y su aporte societario en materia de generación de empleo y ocupación de mano de obra especializada.

Ambos tipos de empresa son importantes y beneficiosas para la sociedad; pero si las MIPYME de un país se concentran en el sector de autoempleo, será relevante considerarlas para las políticas públicas, pero no específicamente para las de generación de empleo, porque las firmas de dicho país no van a estar absorbiendo la capacidad laboral ociosa, si no antes solucionando la situación laboral de quienes son sus propietarios.

Propiedad del capital

La segunda clasificación observa la relación que existe entre la dirección de la empresa y el capital que la compone. De esta forma nos encontraremos ante MIPYMES cuyo propietario es a la vez director de la empresa. Esta clasificación busca remediar trabas conceptuales de definiciones cualitativas como la del Fondo Monetario Internacional, en aquella, se establece que debe existir una relación directa entre propiedad y gestión; si esto fuera siempre así, nos encontraríamos con la imposibilidad de inversiones en MIPYMES, lo cual limitaría el margen de maniobra de las políticas de promoción del sector.

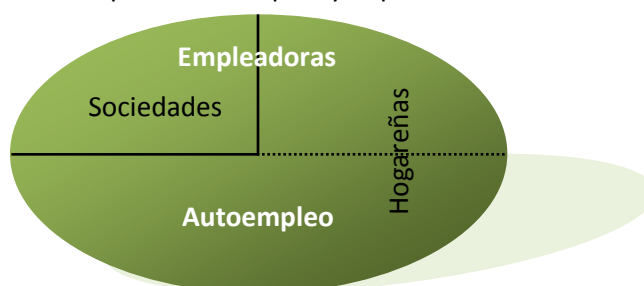
La vinculación entre propiedad y gestión puede ser un buen indicador de que se está en presencia de una potencial MIPYME, pero su ausencia no puede otorgar la certeza de que el fenómeno analizado es una GE (considerando siempre que el universo empresarial se encuentra compuesto únicamente por MIPYMES y GEs). Lo cual viene a solucionar el conflicto que se genera a partir del cambio de paradigma y la aplicación de definiciones cuantitativas.

Una aproximación generalmente más aceptada a la clasificación por propiedad del capital la hace el Sistema de Cuentas Nacionales (Naciones Unidas y Otros, 1993), el cual separa entre *sociedades* y *empresas de hogares* bajo el concepto de que “una empresa no constituida en sociedad que es propiedad en su totalidad de uno o más miembros del mismo hogar se trata como parte integrante de ese hogar y no como una unidad institucional separada” (pág. 87); a su vez, “Si una empresa no constituida en sociedad llega a ser más separable financieramente de su propietario y adquiere las características de una cuasisociedad, dicha empresa y sus activos y pasivos se trasladan desde el sector de los hogares al sector de las sociedades no financieras; estos movimientos de los activos y pasivos se consideran otros flujos pertenecientes a esta categoría” (pág. 77).

La definición del Sistema de Cuentas Nacionales presenta dos componentes, el primero se relaciona efectivamente con la propiedad del capital, pero el segundo lo hace con la formalidad de la empresa (“constituida en sociedad”), lo que plantea un sesgo, observando a las empresas de hogares como exclusivamente pertenecientes al sector informal. Si elimináramos dicha condición, estaríamos frente a una poderosa clasificación de las MIPYMES.

Ahora, esta segunda clasificación no solo puede aplicarse a todo el universo de las MIPYME, pero también puede ser cruzada con la categoría de empleadoras de la clasificación anterior, subdividiéndola.

Esquema 2 – Empleo y Capital



Fuente: elaboración propia.

Establecimiento

Una tercera clasificación se traza desde la operación o no en una base física establecida, es decir un local comercial. El problema surgió en estudios como el de Salazar (2008) respecto de las MIPYMES en la zona norte de El Salvador; el investigador encontró allí una importante barrera en la definición del sector de acuerdo al censo económico llevado a cabo por el país, el cual exigía que las empresas contasen con un local, a fin de ser consideradas como tales (ver tabla 8). Esto dejaba fuera del universo a explorar, a todo el comercio ambulante y a la gran mayoría de las empresas hogareñas²¹, sub-sectores ambos que componen la mayor parte de las microempresas.

Tabla 8 – Definición de MIPYMES en El Salvador

	Establecimiento	Laboral	Ventas Anuales
Cuenta Propia o autoempleo	Fijo o Ambulante	Sin trabajadores remunerados	Hasta US\$5,715
Micro	Fijo	Hasta 10	Hasta US\$ 100,000
Pequeña	Fijo	Hasta 50	Hasta US\$ 1,000,000
Mediana	Fijo	Hasta 100	Hasta US\$ 7,000,000

Fuente: adaptado desde CONAMYPE (2008, pág. 19)

Como se observa, existe un segmento que, necesariamente, queda excluido de los programas orientados al sector, ya sea por no ser MIPYME o, por ejemplo, por tener trabajadores remunerados pero no contar con un establecimiento fijo.

En el estudio de Salazar, fue importante ampliar la definición pero mantener la clasificación a fin de poder determinar cuáles de las empresas pueden contar con la ayuda incluida dentro de los paquetes orientados a la MIPYME. También es importante el separar empresas con establecimiento de aquellas que no cuentan con uno, a fin de diferenciar el tipo de censo y política de promoción que se debe orientar a cada una de ellas.

Las complicaciones metodológicas para recabar información de empresas que no cuenten con un local comercial registrado, o cuando menos fijo, son amplias, y no se está queriendo inferir aquí que su solución pasa exclusivamente por incorporarlas a la definición; pero sí deseamos destacar que es relevante tenerlas presentes en los estudios y conducir todos los esfuerzos posibles para incorporarlas dentro de las estadísticas del sector.

²¹ Es importante aclarar que aún incorporándose dichos sub-sectores dentro de la definición, continúa siendo complicado incluirlos en un censo económico, como bien rescata López (2005).

Urbana-rural

Esta cuarta clasificación, que pareciera ser obvia, responde no a meros criterios geográficos o de actividades; Parra Escobar (2000), en su estudio de la microempresa rural, establece que ésta cuenta con lógicas empresariales distintas y con dificultades operacionales que no son las mismas que enfrentan las urbanas; lo que la convierte en un fenómeno que, si bien comparte características, se diferencia en sus necesidades y modos de operación.

Es por lo tanto necesario separar ambos tipos de empresas, a fin de poder implementar políticas de fomento y apoyo que asistan al empresariado en aquello que realmente necesita, que no pareciera ser lo mismo en la ciudad que en el campo, optimizando recursos a fin de maximizar los beneficios y reducir los esfuerzos en áreas no necesarias.

Formal-informal

El grado de formalidad del emprendimiento es fundamental y constituye una variable transversal que corta todas las definiciones y clasificaciones de manera horizontal. Su importancia radica en diversos puntos, en primer lugar suele ser un buen indicador del rendimiento productivo de la empresa y la situación económica que enfrenta; esto debido a que la teoría de la MIPYME establece que estas se mantendrán dentro del sector informal en tanto el costo de la formalidad sea mayor a las ganancias, implicando la imposibilidad de abandonar el sector informal debido a que lo mismo constituiría el quiebre de la firma. En muchos casos, sucede también, que por falta de conocimiento o de información pública, las microempresas no son conscientes de los beneficios de la formalización, y pudiendo asumir su costo, decidan permanecer en la informalidad; en estas situaciones es la difusión de beneficios desde el sector público la que está fallando.

En segundo lugar, el grado de formalidad de la empresa es importantísimo al momento en que esta enfrenta la necesidad de financiamiento; las firmas que no se encuentran formalizadas no podrán acceder, en principio, a los créditos bancarios tradicionales²², y recurrirán, más probablemente, a los prestamistas, los créditos de consumo en financieras o bancos comerciales internacionales, o en los mejores casos, a instituciones de microfinanzas en alguna de sus modalidades (metodología grupal, individual o banca colectiva, entre las principales).

Estas instituciones microfinancieras suelen dividirse en dos clases, las cooperativas de ahorro y crédito (CAC) por un lado, y las organizaciones no gubernamentales (ONG) dedicadas al microfinanciamiento, por el otro. Una de las mayores dificultades que se presenta en países como Nicaragua, es que este sector financiero no se encuentra regulado (FIDEG, 2008).

Finalmente, cualesquiera políticas de apoyo o fomento a la MIPYME desde el Estado, deberá de tener en cuenta el grado de formalidad del público objetivo, a fin de contemplar las posibles reticencias a la participación, y cuáles son los requisitos que se puede solicitar y cuáles no. Además, se debe de considerar qué tipo de emprendimientos son informales por necesidad y cuáles por voluntad. Si las políticas se formulan sin esta distinción, incorporan de entrada el germen de su propia ineficiencia,

²² En el caso de Panamá, de los 85 bancos que operan en el sistema, solamente 3 –es decir el 3,5%– cuentan con licencia general con especificación como banco de microfinanzas. (González S. & G de Adames, 2008, pág. xii)

debido a que dejarán, necesariamente, excluido a parte del sector; los programas deben estar segmentados por grado de formalidad y tipo de emprendimiento.

Orientación e intensidad productiva

Las clasificaciones anteriores apuntan a las características organizacionales o constitutivas de las empresas, existen luego tipificaciones orientadas a las actividades realizadas por las unidades productivas; de estas se cuenta con largos listados descriptivos, no obstante hay dos características generales que valen ser mencionados en el presente recorrido.

Una clasificación importante es sobre las actividades realizadas por la MIPYME, de acuerdo a su uso intensivo de factores; de esta forma, una empresa, puede ser intensiva en: conocimiento, recursos naturales, trabajo, ó capital; siendo dichas categorías no excluyentes entre sí de manera taxativa. Esta herramienta de análisis es muy importante a los momentos de desarrollar políticas de apoyo al sector ya que arroja luz sobre las áreas donde la MIPYME del país (o región) son más fuertes y dónde requieren de más ayuda. Así, de poco servirán políticas de promoción de bajos costos en los insumos, si es que las MIPYMES se especializan en productos cuya intensidad recae en el conocimiento; y de la misma forma, políticas de desarrollo de capacidades, que siempre son importantes, tendrán menos efecto en sectores donde las necesidades sean financieras.

Otra clasificación, ya menos determinante pero no por ello menos relevante, es respecto de la orientación productiva de las MIPYMES en función de su inserción en los mercados, desde la óptica que esto se hace en vistas de la supervivencia de la empresa; así, Briones (1998) establece cuatro tipos de supervivencia por inserción:

1. A través de productos diferenciados, como es el caso de los bienes suntuarios o las artesanías, que son producidos de manera particular y su originalidad los distingue de otros bienes, permitiendo apuntar a un mercado selecto.
2. A través de productos de alta segmentación por ingreso, donde se elaboran bienes que son orientados flexiblemente a los distintos estratos socioeconómicos, permitiendo suplir los distintos requerimientos de cada plaza, con un mismo bien pero de características distintas.
3. A través de productos de alta segmentación geográfica, los cuales suelen colarse en aquellas poblaciones en las que las grandes empresas, por falta de demanda suficiente, no encuentran propicio aventurarse.
4. A través de una inserción mercantil subordinada, que es ofrecer sus servicios como subcontratados de una empresa de mayor tamaño.

Determinantes del tamaño

Si existe una interrogante que haya acompañado a las MIPYMES desde los comienzos de sus investigaciones hasta nuestros días es el por qué de su tamaño. En respuesta a dicha inquietud, los estudios sobre el sector han esbozado una lista de teorías explicativas entre las que destacan la tecnología, los costos de transacción, el mercado, y el ciclo de vida.

Revisaremos a continuación dichas teorías, pero no sin antes aclarar dos puntos, primero que ninguna de ellas puede, por si sola, explicar por completo la determinación del tamaño de las firmas, es

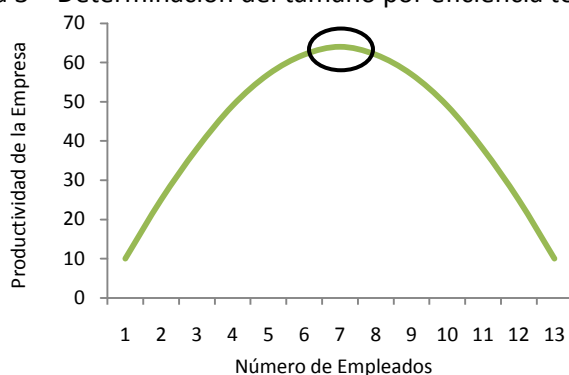
necesario aplicarlas en conjunto (e inclusive considerando otros factores) si se quiere encontrar la respuesta al interrogante del tamaño, el cual no puede ser resultado por una sola teoría monocausal.

El segundo punto es que las teorías económicas tradicionales a presentar, no cuentan con consideraciones de factores sociales o evolutivos entre sus explicaciones del tamaño y, por lo tanto, están ausentes en la mayoría de los estudios de dicho ámbito²³.

Tecnología

Este ha sido el enfoque predominante en el análisis previo a la década de los noventa, y se enfoca en que el tamaño de la empresa, en un marco de equilibrio competitivo, va a ser determinado por el punto de eficiencia en la reducción de los costos fijos a largo plazo (Baumol, Panzar, & Willig, 1982).

Esquema 3 – Determinación del tamaño por eficiencia tecnológica



Fuente: elaboración propia.

Esta teoría solo puede ser válida en tanto se esté considerando un equilibrio competitivo en el cual la curva de eficiencia de la firma sea en forma de U, si esta es plana a partir de cualquier punto, la noción deja de servir como determinante del tamaño. Es decir, que la empresa tendrá el tamaño donde su producción sea máxima de acuerdo a su dotación de factores, siendo que pasado ese punto el rendimiento comenzará a ser decreciente.

Asimismo, esta teoría de la determinación del tamaño por la tecnología cuenta con otra limitante en cuanto a los sectores de análisis, originalmente fue concebida para el análisis de la eficiencia mínima en una línea de producción y su aplicación al tamaño de toda una empresa parecería forzado, y más aún si es en búsqueda no de su eficiencia sino de la explicación de su dimensión (You, 1995).

Costos de transacción

Es la aplicación de la teoría del institucionalismo, a las micro, pequeñas y medianas empresas. Se define como “costos de transacción” a los determinantes del medio en que se desenvuelven las empresas; es decir que unidades productivas de iguales características van a tener tamaños distintos en economías diferentes, de acuerdo a los costos de transacción e internalización de estos países (Di Tommaso & Dubbini, 2000).

²³ Di Tommaso y Dubbini (2000).

Otra forma de mirar el mismo acercamiento es pensar en que los bienes comercializados en un mercado presentan costos que, en el caso de ser bienes intermedios, son preferibles reducir, para ello se generan empresas alternativas al mercado. Así, para minimizar los costos de transacción son necesarias distintos tipos de empresas y por lo tanto de tamaños. El tamaño más eficiente de una firma va a ser entonces determinado por el costo de transacción marginal entre las firmas contrapuesto con el del mercado; para lo cual es importante determinar los factores de los costos (You, 1995)²⁴.

De acuerdo a esta teoría, se sugiere que el tamaño óptimo de las firmas va a estar determinado por los posibles problemas a los que se enfrente el producto en el mercado y por los que presente costos de transacción que se presume puedan ser reducidos.

El mercado

En las dos teorías precedentes, la explicación del tamaño de las empresas está dada sobre principios de eficiencia; en contraposición, aquí se plantea que el mercado es imperfecto y que el tamaño de cada una de las firmas va a tener directa relación con la distribución de poder y el rol que le toca jugar a cada una de ellas dentro del mercado y su estructura de competencia; y nada se dice sobre la eficiencia de producción.

“Al introducir diferenciaciones de costos, gustos y productos, la cuota de mercado de una firma ya no depende de la estrategia de precios sino del segmento del mercado al cual es funcional”²⁵ (Di Tommaso & Dubbini, 2000, pág. 10).

Otra vertiente que también explica el tamaño de las firmas desde la óptica del mercado lo hace con hincapié en la flexibilidad de estas para generar productos en mercados de tamaños reducidos, donde la economía de escala sería imposible ya que la producción eficiente a niveles mínimos no es suficiente para hacer subsistir a las grandes empresas, y por ello queda lugar para las MIPYMES, que surgen a fin de suplir una demanda no satisfecha de productos.

“Ciclo de vida” de las empresas

Finalmente se proponen formas de analizar el proceso dinámico de competencia, como la teoría del ciclo de vida de Marshall, o la evolutiva de Schumpeter²⁶. Se reduce el tamaño de la empresa a su edad y crecimiento; planteando que la principal fuente de innovación y éxito es la investigación y desarrollo, área en que las empresas grandes y mejor establecidas corren con ventaja.

Las empresas ingresan al mundo como firmas pequeñas, y a través del aprendizaje van creciendo y evolucionando en el ciclo de vida, con lo que logran mayor estabilidad, lo que les permite invertir más en investigación y desarrollo, produciendo una constante innovación. Esto ha sido rebatido por algunos estudios que plantean, de acuerdo a datos empíricos, que las ventajas que debieran acompañar a las

²⁴ El autor realizar una descripción de los posibles factores explicativos de los costos de transacción, cuya incorporación en el presente estudio escapa a los objetivos enunciativos de las teorías del tamaño de las empresas.

²⁵ Traducción libre del autor.

²⁶ Ver Di Tommaso y Dubbini (2000).

grandes empresas, como el mayor autofinanciamiento y el apalancamiento, no se ven reflejadas en la realidad²⁷.

Finalmente, esta teoría es discutida por Kuwayama (2001) quien afirma que las micro, pequeñas y medianas empresas que crecen en el tiempo –considerándose varios períodos y no únicamente épocas expansivas de corta duración– son escasas.

²⁷ Ver Aybar, Casino y López García (2001).

Aporte económico de las MIPYMES

Debido al paradigma predominante con anterioridad a la década de los ochenta, se consideró siempre que cualquier organización industrial distinta al *fordismo* era por definición ineficiente y su aporte a la economía era reducido. Esta fue una de las causales de que los economistas mostraran poco interés en el estudio del fenómeno MIPYME hasta épocas recientes (Di Tommaso & Dubbini, 2000).

A fin de rebatir dicha tendencia en los economistas –algo que pareciera ya haber ocurrido en los formuladores de política– es necesario realizar un recorrido por las ventajas de las MIPYMES en la economía, con el objeto de determinar cuál es su aporte a la misma.

Acto seguido es necesario saber cómo se integran o podrían integrar las MIPYMES, tanto entre ellas como con las GEs, a fin de dilucidar los posibles caminos a seguir por las políticas públicas de los países, así como los vínculos que los empresarios MIPYME decidan establecer con otras empresas, tanto del sector como por fuera de él.

Una vez vista la integración económica interna de las MIPYMES es importante destacar sus capacidades exportadoras, donde destacan tanto su articulación como el éxito que estas puedan tener en su participación en el sector externo.

Las ventajas de las MIPYMES

Competitividad

Existen dos puntos principales que hemos de considerar en relación con las ventajas que, respecto de la competitividad, poseen las MIPYMES; primero es necesario analizar la relación que existe entre competitividad, tamaño de la empresa y tipo de producto. Luego se debe mirar la competitividad tanto en la economía doméstica como en el sector externo.

Internamente las MIPYMES comienzan a ser consideradas competitivas solo bajo el nuevo paradigma intensivo en información y conocimiento, que conllevó al cambio de unidad de análisis, desde la firma individual al sistema territorial, red y sistema de producción. Es bajo dichos criterios que las empresas de menor tamaño logran competir con las grandes, debido a que el factor determinante ya no son las grandes infraestructuras de producción en serie, intensivas en energía.

Ahora el conocimiento es la llave para el desarrollo de ventajas competitivas, y esto presenta una característica distinta, ya que la adquisición de información y conocimiento es mucho más simple y puede ser utilizada por un solo individuo, o un grupo de tamaño reducido; evitando así la necesaria erogación de grandes sumas para economías de escala.

A esto se agrega que la capacitación de los escasos empleados de una MIPYME es económicamente más redituable y mucho más simple que la adquisición de nuevas tecnologías de mejor aprovechamiento energético y producción en masa.

En lo que respecta al sector externo, las opiniones están divididas; existen estudios, como el de Haar, Leroy-Beltrán y Beltrán (2004), que apuntan a probar que una micro, pequeña o mediana empresa exportadora (MIPYMEX) que sea competitiva (exitosa) a nivel interno, también lo debiera ser para

exportar; así, una liberalización del comercio (como un tratado de libre comercio) solo podría incrementar la productividad, ya que su efecto sería una presión para innovar, reestructurarse y estimular la capacidad de respuesta ante los clientes.

En la acera opuesta, estudios como el de Yoguel (1998) afirman que las pequeñas empresas pueden ser competitivas interiormente debido a barreras proteccionistas de los Estados, pero que si éstas intentasen salir a competir al mercado internacional, o si se abriese el comercio, la competitividad de estas se vería seriamente minada.

Si observamos, este segundo caso no nos indica que las MIPYMEX no sean competitivas por definición, sino que se las debe preparar para enfrentar los desafíos de la competitividad externa, antes de abrir mercados protegidos.

En segundo término Moen (1999) analiza los estudios que relacionaron el tamaño con la capacidad exportadora y ve que la relación que se plantea no es entre tamaño y exportación; antes se plantea un vínculo entre las ventajas que la dimensión de la empresa conlleva y la exportación. Poniendo esto a prueba a través de una serie de hipótesis, concluye que no hay fundamento empírico que sostenga que exista una relación directa entre tamaño y exportación.

Tabla 9 – Tamaño Vs Performance Exportadora

	Intensidad Exportadora	Crecimiento Exportador
Microempresa	50,06	1,75
Pequeña empresa	40,94	1,56
Mediana empresa	42,68	1,19

Fuente: reproducido desde Moen (1999, pág. 63).

Nota: tamaño en número de empleados; intensidad exportadora como el porcentaje de las exportaciones totales que fue realizado por empresas del sector; crecimiento respecto de las exportaciones del año anterior.

Se destaca que las MIPYMEX cuentan con ventajas competitivas en lo que respecta a productos únicos y de alto grado tecnológico y son igualmente competitivas para exportar que las grandes empresas; no obstante, esto puede deberse a que solo las MIPYMEX competitivas exportan. En cualquier caso, lo que queda demostrado es que las teorías que sostienen que las MIPYMEX son menos competitivas en el sector externo no tienen fundamentos.

Conocimiento e Innovación

Derivada de la condición que las hace competitivas en el mercado interno se encuentra la ventaja del conocimiento, no solo el nuevo paradigma ha favorecido el saber como elemento privilegiado dentro del nuevo esquema de producción, sino que una serie de factores actuales lo ponen a fácil disponibilidad de los pequeños empresarios, entre ellos se destaca el desarrollo de clúster y sistemas locales, la interacción entre las universidades y centros tecnológicos con las empresas, y el grado de movilidad de los recursos humanos (Yoguel, 2005).

Estos nuevos flujos de conocimiento son tanto tangibles como intangibles, lo que hace de su disponibilidad algo mucho más al alcance del empresario de modestos recursos, que obtiene grandes cantidades de información, tanto económica como técnica, a través del mero pago de una conexión de banda ancha.

Finalmente se ha de destacar la erosión producida al concepto mismo de conocimiento, el cual deja de ser codificado y de circulación unidireccional (modelo lineal de innovación); para dar paso a un esquema más complejo en el que las unidades, antes solo receptoras de conocimiento, ahora también lo generan; lo cual conduce a una bi-direccionalidad de la innovación, bajo un esquema de retroalimentación sistémica, donde las mismas empresas son generadoras del conocimiento que se consume.

Esta generación e incorporación de nuevos conocimientos en los procesos productivos de los sistemas empresariales es lo que autores como Dini, Ferraro y Gasaly (2007) definen como “innovación”; en este orden, muchos economistas consideran que la capacidad de innovar es determinante para la competitividad de las empresas. Pero no solo en el ámbito empresarial, Subrahmanya (2009) considera que son la semilla de la innovación de los países industrializados, y que hay evidencia empírica que demuestra que también lo son en los en vías de desarrollo, como India.

Esto gracias a que hay factores internos de las MIPYMES que las conducen a innovar, algunos de ellos son la educación técnica, la experiencia laboral y la automatización. Pero también se observa que en países en desarrollo la ayuda externa para innovar es funcional y colabora con el desarrollo y crecimiento de la empresa (Subrahmanya, 2009).

Adaptación y especialización flexible

De acuerdo a ciertos estudios son las MIPYMES las que “garantizan la acumulación de informaciones, la descentralización de decisiones, la iniciativa propia, la voluntad de asumir riesgos y en definitiva contribuyen a evitar la formación de poder económico” (Kaufmann & Tesfayobannes, 1997, pág. 175); esto conlleva a un aumento de la capacidad de adaptación a cambios estructurales, ya que la estructura empresarial descentralizada contribuye a la toma rápida y flexible de decisiones.

No obstante, se ha de rescatar el aporte de la MIPYME como elemento dinamizador de estructuras productivas rígidas, vale señalar que otros estudios advierten que no debe confundirse “especialización flexible” con MIPYMES, ya que las GE también pueden incorporarse al nuevo modelo de producción.

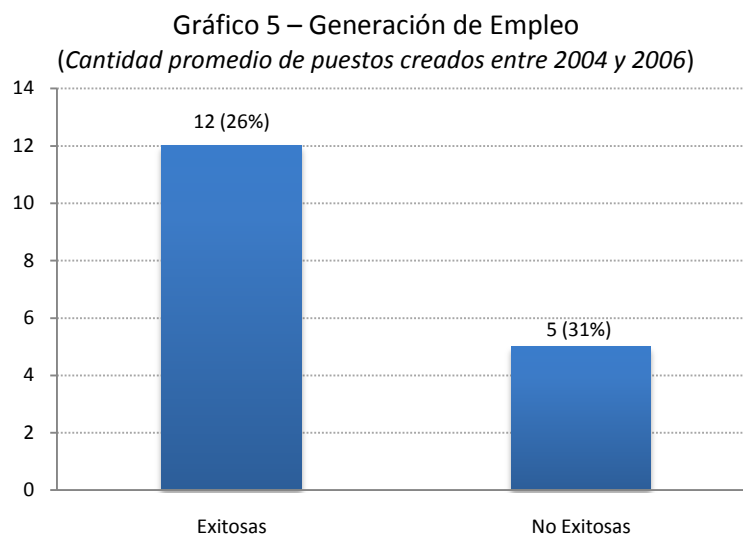
En primer lugar ya hemos mencionado que, según Schmitz (1993), existen dos variantes de “especialización flexible”, una que efectivamente se da entre las MIPYMES, y otra que se presenta en las GEs; en el segundo caso el modelo se da cuando existe descentralización al interior de una gran empresa de producción a escala.

En el caso de las MIPYMES la especialización flexible se da en forma de interacción entre empresas; así, las GEs pueden integrarse verticalmente con MIPYMES subcontractadas, a la vez que estas se integran horizontalmente con otras empresas del sector, a fin de lograr un entramado de relaciones que contribuya a la implementación del modelo productivo intensivo en conocimiento. Es decir, el paradigma no solo favorece a las MIPYMES, sino que, a través de estas, también ayuda a las GEs.

Por último, la flexibilidad también ayuda a las empresas a adaptarse a mercados donde la demanda es menor, algo que es difícil para grandes empresas de producción en serie o a escala. Contribuyendo así a suplir la oferta en sectores geográficos o demográficos a los que las GEs no llegan.

Reducción de la pobreza

En lo que respecta a las MIPYMES como factor de reducción de la pobreza, existen posiciones encontradas, estudios como el de Parra Escobar (2000) afirman que la microempresa rural vino a salvar al campo de la pobreza, a partir de tecnología moderna al alcance de la población rural, mayor valor agregado a productos tradicionales y nuevos bienes y servicios. En la misma línea Milesi y Aggio (2008) dan evidencia empírica de una relación positiva entre éxito exportador y generación de empleo.



Fuente: reproducido desde Milesi y Aggio (2008, pág. 81).

Nota: Calculado utilizando Test de Chi², para una significancia de 1%. Los porcentajes indican el crecimiento de 2006 con relación al 2004.

Otros estudios como el de Beck, Demirgüç-Kunt y Lavine (2005) enuncian que los análisis empíricos no logran sustentar que las MIPYMES ejerzan un efecto directo en la reducción de la pobreza. Lo cual no implica que no lo puedan hacer o que definitivamente no lo hagan, pero sí que los estudios actuales encuentran escasa o nula evidencia de ello.

Una tercera vía es la posición presentada por REDMICROH (2008), que afirma que la MIPYME, a través de la herramienta de la microfinanzas, ayuda a reducir la pobreza, debido a que facilita el acceso a servicios financieros para la población de escasos recursos.

Integración Económica

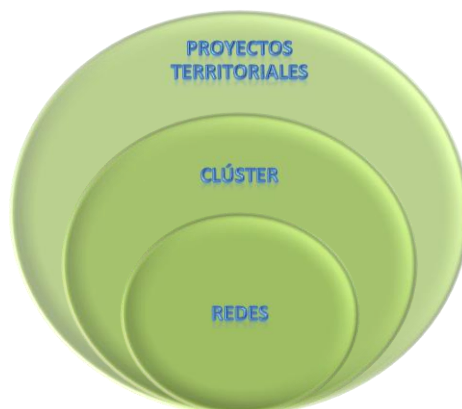
Es necesario ahora analizar la forma de incorporarse a la economía nacional que tienen las MIPYMES, los estudios han establecido distintos modos de integración económica del sector, los primeros tres – Clúster, Red y Proyecto Territorial– corresponden a modelos entre MIPYMES, mientras el último – Integración Vertical– incorpora la posibilidad de integración con las GEs.

Las mencionadas estrategias entre MIPYMES no son excluyentes sino que se pueden y deben relacionar entre sí; de esta forma se espera que los proyectos territoriales realicen acciones a favor de la generación de clúster, los cuales prefieren el establecimiento de redes empresariales a su interior. Esto, con el objetivo de que las MIPYMES incrementen las ventajas con que cuentan debido a su estructura, captando también las ventajas de las grandes empresas, a través de la aglomeración colectiva, la cual

supliría las características de las cuales carecen las pequeñas firmas individualmente (Bianchi & Di Tommaso, 1998); este tipo de integración lograría lo que Marshall (1948) denominó “economías externas”, como contraposición a las “economías [de escala] internas” de las grandes empresas.

“Las redes empresariales y las iniciativas para el desarrollo de la competitividad del clúster o del territorio permiten desarrollar factores competitivos distintos y complementarios: las redes generan beneficios apropiables por un número limitado de empresas; las actividades asociadas impulsadas por los proyectos clúster o territoriales apuntan a generar bienes colectivos casi públicos” (Dini, Ferrero, & Gasaly, 2007, pág. 19).

Esquema 4 – Integración Horizontal



Fuente: reproducido desde Dini, Ferrero y Gasaly (2007, pág. 18).

Redes

Una red se conforma voluntariamente entre empresas de un mismo sector y locación geográfica, que generan lazos entre ellas, sin perder su independencia, a fin de afrontar en conjunto problemas que les resultarían dificultosos de forma aislada. Las reglas internas de la red están establecidas por las mismas empresas que la componen, que son quienes continúan tomando las decisiones.

Esto involucra tanto a los objetivos comunes como actividades en conjunto, de entre las que se destacan: compra de insumos, contratación de consultorías especializadas, venta conjunta a fin de alcanzar economías de escala e instalación compartida de maquinarias de alto costo, entre las más relevantes.

Si bien existe en la definición un componente de voluntariedad de las empresas, esto no debe ser excluyente de la actividad y políticas que los Estados puedan impulsar en el sector, como alianzas público-privadas o capacitaciones en conjunto que busquen propiciar la generación de dichos lazos. Inclusive, la iniciativa pública puede ser importante a fin de romper barreras imaginarias entre los empresarios.

Clúster

Son una aglomeración importante de empresas de un mismo sector, ubicadas en una locación geográfica determinada y no muy extendida, pero que no necesariamente se encuentran relacionadas entre ellas; por ello suele utilizarse el concepto de “polo productivo” como sinónimo.

Los clúster tienen a aprovechar los factores productivos de una región, como la capacidad técnica especializada y ociosa, o los recursos naturales disponibles; pero una de las principales causales de su generación son las políticas fiscales. Así, por ejemplo, la gestación de estos polos de producción suelen darse por reducciones impositivas o incentivos fiscales a determinadas ramas productivas, en una determinada región geográfica.

Una vez establecidas allí es beneficioso para las MIPYMES, que se generen redes dentro de los clúster a fin de lograr objetivos comunes, ya sean éstos de índole exportador, logístico, de capacitación o de reducción de costos, entre los más importantes.

Al mismo tiempo, y como veremos más adelante (Integración Vertical), los polos de producción generan un espacio propicio para que las micro, pequeñas y medianas empresas actúen como subcontratadas de las grandes empresas, integrándose en la cadena de valor de éstas.

Proyectos territoriales

Su principal diferencia con el clúster es que comprenden a más de un sector de producción, lo que une aquí a las distintas empresas no es un objetivo común o una determinada política de apoyo o la reducción de costos, sino que son factores sociales, culturales y políticos, dados por la historia y la tradición de la región donde se emplazan.

El origen de los proyectos territoriales son políticas públicas de orientación general (que no se focalizan en ningún sector en particular) que buscan beneficiar a todos los miembros de una comunidad dada, lo que le otorga a la actividad características de un bien público mayor; el ejemplo clásico de este tipo de medidas son los proyectos de planificación de uso del territorio (construcción de escuelas, mejoramiento de los procesos administrativos, reducción de trabas municipales, entre otros).

Contrasta con las redes y clúster, en que los proyectos territoriales, al incorporarse empresas de distintos tipos y sectores, la dirección suele recaer en manos de instituciones del sector público, ya sean estas de apoyo o administrativas (Dini, Ferrero, & Gasaly, 2007).

La Integración vertical

Hummels, Ishii y Yi (2001) definen el concepto de especialización vertical para cuando esta ocurre entre países; nosotros aquí la aplicaremos de la misma manera pero para las relaciones entre empresas. Hechas las aclaraciones pertinentes, la integración vertical tiene tres características:

- a) Un bien es producido en dos o más etapas secuenciales;
- b) Dos o más empresas incorporan valor agregado al bien durante su producción; y
- c) Al menos una empresa debe utilizar bienes de otra en su etapa de producción, y algo de su resultante debe ser enviado a una tercera empresa.

Las grandes empresas no tienden generalmente a integrarse de forma vertical entre ellas²⁸, este es un buen nicho para las MIPYMES, que sí tienen entrada en las cadenas de valor de las GEs. La forma más

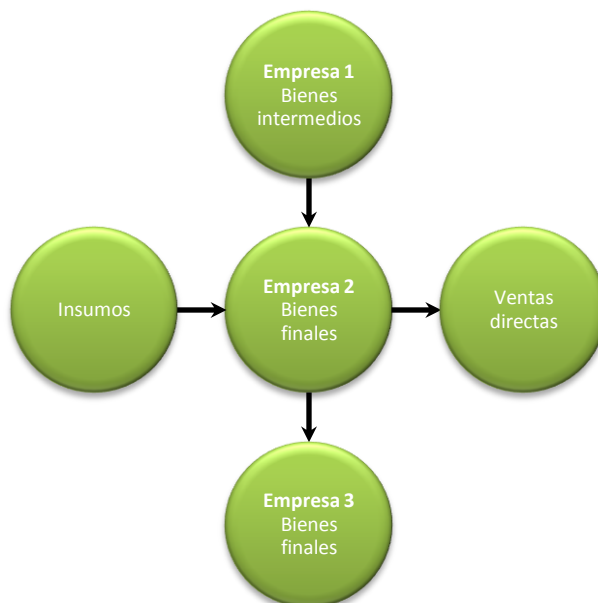
²⁸ Ver Schmitz (1993).

común es la subcontratación. Así, las empresas de menor tamaño suplen áreas de las grandes empresas en su división interna del trabajo.

No obstante los beneficios de esta integración, la misma debe realizarse con precaución y el Estado debe saber acompañar la misma de manera funcional, especialmente en lo que respecta al calendario de vencimiento impositivo. Han existido reclamos por parte de los microempresarios²⁹ en países como Chile, debido a que las grandes empresas a las que estos prestan servicios, difieren los pagos a las MIPYMES, a la vez que estas deben cancelar el impuesto al valor agregado (IVA) de forma mensual, con lo que pagan por ventas que si bien lo han tenido que facturar, no lo han cobrado, lo cual les implica un desbalance importante ya que el impuesto es del 19%.

Asimismo, es de opinión de estudios especializados, que si las MIPYMEX desean aprovechar la liberalización del comercio y la apertura económica, es necesario que se incorporen como subcontratistas y proveedoras de empresas transnacionales (Haar, Leroy-Beltrán, & Beltrán, 2004).

Esquema 5 – Integración Vertical



Fuente: adaptado desde Hummels, Ishii y Yi (2001, pág. 78).

Lo anterior se debe buscar sin descuidar la articulación necesaria, debido a que puede conducir a relaciones de rauda dependencia que tampoco son benéficas para las MIPYMES.

En lo que respecta a la integración vertical entre micro, pequeñas y medianas empresas se le suele denominar *área-sistema*, que son grupos de empresas concentradas territorialmente al estilo de las redes, pero cuyas relaciones en común versan en la utilización en cadena de los bienes producidos por otras empresas. “En estos sistemas, cada empresa ocupa una etapa precisa de producción y es, al mismo tiempo, proveedora y utilizadora de bienes y servicios, de modo que en conjunto el sistema es como una gran empresa, lo que permite aprovechar importantes economías de escala” (CEPAL, 1988, pág. 59),

²⁹ Ver Sacristán R. (2009).

impulsando así la eficiencia y productividad en conjunto. Las *área-sistema* tuvieron su principal auge en la década de los setenta en Italia, cuando aún imperaba el paradigma del *fordismo*.

Articulación exportadora

Entre las décadas de los cincuenta y sesenta, especialmente en América Latina, las MIPYMES estaban completamente abocadas al mercado local y la sustitución de bienes de importación bajo el modelo de industrialización por sustitución de importaciones (ISI); con poco reparo en la calidad de los bienes, la eficiencia o los costos de producción (Kuwayama, E-commerce and export promotion policies for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences, 2001).

A ello se sumaba la protección que el Estado ofrecía, bajando los niveles de competitividad externa (Yoguel, 1998). El resultado fue un desinterés por la exportación. Esto comienza a cambiar en los ochenta y se hace patente en los noventa con el nuevo paradigma de uso intensivo de la tecnología y el conocimiento, y la apertura y liberación comercial.

Antes que ver cómo pueden enfrentar el desafío de la exportación las MIPYMEX, es necesario entender qué es lo que las motiva a insertarse en el sector externo del comercio. En dicha línea Moen (1999) realizó una clasificación en doce posibles motivaciones; ordenadas por la importancia dada en encuestas:

1. Ganancia potencial,
2. Reducción de dependencia del mercado local,
3. Demanda por parte de los mercados de exportación,
4. Experiencia exportadora positiva,
5. Escasa demanda en el mercado local,
6. Expansión,
7. Iniciativa extranjera,
8. Contactos,
9. Órdenes de compra no solicitadas,
10. Exceso de capacidad instalada,
11. Estancamiento del mercado local,
12. Iniciativas gubernamentales.

Como se aprecia, las razones para el impulso exportador no pueden ser clasificadas unívocamente y presentan un abanico de posibilidades tan amplio que indica la improbabilidad de resultados certeros en investigaciones que determinen el patrón exportador de acuerdo a una o pocas razones dentro de una estrategia general de las MIPYMEX.

Modos de articulación con las GE

Es importante destacar que la integración vertical expuesta con relación a las grandes empresas potencia sus efectos positivos si es que la GE implementa programas de exportación que contemplen un acuerdo con MIPYMES, en los cuales estas también se inserten en el sector externo del comercio, favoreciendo su producción y aumentando sus ventas.

Bercovich, Martínez, Moori y Wiñazky (2006) realizan un análisis en el cual primero diferencian entre las iniciativas de promoción exportadora desde el sector público, y aquellas que involucran un acuerdo entre una GE que lidera la inserción exportadora de una MIPYMEX; sub-clasificando estas últimas en dos grandes categorías: Programas de Articulación Exportadora (PAE) e Iniciativas Pro-Exportadoras (IPE).

Los PAE son iniciativas más estructuradas, con “esquemas de colaboración relativamente estables, institucionalizados y complejos, tendientes a favorecer las exportaciones PyMEs, que suponen ciertos compromisos de las grandes empresas con sus clientes o proveedores, y que normalmente comprenden a un conjunto relativamente numeroso de PyMEs de la cadena de valor, sean éstas exportadoras actuales o potenciales” (Bercovich, Matínez, Moori, & Wiñazky, 2006, pág. 21).

De manera diferente, las IPE son acciones encaminadas a apoyar las exportaciones de MIPYMEX vinculadas a la GE. Si bien pueden perdurar en el tiempo y contar con cierta institucionalidad, no presentan un grado importante de formalidad.

Finalmente no se puede dejar de mencionar que las GE, si bien llegan a incorporar la ayuda a las MIPYMEX como parte de su responsabilidad social empresarial, esto no siempre es así, y cuando no lo es, solo se apoya a las MIPYMEX que ya son funcionales a la empresa. El rol del Estado no tiene que ser descuidado en lo que respecta a la internacionalización del sector de micro, pequeñas y medianas empresas exportadoras; dicha función no debe reducirse a meras facilidades administrativas, que aún siendo importantes, no son suficientes; se debe capacitar al sector MIPYMEX y ayudar a encontrar el nicho de mercado a ser explotado en el extranjero. En este sentido son loables las iniciativas gubernamentales que premian a las GE que incorporen a MIPYMES dentro de su cadena de valor, a la vez que les otorguen capacitación para exportar.

Áreas que definen la internacionalización

Los estudios que han tratado de entender el por qué de la internacionalización de las MIPYMEX son variados, no obstante, Coviello y Martin (1999) presentan un resumen donde se mencionan tres áreas que se destacan por sobre las demás; estamos hablando de la inversión extranjera directa (IED), la expansión por etapas y los vínculos interpersonales. En lo que respecta a la IED, existen dos vertientes explicativas, la primera de ellas considera que la fuerza guía de los capitales a invertir es la minimización de los costos de transacción; así, una empresa se establecerá en un mercado extranjero si es que en dicha plaza, y gracias a las imperfecciones del mercado, los costos de transacción son menores. La segunda vertiente es más ecléctica y reclama la incorporación de otros factores en la determinación de la plaza en la que se efectuará la inversión.

La expansión por etapas suele estar muy vinculada con la teoría sobre el aprendizaje de los directivos de las empresas. Así, dentro de las teorías que se sustentan en el área de la expansión por etapas, una de las difundidas indica que la exportación comienza con pequeñas cantidades, a mercados que el propietario considera –y aquí el componente psicológico es muy importante– cercanos; a partir de allí las empresas van ganando conocimiento del sector externo y a medida que ganan experiencia se van expandiendo a mercados psicológicamente más distantes y en cantidades más grandes.

Finalmente, el área de los vínculos interpersonales recae sobre la teoría de los intercambios sociales y la dependencia de recursos; incorpora así vínculos formales e informales en la dinámica de internacionalización de las empresas, ofreciendo de esta forma una visión alternativa al enfoque planteado en las anteriores dos áreas. En ésta misma línea es que Yoguel (1998) afirma que la visión que el propietario de la empresa tenga sobre el sector externo o un país en particular, sesgará la internacionalización de la MIPYMEX.

Los vínculos interpersonales se diferencian de la teoría de la IED en que observa los patrones de interacción social, donde la IED se queda con los factores estáticos y decisiones racionales. Del área de la expansión por etapas se distingue en que aquella considera una sola dimensión, mientras que la de los vínculos interpersonales es multidimensional en tanto que considera una pluralidad de relaciones.

El éxito exportador, sus condicionantes y resultados

Como es lógico, no toda MIPYMEX es exitosa, aún permaneciendo dentro del sector; es por ello que se hace necesario un análisis de los condicionantes para el éxito exportador. Para el caso parecería existir un acuerdo entre los académicos³⁰ en la elaboración de un Índice de Éxito Exportador³¹, que se compondría por cuatro elementos: continuidad exportadora, dinamismo exportador, diversificación de mercado, y complejidad de los mercados de destino.

La primera condicionante del éxito exportador pareciera provenir del componente de Actividades de Innovación (AI), el cual comprende las innovaciones tecnológicas del producto y su proceso, al tiempo que contempla también el gasto en investigación y desarrollo.

Esta primera distinción nos lleva a una segunda con la definición clásica de gasto en investigación y desarrollo, ya que bajo aquella podríamos recaer en la mera incorporación de bienes de capital del esquema de producción del *fordismo*. El concepto ahora utilizado en el área va más allá y obliga a la retroalimentación y el mejoramiento del producto, en un mercado mucho más competitivo respecto de la diversidad y no solo del costo.

La tercera aclaración que debe hacerse respecto de las Actividades de Innovación, es que sus niveles pueden variar entre MIPYMEX competitivas de distintos Estados, ya que existe una importante especificidad del país, donde las ventajas que se ofrecen a las exportadoras pueden compensar la inversión en las Actividades (Milesi & Aggio, 2008).

Finalmente, no debe considerarse la relación existente entre mayor inversión en AI con el éxito exportador como de causalidad, es simplemente una correlación. No obstante, es un vínculo unidireccional, es decir: se reconoce mayor éxito exportador a mayor inversión en AI, pero no a la inversa.

La segunda determinante del éxito exportador está dada por las capacidades de financiamiento de las empresas exportadoras, donde los estudios indican que las MIPYMEX exitosas cuentan con mayor

³⁰ Ver Crespo Armengol (2006) y Milesi y Aggio (2008).

³¹ El cálculo del Índice mencionado será explicado en el capítulo sobre indicadores, limitándonos aquí a mencionarlo.

acceso a fuentes alternativas de financiamiento (no requieren autofinanciarse), de entre las que se destacan clientes externos y programas públicos.

No obstante, los gastos en Actividades de Innovación son todavía mayoritariamente provenientes de recursos propios (Milesi & Aggio, 2008, pág. 44), lo cual impide el desarrollo pleno de la potencialidad innovadora de las empresas y su aprovechamiento de las oportunidades de exportación. Son por ello aquí necesarios mayores esfuerzos en materia de líneas de créditos flexibles para las MIPYMEX.

Tabla 10 – Fuentes de Financiamiento para AI
(Porcentaje de respuestas, opciones múltiples)

Fuentes de Financiamiento para AI	Exitosas	No Exitosas
Recursos propios	62,4	70,7
Bancos privados	17,7	16,0
Bancos Públicos	5,4	3,2
Proveedores	,45	5,0
Cientes nacionales	1,5	1,8
Cientes extranjeros	2,8	0,8
Fundaciones	,05	0,1
Programas públicos de apoyo	2,5	1,2
Otros	2,5	1,2

Fuente: reproducido desde Milesi y Aggio (2008, pág. 43).

La relación entre tamaño y éxito exportador fue revisada utilizando a Argentina como caso de estudio, primero por Milesi y Yoguel (2001) a través de modelos econométricos; y posteriormente por Crespo Armengol (2006) con datos empíricos. Ambos estudios concluyeron que no pareciera existir una relación determinante entre tamaño y éxito exportador. No obstante, los estudios analizados que aplican el índice de éxito exportador, no aportan nuevas luces sobre el tópico.

Canales de comercialización

Hasta aquí observamos el por qué, en qué áreas y cómo exportan de forma exitosa las MIPYMEX; es necesario ahora, entonces, definir cuál es la forma a través de la cual interactúan éstas con el sector externo. Al respecto Milesi y Yoguel (2001) elaboraron una clasificación en seis canales de comercialización:

Tabla 11 – Canales de comercialización

Canal	Explicación
I Venta Directa	Sin trasladar ningún personal, la empresa comercializa sus productos en un mercado externo.
II Distribución o representación	Sin trasladar ningún personal, la empresa comercializa una o varias líneas de productos de otra empresa en un mercado externo.
III Presencia Directa	Implica el traslado de personal a la plaza extranjera, ya sea para vender productos propios de la empresa, como los que están siendo representados de terceras unidades productoras.
IV Acuerdos	Implica alianzas con otras empresas que se encuentran establecidas en un país distinto al propio.
V <i>Traders</i>	Vendedores establecidos en el mercado de destino y que comercializan el producto al pormenor directamente con el público.
VI Comercio Electrónico	Es una variante de la venta directa, pero se realiza operando a través de medios electrónicos.

Fuente: autores sobre Milesi y Yoguel (2001).

Determinantes internos y nacionales

Haar, Leroy-Beltrán y Beltrán (2004) realizan un aporte debelador, resaltando a los determinantes internos como los más importantes, aún por sobre la liberalización del comercio o las políticas macroeconómicas. En dicho estudio los autores destacan los puntos débiles al interior de las empresas: aversión al riesgo, control excesivamente centralizado, inadecuada planificación, y habilidades directivas deficientes.

Características que se potencian con los problemas de capacitación, investigación y desarrollo, acceso al financiamiento y bajo control de calidad; a partir de lo cual se puede concluir, conjuntamente con Kuwayama (2001), los problemas internos se combinan con desafíos externos a fin de constreñir las exportaciones de las MIPYMEX.

En la misma línea, Ueki, Tsuji y Cárcamo Olmos, clasifican las principales barreras a la exportación que las MIPYMEX latinoamericanas enfrentan: “(1) debilidad de las empresas en la gestión de calidad, la información, la estrategia de marketing y la gestión de clientes, entre otras; (2) falta de capital humano y acceso al crédito[...]; (3) poca capacidad de producción; (4) falta de acceso a la información relativa a los mercados, [y] las normas técnicas [...]; (5) altos costos de transporte y complejidad y lentitud de los procedimientos [burocráticos] relacionados con el comercio” (2005, pág. 9).

Amenazas y Oportunidades

Los capítulos que preceden han delineado la importancia que las micro, pequeñas y medianas empresas tienen en la economía, cómo se las define y clasifica. En la segunda sección se buscó revisar cómo se incorporan las MIPYMES en la economía nacional y en el sector externo, observando sus aportes y determinantes. Es ahora necesario adentrarnos en cuáles son los principales problemas y amenazas a los que las MIPYMES se enfrentan, y cuáles son las posibles formas de solucionar dichas barreras a su desarrollo.

Principales problemas y amenazas

En primera instancia se debe tener presente que muchos de los preconceptos sobre el sector son infundados; esto no quiere decir que la aseveración esté equivocada, pero sí que se basa sobre supuestos no sustentados en datos empíricos o metodologías de rigor científico³². Es por ello que debemos deambular con cuidado en la recolección de las dificultades de las MIPYMES, y si no enumeramos aquí todas las más comúnmente consideradas, será en primera instancia por falta de rigor de aquellas y no por desconocimiento.

Gráfico 6 – Principales problemas de las PyMEs europeas
(Número de respuestas, múltiples opciones)



Fuente: reproducido desde Comisión Europea (2008, p. 8).

Analizaremos primero los principales problemas recogidos en las tipologías de los estudios empíricos del sector; esto a fin de ofrecer una muestra de la amplia gama de desafíos a los que se enfrentan las MIPYMES, según recogen dichos estudios a través de encuestas.

Posteriormente nos abocaremos al análisis más en detalle de algunas de las grandes amenazas al desarrollo que sufren las micro, pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de ofrecer algunas alternativas en modo de solución a dichos inconvenientes.

³² Ejemplo de ello son nociones como la esbozada por López (2005) acerca de que la micro empresa presenta un menor grado de inserción en los mercados que la pequeña y mediana. Es altamente probable que esto efectivamente se así, pero el texto no presenta dato alguno que lo sustente.

Problemas generales

Las tipologías de problemas de las MIPYMES son variadas y extensas, antes de aventurarnos en ellas es necesario establecer una clasificación principal entre las que se relacionan con factores y causales internas a la empresa y aquellas que se presentan como impuestas por el medio, es decir que son externas a la firma. Dicha clasificación es funcional al reconocimiento del ámbito de gestión de la barrera, ya que los desafíos internos deben ser abordados desde una óptica –principalmente– de capacitación de la empresa; mientras que para las amenazas externas se aplican políticas públicas, tanto de fomento y apoyo al sector, como de estabilización macroeconómica.

Sobre las barreras externas e internas resaltamos cuatro clasificaciones realizadas por distintos académicos –Huang y Brown (1999); Haar, Leroy-Beltrán y Beltrán (2004); y Dini, Ferraro y Gasaly (2007)– y por el sector privado –la Cámara de Comercio de Santiago (2007)–; en la tabla que sigue reclasificamos los problemas presentados en dichas tipologías, entre amenazas desde el interior y el exterior de las empresas. Aquellas categorías que se repitan entre las distintas clasificaciones serán tomadas como de una sola, a fin de evitar duplicaciones.

Tabla 12 – Principales problemas

Sector	Problema	Autores
Interno	Administración de operaciones	Huang y Brown
	Administración de recursos humanos	Huang y Brown
	Administración financiera	Huang y Brown
	Administración general	Huang y Brown
	Aversión al riesgo	Haar, Leroy
	Bajo control de calidad	Haar, Leroy
	Capacidad técnica	Parra Escobar
	Cultura empresarial	Dini, Ferraro y Gasaly
	Desarrollo de productos	Huang y Brown
	Desestimar nuevas tecnologías	Haar, Leroy
	Diseño de la estructura	Huang y Brown
	Formación empresarial	Parra Escobar
	Inadecuada planificación	Haar, Leroy
	Obtener financiamiento externo	Huang y Brown
Externo	Ambiente económico	Huang y Brown
	Bajo control de calidad ³³	Haar, Leroy-Beltrán y Beltrán
	Competencia	Cámara de Comercio de Santiago
	Costos de los insumos	Cámara de Comercio de Santiago
	Marco laboral	Cámara de Comercio de Santiago
	Marco regulatorio	Huang y Brown
	Nivel de demanda	Cámara de Comercio de Santiago
	Precio de los combustibles	Cámara de Comercio de Santiago
	Relacionados con la venta de productos	Huang y Brown
	Tasas de interés	Cámara de Comercio de Santiago
	Tipo de cambio	Cámara de Comercio de Santiago

Fuente: autores sobre diversos textos citados.

La visión y cultura empresarial

Dentro de los problemas internos, afectando tanto al diseño de la estructura como a la administración en general y a la planificación en particular, Hernández Fernández (2007) destaca la visión a corto plazo de los gerentes de las MIPYMES. Esto se ve principalmente reflejado en la búsqueda de resultados inmediatos y el autor lo achaca a la estructura familiar sobre la que se basan las microempresas del

³³ La categoría se repite en ambos sectores.

sector, que muchas veces surgen a fin de resolver problemas económicos concretos y no apuntan a una estrategia de inserción o producción a futuro.

En la misma línea Dini, Ferrero y Gasaly (2007) mencionan una serie de entrevistas en que los empresarios de MIPYMES reconocieron responder más a una lógica productiva que competitiva, haciendo que la atención a los clientes y la inserción en el escenario competitivo resulten de un largo proceso de aprendizaje a través de prueba y error.

La competencia externa y el tipo de cambio

Los noventa, junto con la apertura económica, la liberación comercial y la desregulación de mercados, trajeron apareados dos nuevos desafíos para las MIPYMES; el primero es completamente exógeno y tiene relación con la competencia que representa el sector externo en el mercado local, donde ahora la empresa tiene que competir con unidades productivas establecidas en plazas con circunstancias distintas y cuyos costos de producción y transacción pueden ser menores, viniendo a ofrecer los productos a valores inferiores y requiriendo entonces una reestructuración a fin de alcanzar los niveles competitivos necesarios, ya no solo para ganar mercados externos sino para conservar el lugar en el interno.

Gráfico 7 –Tipo de cambio real efectivo: países seleccionados
(Números índice: 2000 = 100)



Fuente: autores sobre datos de CEPAL.

Nota: promedio geométrico de los Tipos de Cambio Real Efectivo de veintidós países latinoamericanos (Argentina, Barbados, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominica, Ecuador, El Salvador, E. P. de Bolivia, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, R. B. de Venezuela, Rep. Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay).

El segundo gran desafío del modelo económico impulsado por el “Consenso de Washington” fue la liberación del tipo de cambio; donde Peres y Stumpo (2002) mencionan que la sobrevaloración de las monedas ocurrida en la región latinoamericana en la década de los noventa, minó gravemente la competitividad de las MIPYMES, ya que sus productos se encarecieron, comparativamente, con aquellos importados desde mercados con monedas cuyo valor, medido en tasa de cambio, era menor; lo mismo afectó a la competitividad de las exportaciones.

Las fuentes de financiamiento

Los recursos económicos necesarios tanto para iniciar el emprendimiento como para invertir en Actividades de Innovación y tecnologías de la información y comunicación es un tema de suma importancia en el análisis de las barreras al desarrollo de las MIPYMES; éstas no solo se ven afectadas por la falta de activos para garantizar el pago de los créditos, sino que los instrumentos bancarios especializados para el sector son escasos y las tasas de interés muchas veces inadecuadas para el fomento de las actividades.

Lo anterior redonda en una creciente utilización, por parte de los empresarios, de recursos propios en el desarrollo de su firma, ya sean estos ahorros o reinversiones de las ganancias obtenidas. Esto no es negativo per sé, pero sí implica un techo de recursos que dificulta el desarrollo y crecimiento de las empresas del sector. Otras formas de financiamiento que también son comunes implican el crédito de consumo y recurrir a prestamistas, ambas son perjudiciales para el microempresario; la primera por sus elevadas tasas de intereses –comparadas con los créditos bancarios– y la segunda por las connotaciones negativas y las condiciones impuestas por los usureros, a lo que se suman intereses regularmente elevados.

De acuerdo a un estudio realizado por Milesi y Aggio (2008) se puede clasificar a las fuentes de financiamiento de las MIPYMES entre diez categorías principales; en orden de importancia de acuerdo a lo relevado en el estudio:

- i. Recursos propios,
- ii. Bancos Privados,
- iii. Proveedores,
- iv. Bancos Públicos,
- v. Clientes extranjeros,
- vi. Programas públicos de apoyo a la innovación individuales,
- vii. Clientes nacionales,
- viii. Programas públicos de apoyo a la innovación asociativos,
- ix. Fundaciones,
- x. Otros.

Si bien el estudio separa entre MIPYMEX exitosas y no exitosas (medidas de acuerdo con el índice de éxito exportador que veremos en el capítulo de Indicadores), en ambas la principal fuente es el autofinanciamiento, y aunque existe una diferencia de casi diez puntos porcentuales entre la estructura de ambos tipos de MIPYMEX, los componentes son 62% de autofinanciamiento en las exitosas y 71% en las no. En cualquier caso, se destaca la debilidad de los sistemas financieros en los que operan las empresas y la necesidad de mejorar el acceso a recursos, tanto para el inicio de actividades como para las actividades de innovación.

Asimismo, el estudio de González y G. de Adames (2008) establece cuáles son los principales factores, en Panamá, que restringen la demanda de crédito, donde se destacan las garantías colaterales, los altos costos y la baja calidad de los servicios públicos, los excesivos trámites de formalización, los problemas en la titulación de tierras, y la escasa publicidad de los servicios de microfinanzas, entre otros.

Finalmente es necesario separar, como plantean Zamora y Sancho (2008), entre MyPEs y PyMEs, debido a que las primeras solo acceden a créditos de consumo, prestamistas o instituciones de microfinanzas (IMF), mientras que las segundas pueden obtener financiamiento por parte de la banca; lo importante es notar que el sector de pequeñas empresas se encuentra en ambos segmentos, esto debido a su diversidad, lo cual hace imposible el enclaustramiento de todas las firmas pequeñas en una sola categoría. Resulta entonces fundamental mantener esta distinción, que si bien no divide claramente las aguas, si plantea una diferenciación de las empresas a partir de los créditos a los cuales puede acceder, debido a su tamaño.

Falta de conocimiento de la legislación

De acuerdo con una encuesta realizada durante abril de 2009 en la Unión Europea, en cooperación con CROCIS (el Centro Regional de Comercio, Industria y Servicios), los empresarios MIPYME de Francia colocaron a la falta de conocimiento de la legislación como el principal obstáculo para el desarrollo de sus negocios (EurActiv, 2009).

El concepto general ha sido aplicado para estudios más específicos –aunque de áreas económicas más extensas– como los de Díaz (2005) y Alvarez (2008), donde se destaca que las barreras sanitarias y fitosanitarias, al igual que las medidas de seguridad en el comercio por las que son rechazados los productos de exportación de firmas latinoamericanas, se deben en gran medida a que los productores/exportadores desconocían la existencia de dichas reglamentaciones.

Es de esperarse que las grandes empresas cuenten con un departamento jurídico/técnico que se encargue de mantener informada a la empresa en el desarrollo de legislaciones; lo mismo no puede decirse de las medianas empresas, y mucho menos de las pequeñas o micro, donde no se plantea la división de trabajo.

Y si los desconocimientos legislativos son importantes para la exportación a terceros mercados, lo son más aún cuando el país se encuentra inmerso en un mercado común. Los procesos de integración, superado cierto estadio, implican la libre movilidad de bienes, servicios y factores de la producción, a fin de que esto sea efectivo, es necesario que el microempresario pueda tomar conocimiento de la legislación pertinente en todos los Estados Miembros.

Existen dos vías para ello, la primera –más simple debido a que mantienen intangible la soberanía de los Estados– es generar capacitaciones sobre las legislaciones vigentes en otros Estados; no obstante, ésta modalidad es útil en tanto el número de Estados sea reducido, para el caso contrario se recomienda una segunda aproximación, más compleja, que implica la armonización de ciertas normativas a nivel comunitario.

Vulnerabilidad

El Libro Blanco de la Microempresa (1997) destaca tres ámbitos donde la Microempresa salvadoreña presenta vicios de vulnerabilidad; dicha clasificación puede ser cómodamente aplicada a las microempresas en todos los países, sino también a la pequeña empresa.

- i. Vulnerabilidad legal: construida sobre la informalidad del sector y su falta de registro formal, lo cual la desvincula de las obligaciones legales, pero la excluye de los derechos

que la ley otorga. Así mismo, esta vulnerabilidad se expresa, en algunos países, en la disparidad de incentivos propuestos, aún estando la empresa legalmente inscrita; es decir: el fomento hacia otros sectores es mayor que hacia el microempresariado.

- ii. Vulnerabilidad empresarial: ésta se ve en la carencia de capacidades de gestión, normalmente expresada a través de la falta de registros contables y de conocimientos sobre herramientas básicas de gestión.
- iii. Vulnerabilidad comercial: debido a la competencia que enfrentan en mercados dominados por otras formas empresariales.

La clasificación del LBM se basa en tipos ideales, complementarios pero no excluyentes y con descripciones genéricas; lo anterior implica que los tres tipos de vulnerabilidades no necesariamente se presentan en conjunto en todas las economías, ni lo hacen necesariamente de la forma en que son descriptas, dicha tipología responde a la ejemplificación de lo que implica una vulnerabilidad en cada uno de los sectores, sin ser necesariamente figuras de aplicación textual.

Los desafíos de la globalización

A pesar de las grandes oportunidades que la globalización encarna –acercamiento de fronteras, aumento de interdependencia, abaratamiento de costos, incremento de incentivos competitivos, entre otros– representa también una amenaza a las MIPYMES en tanto que el tamaño de estas supone una menor capacidad, poder de mercado y demás recursos tradicionales, donde el tamaño sí ha demostrado favorecer a las GEs. Así, las complejidades de operar en un contexto de globalización resultan proporcionalmente más onerosas para las MIPYMEX que para las grandes empresas exportadoras (Knight, 2000).

En dicho escenario, la estrategia a largo plazo –rompiendo la barrera vista con anterioridad– e implementación de decisiones orientadas a aprovechar las oportunidades y sobrellevar los desafíos pesan grandemente en el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, tanto en el contexto doméstico como de internacionalización de productos.

Aquí es nuevamente positiva la articulación entre MIPYMEX y, especialmente, con GE exportadoras, que apoyen y acompañen a las pequeñas firmas en los primeros momentos de su internacionalización. También son importantes las colaboraciones estatales en facilitar a las MIPYMEX la participación en ferias internacionales y la utilización de oficinas comerciales como fuentes de información especializada acerca de los mercados de destino.

Oportunidades

Lo visto anteriormente en referencia con las amenazas a que se enfrentan las firmas de menor tamaño puede dejar un resabio amargo sobre su posible desarrollo, pero hemos querido ir dejando entrever que existen herramientas, novedosas y no tanto, que pueden y deben ser puestas a disposición de los empresarios del sector, a fin de garantizar la factibilidad del desarrollo de éstos, siendo que ya se ha visto la importancia que las empresas del sector revisten para las economías nacionales y el bienestar de las sociedades.

Enfocaremos la presente sección desde cuatro grandes áreas de apoyo a la MIPYME, la primera es la que corresponde al sector público y que reviste, en primera instancia, el debate sobre la necesidad de que éste efectivamente intervenga; para luego ver cómo podría hacerlo. Luego veremos las herramientas que se presentan desde el sector privado, principalmente como alianzas mixtas con el sector público e iniciativas desde las grandes empresas hacia las MIPYMES. En tercer lugar se verá el aporte que se espera desde la academia, como generadora de conocimiento y de capacitaciones enfocadas en el microempresario. Finalmente se analizará el posible efecto benéfico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), y el comercio electrónico; para finalmente detenernos en el acceso a recursos de financiamiento.

Desde el gobierno

Los primeros estudios sobre la relación entre el Estado y el sector MIPYME ofrecían una visión de libre mercado, donde se presentaba a un gobierno italiano cuya política industrial en los primeros años de desarrollo de la pequeña industria, había sido la “no-política”³⁴, esta ausencia de intervención del sector público era considerada como facilitadora del desarrollo de la MIPYME.

Dicha aseveración sería revisada años más tarde; como resultado se concluyó que el sector público sí realizó una intervención, pero ésta pasó inicialmente desapercibida por los estudios ya que no se basó en políticas de promoción directa de las firmas de menor tamaño, sino en inversión en infraestructura – caminos y escuelas técnicas, entre otros– y establecimiento de estándares de calidad y salud municipales.

En el camino hacia esta visión positiva de la intervención gubernamental a favor de las MIPYMES, ciertos interrogantes debieron de ser resueltos; algunos de ellos –como hemos visto– respondieron a concepciones teóricas o paradigmáticas generales; otras, en cambio, responden a situaciones propias de cada país, que han sido resueltas en muchas economías, pero que deben ser encaradas en cada nueva política nacional de fomento del sector; así Späth (1993) va a resumir el concepto bajo la noción de que las MIPYMES deben ser apoyadas solo si prueban ser viables tanto económica como socialmente.

Di Tommaso y Dubbini (2000) cuestionan que se realicen intervenciones sin la existencia de una verdadera teoría de la MIPYME que aporte luces sobre el funcionamiento del sector y las verdaderas necesidades de éste. No obstante, debemos destacar que aún sin contar con dicho marco de referencia, las inversiones en infraestructura parecieran haber probado ser lo suficientemente eficientes de manera transversal como para poder ser implementadas sin mayor desarrollo teórico. Al mismo tiempo, el desarrollo de la teoría sobre las MIPYMES –en el que se enmarca el presente trabajo– ha evolucionado considerablemente desde el trabajo de Di Tommaso y Dubbin y creemos que se encuentra en un estadio en el que ya posibilita a los Estados a implementar programas exitosos de apoyo a las MIPYMES.

En segunda instancia Peres y Stumpo (2002) destacan que existe una gran diferencia entre lo que se dice y lo que se hace en materia de promoción de las MIPYMES; resultando esto en un apoyo público más nominal que real, donde gran parte del discurso oficial no se ve respaldado por acciones que cuenten con los recursos o los fondos necesarios para repercutir en el desempeño de las empresas del sector. Si

³⁴ Ver CEPAL (1988, pág. 52).

esta realidad no es tenida en cuenta y se analiza la eficiencia de la intervención pública a través de los resultados esperados de los discursos, programas o leyes, sin tener en cuenta los que realmente han sido implementados, se estará sesgando la investigación. En la misma línea Meyer-Stamer (2001, pág. 38) afirman que “las MIPYME son objeto de la política social y no de una política económica dinámica”, lo cual implica una aproximación, desde el gobierno, que atañe a la empresa de menor tamaño como herramienta social y no reconoce su valor económico.

En tercer lugar el ámbito fiscal es de suma relevancia para la competitividad de las empresas, tanto para dar confianza y certeza a los inversionistas, como para fijar tasas impositivas similares o competitivas con los socios comerciales, bajando los costos de transacción de las operaciones fiscales. La presencia de estos elementos puede no garantizar la competitividad, pero la ausencia de ellos la condena (Macias, 2008).

En lo que respecta a las políticas de promoción se destaca la necesidad de que en estas se incorporen los conceptos de *focalización*, es decir una orientación de los programas hacia la inclusión de una población económicamente marginal, diversificando los servicios a fin de adaptarlos a sectores de distintos ingresos. *Integralidad*, que se entiende como el desarrollo simultáneo de diversas áreas y la combinación de esfuerzos de éstas a fin de lograr el objetivo de desarrollo. *Identificación de mercados*, a fin de que los productos se concentren en aquellos nichos donde efectivamente tienen oportunidades de éxito. Y *Fortalecimiento* productivo a través de una base tecnológica que permita producir bienes que compitan de acuerdo a las necesidades y gustos del mercado. (Parra Escobar, 2000)

Aparte de las políticas de promoción, existen también como herramientas públicas las Acciones de Apoyo al sector, entre las que se destacan las enfocadas en áreas de capacitación –empresarial y técnica–; asistencia técnica; facilitación de información; acceso al financiamiento; y organización (Parra Escobar, 2000).

En cuarto lugar, el Estado tiene un rol fundamental en lo que respecta a evitar la continuidad del vacío estadístico, jurídico y fiscal que constatan estudios como el de González y G. de Adames (2008) en Panamá; situación que es preocupante, tanto para el desarrollo del sector como para la estabilidad del empleo y la efectividad de las políticas públicas que a él se dirigen.

Por último, pero no menos importante, a fin de apoyar a las MIPYMES y a los trabajadores vulnerables del sector, el Estado debe cumplir un rol coordinador entre los programas de apoyo a la capacitación de los ministerios de trabajo, educación y comercio, experiencia que ha resultado muy positiva en muchos países³⁵. Lo mismo debe decirse de los programas de apoyo económico y financiero elaborados por los bancos centrales y ministerios de economía.

Desde el sector privado

Desde el ámbito de las iniciativas de promoción vinculadas a las grandes empresas lo que se busca es incorporarlas en la cadena de valor de la firma; en orden a mejorar la producción y eficiencia de la MIPYME. La explicación de este comportamiento de las GE se ofrece desde dos ámbitos, el primero se enmarca en la lógica del mercado, una mejora en la situación de las MIPYMES asociadas a la GE

³⁵ Ver Organización Internacional del Trabajo (2008).

redundará, eventualmente, en mejoras también de los suministros que ésta aporta a la GE. En un segundo ámbito, se plantea también como parte de la Responsabilidad Social Empresarial³⁶ (RSE) el ayudar a las MIPYMES como parte de la ayuda a la población en la que se inserta la GE.

Existen gran cantidad de herramientas que las grandes empresas pueden y utilizan a fin de mejorar el rendimiento de las MIPYMES asociadas a ellas. Estas áreas de articulación entre las grandes y las micro, pequeñas y medianas empresas son recogidas por Bercovich, Martínez, Moori y Wiñazky (2006) a partir de un estudio de campo realizado en Argentina; allí destacan siete áreas:

- i. Financiamiento de compra de materias primas;
- ii. Promoción de consorcio de exportación;
- iii. Capacitación en temas de comercio exterior;
- iv. Apoyo para participación en ferias, contactos, identificación de distribuidores;
- v. Indicación de oportunidades comerciales, licitaciones;
- vi. Apoyo a la certificación y homologación de productos;
- vii. Inducción de un cambio cultural, nueva visión del mercado.

El mencionado estudio relevó que de las empresas involucradas en algún tipo de acuerdo de articulación, más del sesenta por ciento reportaban haber experimentado efectos positivos a partir de ellos, mientras que casi el cuarenta por ciento indicaron que el impacto fue significativo en su desempeño exportador, como se reproduce en la siguiente tabla.

Tabla 13 – Beneficios de la articulación exportadora
(Porcentaje de respuestas)

Resultados	Porcentaje (%)
Aumento sustancial del volumen exportado	16,4
Nuevos mercados de alta exigencia	14,8
Nuevos contactos externos	9,8
Aumento marginal de volumen exportado	9,8
Comenzaron a exportar	9,8
Nuevos mercados regionales	6,6
Empresas sin impacto	32,8
Total	100,0

Fuente: adaptado desde Bercovich, Martínez, Moori y Wiñazky (2006, pág. 38).

En tercer término debemos tener en cuenta que las iniciativas empresariales requeridas para el correcto desarrollo de las MIPYMES en el ámbito de economías abiertas y con reestructuración económica de mercado requieren no solo esfuerzo por parte del sector público o de la voluntad de las grandes empresas en ayudar a las MIPYMES; Kaufmann y Tesfayobannes (1997) elaboran un listado de los puntos en que es necesaria esta iniciativa por parte de las mismas micro, pequeñas y medianas empresa, a fin de lograr el desarrollo estable y perdurable en el largo plazo:

- i. Logística y gestión. Es necesaria la adecuación de la infraestructura a fin de mejorar la producción e incrementar la competitividad de las empresas.

³⁶ “La responsabilidad social de la empresa (RSE) es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores.” (Organización Internacional del Trabajo, 2008).

- ii. Calidad y valor agregado. Las crecientes demandas en este ámbito empiezan a hacer imperativa la adecuación de los procesos de producción a los estándares internacionales de calidad, lo cual también implica buscar proveedores que garanticen dicha calidad.
- iii. Eficiencia. La forma de asignar recursos generando mayor producción y menor contaminación ambiental exigen un nuevo estilo de conducción, con incentivos para el personal y capacitación, modernizando así la cultura empresarial.
- iv. Modernización. Las técnicas de producción suelen responder a procesos ya antiguos y que requieren de una actualización, a fin de continuar siendo competitivos y ofreciendo productos atractivos.
- v. Flexibilidad organizacional. Es necesario que se den mayores posibilidades de cooperación empresarial, redes integradas y nucleamiento dentro del sector.

Los puntos señalados buscan una reorientación del empresariado mismo hacia la innovación no solo de productos sino también de procedimientos y lógica empresarial. La MIPYME no debe esperar que las ayudas y programas de promoción externos mejoren su competitividad y situación económica, si no está dispuesta a implementar ella misma cambios al interior de su planta. Así, “todo lo anterior pierde validez si no se asume un fuerte compromiso y capacidad de organización empresarial [... lo que] se traduce en la identificación de características de liderazgo empresarial y capacidades de organización en los empresarios de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)” (Figuroa de Santamaría, La experiencia de las redes empresariales en Centroamérica, 2008, pág. 358).

La academia

El rol de los centros de investigación y de formación profesional es central en el desarrollo de una industria nacional innovadora y, por lo tanto, afecta ya sea directa o indirectamente a la micro, pequeña y mediana empresa. Con el sector de la academia existen dos tipos de vinculaciones importantes para el microempresario, pero que deben partir desde los claustros, presentándose así como oferta y no debiendo responder únicamente a la demanda.

El primer vínculo que debe robustecerse y que es fundamental para el desarrollo y fortalecimiento del sector es la academia como generadora de capacidades. Esto no implica únicamente programas de formación de técnicos –lo cual es importante–, pero sí de capacitación en el uso de tecnologías de la información y las comunicaciones, en la utilización de herramientas de gestión y administración de las empresas, en las formas modernas y más eficientes de organizar los talleres; y finalmente, pero no por ello menos importante, en los nuevos medios y métodos para relacionarse con el cliente y aprender de él.

El segundo vínculo, tiene relación con la función de la academia como generadora de innovaciones y facilitadora de nutrientes de la empresa. La mayoría de las MIPYMES no cuentan con los recursos necesarios para hacer investigación y desarrollo, y menos para pagar las licencias de las grandes empresas. Es por ello que a la academia le corresponde la función pilar de desarrollar nuevos productos y procesos, a fin de ponerlos a disposición de los microempresarios a menores costos que los de mercado. Aquello siempre bajo la lógica de que el microempresario no debe ser favorecido en deterioro

de otros, sino para otros, que el conocimiento transversal solo se puede lograr cuando académicos y empresarios comprenden que el trabajo mancomunado debe enfocarse a la ayuda y el desarrollo comunitario, especialmente en sectores de tanta importancia para el desarrollo social y que no cuentan con los recursos necesarios para realizar las investigaciones que las universidades tienen.

Estas articulaciones pueden darse tanto desde las universidades, como de los centros de formación profesional y los bachilleratos; sean estos privados o públicos y a sabiendas de que debido a que el espectro de las MIPYMES es tan amplio que todas las especialidades son necesarias y útiles al sector.

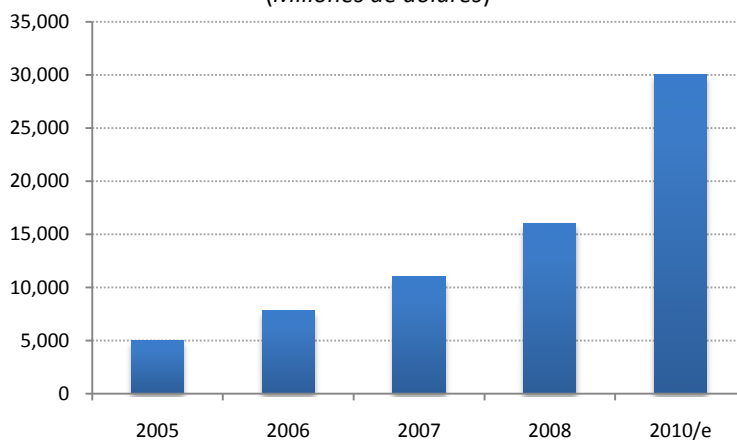
Las tecnologías de la información y comunicación y el comercio electrónico

Una serie de estudios de caso son relevados por Ueki, Tsuji y Cárcamo Olmos (2005, pág. 10) para confeccionar una lista de razones por las cuales las TICs pueden solucionar parte de los problemas de exportación –principalmente– de las MIPYMES, destacando:

- i. Mejorar el acceso a la información,
- ii. Mejorar la gestión administrativa interna,
- iii. Mejorar la gestión de productos y el control de calidad,
- iv. Aumentar la productividad,
- v. Facilitar la colaboración con otras empresas,
- vi. Lograr nuevas oportunidades comerciales,
- vii. Reducir los costos relacionados con procesos comerciales,
- viii. Mejorar la transparencia del sector.

Las TICs no son per sé generadoras de eficiencia o de oportunidades, pero sí son herramientas sumamente útiles al momento de reforzar la competitividad tradicional de las firmas y posibilitar el ingreso a un mercado más demandante; lo que conduce a las MIPYMES a alejarse de un enfoque estático de producción y acercarse más a las necesidades de los consumidores.

Gráfico 8 – Comercio Electrónico en América Latina
(Millones de dólares)



Fuente: reproducido desde Centro de Estudios de la Economía Digital (2009, pág. 25)
Nota: año 2010 son estimaciones.

Si bien las TICs son transversales a las empresas, la capacitación para su utilización y la inversión para adquirir las plataformas informáticas, así como el equipamiento necesario, resultan muchas veces demasiado onerosos para los pequeños empresarios, donde el sector público debiera de intervenir a fin de facilitar dicha tecnología.

Una de las herramientas TIC más extendidas es el comercio electrónico (*e-Commerce*), que orienta su aporte a variar el canal o método tradicional de generar comercio, reduciendo intermediarios y, consecuentemente, costos de transacción; haciendo de la transacción algo más eficiente en tanto tiempos y dinero invertido, para la obtención de un mismo producto.

Las TICs también ayudan a la integración vertical de las empresas, propiciando a éstas un ambiente digital en el cual pueden interactuar de forma simple, optimizando el uso de recursos; en consecuencia nuevamente se eliminan intermediarios, no todos, pero si aquellos que no agregan valor al producto (Kuwayama, E-commerce and export promotion policies for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences, 2001).

Es importante destacar las distintas dimensiones de las TICs, que implican no solo el poseer un ordenador o acceso a internet, sino el uso que se da a estos implementos. Ueki (2005) relevó estas interacciones para el caso chileno, donde el 93,5% de las PYMES tienen línea telefónica, pero solo el 72,5% cuentan con una máquina de fax; luego, solo el 62,7% tiene una computadora en sus oficinas, y de éste porcentaje solo el 66,7% cuenta con acceso a internet; lo cual implica que solo el 41,8% de las empresas acceden a la red.

Estos problemas se acentúan aún más entre los distintos tipos de empresas, donde las medianas empresas cuentan con más acceso a internet que las pequeñas –67,9% en el primer caso y 37% en el segundo– y a su vez, mientras el 35,6% medianas tienen página Web, solo un 9,8% de las pequeñas presentan dicha característica.

Tabla 14 – Tecnología de la Información y las Comunicaciones
(Porcentaje de empresas por sector)

	Pequeñas	Medianas	PYMES	Grandes	Total
Teléfono	92,7	99,4	93,5	99,9	93,7
Fax	69,3	96,3	72,5	97,8	73,3
Computadora	58,2	97,1	62,7	98,4	64,0
Internet	37,0	84,9	41,8	92,6	43,6
Página Web	9,8	35,6	12,6	52,6	14,0

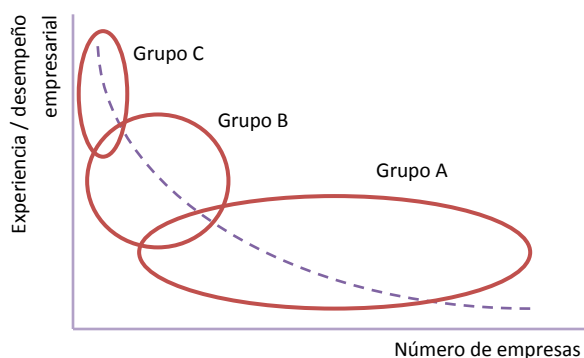
Fuente: adaptado desde Ueki (2005, pág. 15).

El mismo estudio recoge las razones por las que las PYMES chilenas no contaban con internet en 2005 y mientras se destaca un 20,5% que no tenía interés en contar con dicha tecnología, es importante destacar que el 28,2% no contaba con el conocimiento o capacidad para la utilización de TICs y, más importante, el 47% dijo que la razón para no contar con internet eran problemas presupuestarios.

Esto también conduce al concepto de “herramientas según nivel de desarrollo” de Zevallos (2008), que implica la aplicación de políticas de fomento de las TICs, no solo hacia el sector MIPYME en general, sino diferenciando internamente los distintos niveles de desarrollo en dicha área de acuerdo a cuatro grupos generales.

El grupo A lo componen aquellas empresas que requieren desarrollar competencias básicas, sin las cuales no podrían incorporar las TICs más allá de los usos de correo electrónico e internet; el grupo B son las firmas que ya pueden hacer cierto uso empresarial de las herramientas TICs, como transacciones en línea, difusión y análisis de mercados. Finalmente el grupo C son las que incorporarían a las TICs para interrelacionarse con el mercado, contactos con clientes, certificados, servicios de postventa, entre otros. (Zevallos, 2008)

Esquema 6 – Herramientas según nivel de desarrollo



Fuente: reproducido desde Zevallos (2008, pág. 42).

El acceso a recursos de financiamiento

En un estudio llevado a cabo en México y recogido por Haar, Leroy-Beltrán y Beltrán (2004) se les preguntó a las PyMEs qué clase de apoyos requerían, y juntamente con la asistencia y apoyo gubernamental, éstas destacaron el acceso a un mayor número de instituciones financieras y en términos más razonables.

En primer lugar existe un debate importante al respecto de si el Estado debe intervenir en materia de financiamiento y que, si debe hacerlo, cuál es la forma de proceder que favorezca mejor a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Las negativas a la intervención gubernamental directa –el otorgamiento de créditos– en el sector financiero, para el caso de las MIPYMES, suele incluir, a la vez, dos razonamientos; en primer lugar se destaca que existieron experiencias negativas en donde los créditos públicos se utilizaron como herramientas de clientelismo político, de forma tal que –más allá de las implicancias distorsivas para el sistema político y electoral del país– no se otorgaron los recursos de acuerdo a criterios de eficiencia económica, sino antes por razones políticas.

En segundo lugar, se plantea que los créditos del Estado no siempre están embebidos de una lógica de mercado, prefiriendo el asistencialismo antes que premiar el desarrollo; esto no es negativo en cuanto apoyo a la subsistencia del sector, pero sí lo es debido a que va en detrimento de las demás organizaciones que ofrecen microfinanzas y que ven minada su capacidad de gestión debido a las facilidades otorgadas por el Estado.

Lo anterior no implica que el Estado no deba intervenir en el mercado financiero, pero sí que dicha intervención debe ser cautelosa a fin de evitar distorsiones –tanto intencionales como no–. La herramienta más eficiente pareciera ser entonces la tasa de interés de referencia –o de política monetaria– que maneje el banco central del país, y que sirva al sector privado como indicador del interés a cobrar en sus préstamos. No obstante, este instrumento no se focaliza en las MIPYMES sino que aqueja a todos los préstamos, y por lo tanto no sería una política enfocada directamente al sector.

Un segundo ámbito de acción son los bancos estatales, donde se pueden confeccionar líneas de crédito específicas para las micro, pequeñas y medianas empresas, con requisitos más flexibles o tasas de interés más convenientes. Esta política pública representa una mejor forma de acercar los beneficios financieros al sector, ayudando a este a obtener los recursos que necesita; pero siempre que se enmarquen dentro de las lógicas bancarias que las restantes instituciones financieras puedan acompañar; esto debido a que el Estado no puede cubrir todo el espectro de las MIPYMES, entonces es necesario que marque el camino a seguir a las demás instituciones, pero que estas puedan efectivamente recorrerlo.

La tercera vía consta de garantías estatales a los préstamos para las MIPYMES. Muchas veces los bancos privados son reticentes a prestar a los microempresarios por no considerar que éstos cuenten con las garantías necesarias para cumplir con los requerimientos del crédito; allí el Estado tiene margen de maniobra para intervenir como garante.

Respecto de la cantidad de instituciones que aportan recursos a las empresas del sector, las entidades públicas parecieran poder hacer poco al respecto, no obstante, pueden elaborar nuevas líneas de redescuentos que permitan facilitar créditos a las MIPYMES, bajo condiciones más favorables y con mayor disponibilidad.

Finalmente hemos de considerar lo que corresponde a la asistencia económica internacional al desarrollo de las MIPYMES; ésta se da tanto de forma directa –organizaciones u organismos no gubernamentales que ayudan financieramente a las empresas de menor tamaño– o indirectamente a través de los gobiernos, como el caso de la “Cooperación Cuenta del Milenio” de los Estados Unidos que ha firmado acuerdos con países como El Salvador a fin de reducir la pobreza con crecimiento económico, focalizándose en las MIPYMES rurales de la zona norte del país (Salazar, 2008).

Indicadores

Línea de base y el monitoreo de las MIPYMES

En muchos de los países latinoamericanos la MIPYME representa una proporción muy importante del empleo y el PIB, en algunos de ellos llega a ser cercano al 90% del total de las empresas establecidas (como es el caso de El Salvador); por ello hablar de estrategias para la micro, pequeña y mediana empresa, implica hablar del desarrollo del país.

Cualquier programa enfocado en la MIPYME requiere no solo previamente de las consideraciones teóricas vistas en los capítulos precedentes; pero una vez aplicado, es necesario darle seguimiento a fin de evaluar si está produciendo los efectos deseados o como puede ser, proceder a la confirmación o reformulación de la política pública.

A razón de ello, establecimos en apartados anteriores que las estadísticas del sector MIPYME flaquean en los ámbitos de la disponibilidad de datos. Asimismo se ha verificado que el análisis comparativo entre países ha de realizarse con cautela debido a la no plena comparabilidad de los datos disponibles. Se hace necesario dar solución a dichos inconvenientes a través de mayores esfuerzos por recolectar información oportuna de empresas MIPYMES, por un lado, y por otro, impulsar la determinación de una definición transversal a los países, mediante la aplicación de una encuesta uniforme –como se verá en el capítulo siguiente–. A partir de allí es posible la plena aplicación de la formulación de indicadores de la evolución y desarrollo de las empresas del sector, propuestos en esta sección.

Estos indicadores deben ser articulados, a su vez, en una línea de base que permita observar luego el comportamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a lo largo del tiempo; a fin de poder comparar el camino recorrido con la ruta trazada en consecuencia con los objetivos nacionales y/o regionales que se determinen en los planes de gobierno para la MIPYME.

Esta sección del documento presenta el desarrollo en detalle de algunas líneas de trabajo para el análisis de las MIPYMES. A diferencia de estudios particulares del fenómeno MIPYMES en países concretos, donde el punto de partida son los datos existentes, el enfoque aquí seguido se basa en listar los indicadores deseables con el fin de tener una buena herramienta de diagnóstico del estado de las MIPYMES, con el objeto de promover una estrategia de definición de un instrumento adecuado para la recolección de los mejores datos para un entendimiento cabal del estado de la MIPYMES. Para alcanzar este propósito se revisaron numerosos trabajos y estudios de caso; tanto a fin de rescatar aquellos indicadores propuestos en la literatura, como para generar nuevos a partir de las necesidades observadas.

Un criterio que cruza los indicadores es el relativo al filtro clasificador a emplearse cuando se defina a una empresa como micro, pequeña o mediana. En rigor, hablamos de uno de los tres indicadores transversales empleados por los países, esto es: empleo, ventas y/o activos.

Se anticipa que el despliegue de indicadores sugeridos aquí, es complementado con una propuesta de encuesta para el relevamiento de datos a nivel de empresa. Asimismo, el trabajo presenta los lineamientos generales de una legislación estándar, que pudiera ser incorporada en un instrumento

legal apropiado en cada país, a fin de garantizar la confidencialidad de los datos entregados por los particulares propietarios u operadores de MIPYMES, gran parte de los cuales pertenecen al sector informal, muy difícil de incorporar a los censos o encuestas oficiales.

Con esta advertencia de método, se procede al listado y desarrollo de los indicadores y método a emplear para dar seguimiento analítico al fenómeno de las MIPYMES en forma generalizada en un país tipo, por lo que los ejemplos en muchos casos no se refieren a un único país, y en algunos corresponden a ejemplos hipotéticos, ya que el énfasis se ha puesto más en el método y su interpretación que en los casos particulares.

Análisis de estructura

El indicador más básico para el análisis preliminar del peso de las MIPYMES en el conjunto de la actividad económica de un país determinado es el que se realiza a partir de la descomposición de las principales variables que conforman los diversos tipos de empresas, a saber: empleo, valor agregado, ventas brutas o netas, pasivos, exportaciones, importaciones, entre otras. A continuación presentamos, en forma generalizada.

$$\alpha_i^s = \left[\frac{\sum \beta_i^s}{\sum \beta_i^s + \sum \beta_j^s} \right] * 100$$

La letra griega β (beta) se refiere a la generalización de la variable empleada en el análisis particular; el subíndice i está referido a las MIPYMES; y el subíndice j a las Grandes Empresas. Por su parte, el superíndice s indica la apertura sectorial de la variable analizada.

A lo largo de este manual generalizaremos estos dos subíndices (i y j) para identificar el tipo de empresas, sin perjuicio de que el investigador pueda a su vez realizar un análisis de estructura en que introduzca las dimensiones microempresa, pequeñas empresas y medianas empresas como entidades individuales de análisis, como parte del vector de variables alfa.

Tabla 15 – Desglose tentativo de algunos elementos del análisis estructural

Vector indicadores α (Alfa) (Tipos de empresas)	Vector de variables β (Beta) (Para análisis de estructura)	Vector superíndice s (Mayor apertura variables)
Microempresa (conjunto i)	Número de empresas	Alimentos, bebidas y tabacos
Pequeña (conjunto i)	Empleo	Calzado
Mediana (conjunto i)	Exportaciones	Comercio
Grande (conjunto j)	Importaciones	Confecciones
	Pasivos	Manufactura metálicas
	Valor agregado	Otras manufacturas
	Ventas	Química
		Servicios
		Textil

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 15 desglosa las diversas dimensiones del análisis estructural para cada uno de los elementos de la ecuación arriba desplegada. Se advierte que el investigador y/o técnico involucrado en el seguimiento y/o análisis de las MIPYMES podrá incorporar nuevas variables en función de la disponibilidad de datos. Así por ejemplo, cabe la posibilidad de incorporar además una variable espacial geográfica territorial que defina a cada una de las entidades sub-nacionales o municipales de un país determinado.

La tabla 16 refiere a manera de ejemplo en análisis de la estructura de las empresas por tamaño y sector en el Brasil para año 2000. La información arroja que las MIPYMES representan el 99,6% del total de las empresas del país, con una marcada participación de las microempresas en todos los sectores considerados.

Tabla 16 – Tamaño del sector MIPYMES: Brasil
(Número de empresas y porcentaje del total)

	Número de empresas				Porcentajes en el total			
	Industria	Comercio	Servicios	Total	Industria	Comercio	Servicios	Total
MIPYMES	997.437	2.509.317	2.045.591	5.552.345	99,8	99,9	99,1	99,6
Micro	939.267	2.414.652	1.923.389	5.277.308	94,0	96,1	93,2	94,7
Pequeñas	48.314	88.941	108.203	245.458	4,8	3,5	5,2	4,4
Medianas	9.856	5.724	13.999	29.579	1,0	0,2	0,7	0,5
Grandes Empresas	1.580	2.955	17.890	22.425	0,2	0,1	0,9	0,4
Total	999.017	2.512.272	2.063.481	5.574.770	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: autores sobre la base de Botelho y Tigre (2005, pág. 162).

Índice de poder negociador

Este indicador aproxima el peso de las exportaciones totales de cada sector económico en el total de las exportaciones del país. Téngase en cuenta que estamos analizando un indicador general del comercio, cual es el coeficiente de exportaciones correspondiente al grueso de MIPYMES en un sector en particular, con el total de las exportaciones de todos los tipos de empresas de tal sector.

El resultado se expresa en puntos porcentuales del total, y arroja luces sobre el grado de participación del grupo de MIPYMEX en un sector concreto. Cuanto mayor sea este porcentaje, mayor será el grado de poder de negociación del sector en la economía en cuestión, por el mayor peso conjunto en el total de las exportaciones y número de empresas. Se hace notar que el segundo término que multiplica la ecuación es un factor de corrección del peso de las MIPYMES en el total del número de firmas del sector en cuestión.

$$IPN = \frac{\sum X_i^s}{\sum XT_i^s + \sum XT_j^s} * \frac{n_i^s}{N^s}$$

Donde: X está referido a las exportaciones; XT a las exportaciones totales; s es el sector económico; i se refiere a las MIPYMES; j a las Grandes Empresas; n al número de empresas de la categoría i (MIPYMES); y N el número total de empresas.

Se hace hincapié en que este indicador se propone para el caso de un sector particular. No obstante, cabe la posibilidad de que se calcule para el conjunto de las empresas MIPYMES de un país específico. Bastaría en este caso agregar el total de las empresas de todos los s sectores. Ante la eventualidad de no disponer de datos de exportaciones, es posible recurrir a la variable ventas como variable *proxy*, así se apreciará en el ejemplo que sigue a propósito de la ilustración de la forma de cálculo y de interpretación del indicador.

La interpretación es directa y sencilla y se relaciona con el mayor valor del índice que en rigor ha de ser calculado para el conjunto de las empresas MIPYMES. La tabla 17 presenta datos para tres países tipo. Chile, con una gran cantidad de microempresas que exportan poco en relación al total; Brasil, con un

nivel relativamente más reducido de empresas pequeñas que Chile, pero con un nivel más alto de exportaciones. Finalmente El Salvador, con una gran cantidad de MIPYMES, con un gran peso de las medianas en el total de las ventas.

Tabla 17 – Número de empresas y nivel de exportaciones/ventas: Brasil, Chile y El Salvador
(Millones de dólares y número de empresas)

Tipo de empresas	Brasil		Chile		El Salvador	
	Número de empresas (2000)	Exportaciones (2004)	Número de empresas (2004)	Exportaciones (2004)	Número de empresas (2005)	Ventas (2005)
MIPYMES	997.437	8.372	713.830	1.677	174.406	9.242
Micro	939.267	152	587.414	120	158.574	1.566
Pequeñas	48.314	1.598	110.316	599	13.208	3.028
Medianas	9.856	6.622	16.100	958	2.624	4.648
Grandes Empresas	1.580	67.738	8.036	9.103	772	10.425
Total	999.017	76.110	721.866	10.779	175.178	19.667

Fuente: autores sobre la base de El Salvador (2007), Kuwayama, Ueki y Tsuji (2005) y Milesi y Aggio (2008).

Cuando se calcula el índice, es importante tener en cuenta que ha de hacerse a partir de la sumatoria del conjunto de participación de las exportaciones del total del grupo *i*, esto es de todas las micro, pequeñas y las medianas empresas juntas para que el índice capte el poder conjunto de negociación que el grupo MIPYMES pudiera tener en una economía determinada.

De hecho, los cálculos para los datos que aporta la tabla 17, y que se reportan en la tabla 18, permiten observar que en el caso en que se calcula el índice para las micro, pequeñas, y medianas empresas separadamente, el porcentaje resultante es menor que en el caso en que se calcula conjuntamente. Esto es interesante, ya que como ya dijimos, el índice capta bien el poder de negociación cuando todas las empresas actúan por una vocería única, que no por separado, caso en el que el indicador resultante en todos los casos es bastante bajo.

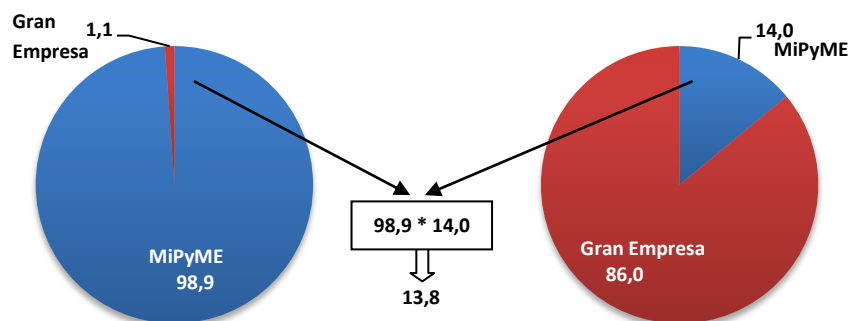
Tabla 18 – IPN de las MIPYMES: Brasil, Chile y El Salvador
(En Porcentajes)

Tipo de empresas	Brasil	Chile	El Salvador
IPN Micro	0,2%	0,8%	7,2%
IPN Pequeñas	0,1%	0,8%	1,2%
IPN Medianas	0,1%	0,2%	0,4%
IPN MIPYMES	11,0%	13,8%	46,8%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la tabla 17.

El gráfico 9, pone de manifiesto la característica saliente del índice, que no es otra que ser el resultante de la combinación de ambos factores, el peso de la estructura de la población empresarial, multiplicado por el peso de la participación de mercado en el total de las exportaciones que alcanza el grupo MIPYMES.

Gráfico 9 – Desglose del cálculo del IPN: Chile
(En porcentaje del total)



Fuente: autores sobre la base de información de la tabla 17.

Índice de valor agregado de las MIPYMES

Una medida elemental de adaptación de las MIPYMES al progreso técnico está dada por su mayor o menor valor agregado incorporado en la producción del rubro principal de producción de la empresa. Formalmente, el cálculo ha de realizarse de la siguiente forma:

$$IVA = \frac{\sum VA_i^s}{\sum VA_i^s + \sum VA_j^s} * 100 \equiv \frac{\sum VA_i^s}{VAT} * 100$$

Donde: VA equivale al valor agregado, y VAT significa valor agregado total, que incluye el valor agregado tanto por las empresas MIPYMES como por las de GE. El resultado se expresa en base 100.

La interpretación del IVA es directa. A mayor valor agregado incorporado, el índice tendrá un resultado más alto, de lo que se deduce que el sector MIPYME en el sector en cuestión analizado tiene más ventajas competitivas por su mayor absorción y participación en la generación de valor total. Asimismo, en el caso del índice agregado, el resultado medirá el peso de las MIPYMES en el valor agregado total en un año o período determinado. La tabla 19 ejemplifica el caso del valor agregado censal como proporción de las ventas brutas totales por tipo de empresas. Si bien no es exactamente el indicador arriba referido, permite ilustrar las diferencias que se producen entre los distintos tipos de empresas. Allí puede apreciarse que dentro del grupo de MIPYMES, el grupo de microempresas es el que posee un valor agregado más elevado como proporción de las ventas brutas totales (46,7%), esto es casi el mismo coeficiente que las GE (48%). En términos agregados, la incorporación de valor agregado en el total por parte del conjunto de las MIPYMES es más baja que el de las grandes empresas, pese a que en el conjunto de ventas totales las MIPYMES alcanzan al 47% del total.

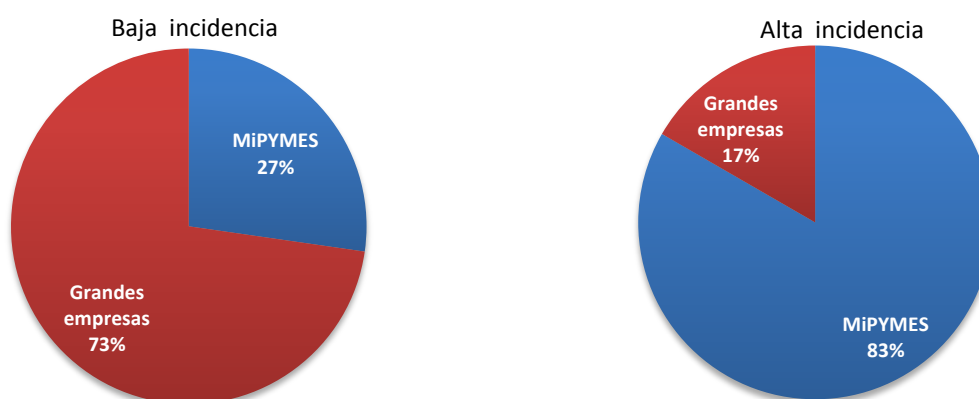
Con fines únicamente ilustrativos se presenta un caso estilizado de alta y baja incidencia de valor agregado (véase el gráfico 10). Este tipo de análisis es útil cuando se quiere tener una panorámica del grado de mayor o menor peso de la generación del valor a nivel de sector económico. Lamentablemente, la disponibilidad de datos a ese nivel es prácticamente escasa o nula, hasta donde tenemos conocimiento.

Tabla 19 – Ventas Totales, Valor Agregado e Índice de Valor Agregado por estrato de MIPYMES: El Salvador, 2005
(En millones de dólares y porcentajes)

Tipos de empresas	Ventas Brutas totales		Valor Agregado Censal		IVA
	Millones de dólares	En porcentajes del total	Millones de dólares	En porcentajes del total	En porcentajes del total
MIPYMES	9.242	47,0%	3.730	42,7%	40,4%
Micro	1.242	8,0%	732	8,4%	46,7%
Pequeñas	3.028	15,4%	1.151	13,2%	38,0%
Medianas	4.648	23,6%	1.847	21,1%	39,7%
Grandes Empresas	10.425	53,0%	5.006	57,3%	48,0%
Total	19.667	100,0%	8.736	100,0%	44,4%

Fuente: autores sobre la base de El Salvador (2007).

Gráfico 10 – Taxonomía tipo de alta y baja incidencia del valor agregado de las MIPYMES
(En porcentajes del valor agregado total)



Fuente: Elaboración propia.

Eficiencia de los trabajadores

Este indicador mide el valor agregado por las MIPYMES como proporción del número de empleados. Teóricamente el resultante es indicativo de la productividad por trabajador del conjunto de las MIPYMES de una economía en particular. El poder de este indicador viene dado por su seguimiento en el tiempo, de modo tal que un aumento en el tiempo es resultante de alzas en la productividad por empleado del conjunto del sector MIPYMES en un subsector en particular, o del conjunto de la economía, según se calcule para todas las actividades productivas, o para alguna en particular.

$$IET = \frac{\sum VA_i}{Empleados_i} * 100$$

Una forma de interpretar este indicador cuando se dispone de una serie temporal más o menos larga es graficar su tendencia en el tiempo, lo que puede ser captada por números índices de base 100. Se recomienda el cálculo de tal indicador para datos deflactados por un índice de precios, de modo tal que se analice los cambios reales en la productividad por empleado del conjunto, o de diversos sectores en particular.

Tabla 20 – Ventas Totales, Valor Agregado y Eficiencia de los Trabajadores de MIPYMES: El Salvador, 2005.

(En millones de dólares, número de personas y dólares)

Tipos de empresas	Valor Agregado Censal	Ventas Brutas Totales	Total de Empleo	Eficiencia de los Trabajadores	
	Millones de dólares	Millones de dólares	En número de personas	VA por trabajador ocupado (miles)	VB por trabajador ocupado (miles)
MIPYMES	3.730	9.242	457.854	8.146	20.185
Micro	732	1.566	264.365	2.769	5.925
Pequeñas	1.151	3.028	112.576	10.222	26.894
Medianas	1.847	4.648	80.913	22.828	57.442
Grandes	5.006	10.425	241.745	20.709	43.126
Total	8.736	19.667	699.581	12.487	28.112

Fuente: autores sobre la base de El Salvador (2007).

La tabla 20 presenta dos medidas alternativas de productividad por empleado en miles de dólares para el caso del total de las ventas brutas y el valor agregado obtenido por el Censo de El Salvador en 2005. Nótese que la productividad mayor por empleado ocupado está detentada por las empresas medianas, seguidas por las grandes empresas, con una clara baja productividad por empleado en las microempresas.

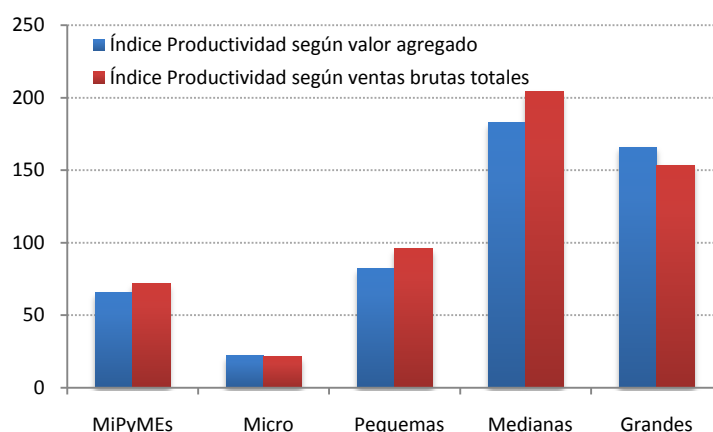
Índice diferenciado de productividad

Otra forma de apreciar el diferencial del índice entre los diferentes estratos se consigue mediante la construcción de un índice base 100 que coloca como centro de análisis el valor de cada estrato en relación al total de la productividad o de las ventas brutas totales, formalmente como sigue:

$$IDP_i = \frac{Productividad_i}{Productividad\ Total} * 100$$

Donde el subíndice *i* representa los diversos tipos de empresas según estrato.

Gráfico 11 – Índices diferenciados de productividad según valor agregado y ventas brutas (Productividad por empleado = 100)



Fuente: autores sobre la base de información de la tabla 20. La productividad por empleado total según valor agregado = 12.487 dólares; la productividad por empleado según ventas totales = 28.112, corresponden a los valores medios del índice = 100.

El gráfico 11 presenta el cálculo de los índices base 100 sobre la base de los resultados de la tabla 20. Allí se aprecia con mayor nitidez el mayor peso de las empresas medianas en términos de productividad por empleado, y el bajo desempeño de las microempresas.

Coefficiente de internacionalización de las MIPYMES

Una buena medida de la internacionalización de una empresa MIPYME, o del conjunto de las mismas, está dada por el cálculo de un coeficiente que relaciona el monto total de las ventas del segmento MIPYMES, como una proporción de las ventas totales del país. Mientras más alto sea tal coeficiente, tendremos mayor seguridad del grado de internacionalización de una empresa en particular. Al igual que para el cálculo de algunos indicadores previos, es posible incluir aquí las dimensiones geográficas y sectoriales, según sea el caso.

$$CI = \frac{\sum X_i}{Ventas\ Totales} * 100$$

Donde: X_i representa el valor total de las exportaciones de todos los diferentes estratos de las MIPYMES.

Índice de Herfindhal aplicado a MIPYMES

Este indicador, que forma parte de la familia de índices de medición de diversificación y/o concentración es muy útil para identificar la mayor o menor dependencia de las exportaciones, ventas, u otra variable en particular del conjunto de las empresas MIPYMES. Analizado para diferentes años, este índice arrojará información sobre el aumento o disminución de la concentración sectorial del conjunto de las empresas de una economía. Su fórmula de cálculo es sencilla, como sigue:

$$IH = \sum s_{it}^2$$

Donde s_{it}^2 es la participación al cuadrado de la participación de cada sector en el conjunto de las exportaciones totales, esto es $s_{it} = X_{it}/XT_{it}$. También puede referirse a la proporción del número de empresas por estrato que pertenecen a cada sector en el total del número de empresas de un país determinado.

El resultado es un número entre 0 y 1. Un número pequeño y más cercano a cero es indicativo de mayor diversificación de la variable analizada. Si se trata del número de empresas, un número pequeño indica una mayor dispersión de empresas, lo que hace relación a un mercado con competencia perfecta. Si el número es alto, se estaría en presencia de gran concentración de empresas MIPYMES en pocos sectores, o alternativamente de un gran número de establecimientos concentrados en pocos sectores.

Este indicador es ampliamente conocido en la literatura antimonopolios así como también en la de economía industrial como un indicador de concentración de mercados. Un mercado en el que el índice sea mayor a 0,18 es un mercado “altamente concentrado”, en tanto que un índice en un rango entre 0,10 y 0,18 “moderadamente concentrado”, mientras el rango entre 0,0 y 0,10 se considera “diversificado”.

En el caso en que se disponga de información más desagregada que la de las ventas, o la participación de mercado para el conjunto de sectores, y se pueda llegar a un mayor detalle a nivel de firma; mientras

más reducida sea la muestra de empresas de que se dispone, se recomienda el uso del índice normalizado de *Herfindhal-Hirschman* el cual se obtiene de la corrección del índice de Hirfindhal con el número de empresas del conjunto de la muestra analizada.

$$IHH = \frac{\sum_{j=1}^n s_i^2 - \frac{1}{n}}{1 - \frac{1}{n}}$$

Nótese que en el caso en que el valor de n , en nuestro caso (el número de empresas) es alto, el valor del IHH normalizado convergerá al valor del IH, por lo que se recomienda el uso del IH.

Para ejemplificar el uso de este indicador, se realiza un análisis sencillo a partir del conjunto de datos por número de empresas y ventas para un grupo de subsectores del total de empresas de Chile entre 1999 y 2006. La tabla 21 presenta la información tal como se presenta en un reciente estudio de “La Dinámica empresarial en Chile (1999-2006)”.

Tabla 21 – Número de empresas y nivel de ventas según sector: Chile, 1999, 2002 y 2006.
(En número de empresas y millones de dólares)

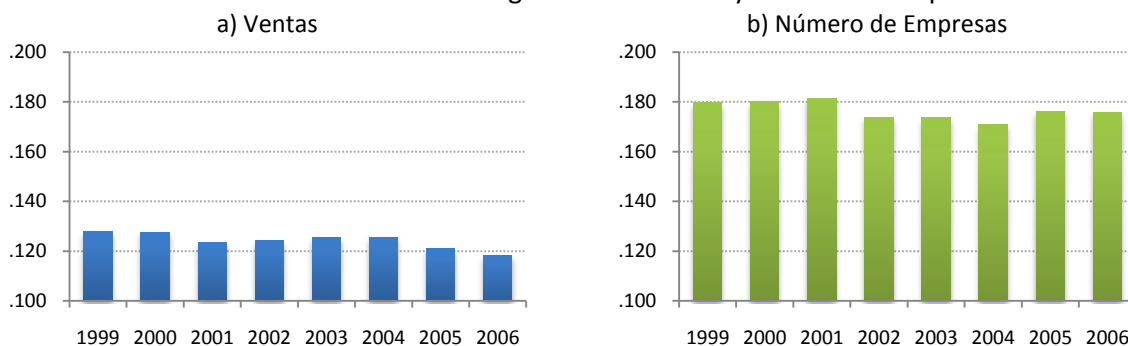
Desglose según sectores	Número de empresas por sector			Ventas Totales		
	1999	2002	2006	1999	2002	2006
Producción Agropecuaria	76.644	82.835	81.413	4.287	4.667	8.523
Servicios Agrícolas	16.317	20.790	6.399	2.313	2.867	1.768
Silvicultura	4.635	5.381	5.297	1.746	1.896	4.465
Pesca	2.984	5.019	4.003	1.667	2.342	4.092
Minas y Canteras	1.974	2.472	4.552	7.010	9.107	41.986
Alimentos, Bebidas y Tabacos	18.458	22.943	15.406	11.105	10.914	18.861
Textil y Cuero	10.738	12.429	12.467	2.316	1.884	2.967
Madera y Papel	7.523	8.642	11.167	5.191	5.341	9.887
Química, Petróleo, Caucho y Metales	4.100	4.428	5.091	8.059	9.556	12.623
Máquinas e Instrumentos	6.820	8.609	13.000	2.322	2.563	7.137
Otras Manufacturas	8.941	10.328	11.906	2.897	3.820	9.251
Electricidad, Gas y Agua	1.848	2.587	2.805	6.292	6.785	12.601
Construcción	38.091	46.877	54.226	9.720	10.162	21.751
Comercio	289.132	301.177	323.396	50.671	51.108	100.979
Restaurantes y Hoteles	32.227	31.747	35.118	2.079	1.774	3.570
Transporte y Telecomunicaciones	116.384	103.712	92.061	15.871	18.102	40.242
Servicios Financieros	15.580	17.912	31.490	29.193	32.814	72.555
Servicios Técnicos y Profesionales	69.018	73.943	85.983	12.997	11.602	41.332
Servicios Estatales, Sociales e Institucionales	15.818	19.944	24.551	5.219	5.017	10.166
Diversión y Esparcimiento	7.914	7.339	5.150	977	791	1.519
Servicios Personales	5.558	5.703	10.288	621	604	2.818
Otras Actividades	45.263	38.603	43.144	1.391	1.234	3.881
Total	795.967	833.420	878.913	183.945	194.951	432.973
IH calculado	0,18	0,17	0,18	0,13	0,12	0,12

Fuente: autores sobre Benavente H. (2008, pág. 19).

Puede apreciarse que el número de empresas se concentra en los rubros: comercio, transporte y telecomunicaciones, que acumulan cerca del 50% del total de las empresas chilenas. Asimismo, estos sectores, más el de servicios financieros captan igualmente el total de la ventas. Vamos a utilizar el índice de Herfindahl para medir de forma sintética el nivel de concentración que ya se aprecia al revisar los datos totales, utilizando la información estadística de la tabla 21. El índice calculado se reporta en la última fila, y confirma con claridad la característica de un mercado moderadamente concentrado según el número de empresas y ventas respectivamente, aunque un tanto menos en el caso de las ventas. El gráfico 12 presenta la evolución del indicador durante el último tiempo. Nótese que esta moderada

concentración ha sido una característica invariante en el último tiempo en el caso del país del ejemplo propuesto. Obviamente se resalta que los datos además de las MIPYMES incluyen al total de las empresas, esto es que agregan también las ventas de las grandes empresas.

Gráfico 12 – Evolución del IH según ventas totales y número de empresas



Fuente: autores sobre la base de Benavente H. (2008).

Tabla 22 – Estructura de las exportaciones por sector y tipo de empresa, y cálculo del IH: Argentina, 2006.

	Estructura de las exportaciones (s)		s^2	
	PyMEs	Grandes	PyMEs	Grandes
Alimentos	37,8	50,6	0,14	0,26
Tabaco	0,1	0,7	0,00	0,00
Productos textiles	5,5	0,9	0,00	0,00
Confecciones	1,1	0,1	0,00	0,00
Cuero	3,9	3,2	0,00	0,00
Madera	1,4	0,4	0,00	0,00
Papel	0,7	1,9	0,00	0,00
Edición	0,9	0,2	0,00	0,00
Productos de petróleo	1,1	6,4	0,00	0,00
Productos Químicos	13,6	8,3	0,02	0,01
Productos de caucho y plástico	4,7	1,8	0,00	0,00
Otros minerales no metálicos	1,5	0,2	0,00	0,00
Metales comunes	2,1	7,2	0,00	0,01
Otros productos de metal	4,8	0,3	0,00	0,00
Maquinaria y equipo	8,7	1,5	0,01	0,00
Maquinaria de oficina	0,1	0,0	0,00	0,00
Aparatos eléctricos	1,9	0,4	0,00	0,00
Radio y televisión	0,4	1,0	0,00	0,00
Instrumentos médicos	1,9	0,1	0,00	0,00
Automotores	5	15,2	0,00	0,02
Otros equipos de transporte	0,5	0,2	0,00	0,00
Muebles	2	0,2	0,00	0,00
Reciclamiento de desperdicios y desechos	0,3	0,0	0,00	0,00
Total e IH calculado	100	100	0,18	0,30

Fuente: autores sobre la base de Rotondo, Rivas y Yoquel (2009).

Finalmente, se indica que este indicador puede ser calculado también para los diferentes sectores por diferentes tipos de empresas. Como en el ejemplo anterior y para el caso de Chile esto no fue posible, y para una mayor didáctica, se procedió a su ilustración con la información desagregada de exportaciones sectoriales según tipo de empresas para el caso de Argentina. Los cálculos del IH para las exportaciones según tipo de empresas arrojaron que las grandes empresas son más concentradas que las correspondientes a la categoría PyMEs. Como en otros casos anteriormente mencionados, la ausencia

de datos dificulta este tipo de análisis, muy útil para el estudio de la estructura y evolución de los diferentes tipos de empresas de un país determinado.

Especialización de la empresa según intensidad de empleo

Este coeficiente mide la razón intensidad del empleo sobre intensidad de las ventas por estrato de empresas dentro de la estructura total de ocupación y ventas para una economía determinada.

$$IEsp = \frac{Empleo_i^s / Empleo Total^s}{V_i^s / VT^s} * 100$$

Este coeficiente de base 100, presenta una medida adecuada para la intensidad del empleo de un sector determinado dentro de los diversos estratos de empresas. Si el índice resultante es mayor que 100, entonces estaremos ante una empresa más intensiva en mano de obra. La tabla 23 ilustra el caso de esta razón para El Salvador. Allí se observa con claridad que las empresas más pequeñas poseen una propensión más alta a ser más intensivas en mano de obra, esto es a emplear más que proporcionalmente en el proceso productivo, a diferencia de las empresas medianas y grandes que requieren menos mano de obra.

Tabla 23 – Intensidad de empleo: El Salvador, 2005

	Empleo	Ventas	IEsp
MIPYMES	457.854	9241,7	139
Micro	264.365	1566,3	474
Pequeñas	112.576	3027,6	105
Medianas	80.913	4647,8	49
Grandes	241.727	10424,8	65
Total	699.581	19666,5	100

Fuente: autores sobre la base del Censo Económico de El Salvador (El Salvador, 2007).

Indicador de performance exportadora

Fue formulado por Angelelli et al (2001) sobre la base de seis variables que se pondera internamente, dando como resultado un número entre 0 y 10, siendo el segundo indicativo de mayor performance exportadora. La gracia de este indicador es que permite ordenar las empresas de un país o región determinada en función de su mayor o menor éxito en la gestión de exportación.

$$IPE = \sum_{i=1}^n (Factor \alpha_j * Variable_i)$$

Este tipo de análisis ha de ser realizado a nivel de cada empresa; para, a partir de los microdatos, llegar ex post a un resultado agregado promedio para el conjunto de las MIPYMES de una economía o región particular. En la sección siguiente desglosaremos una metodología similar, explicando con bastante detalle y con ejemplos prácticos para cada una de las variables o determinantes de la performance exportadora. Asimismo explicaremos detalles de la construcción a partir de la valoración esquemática de los diferentes variables de análisis.

Tabla 24 – Factores determinantes del performance exportador
(Pesos asignados)

VARIABLES O ÍNDICES	PONDERADOR: ALFA
Continuidad Exportadora	0,25
Dinamismo Exportador	0,15
Dinamismo Exportador Sostenido	0,10
Diversificación de Mercados	0,20
Complejidad de los Mercados de Destino	0,25
Evolución de la Complejidad de los Mercados de Destino	0,05

Fuente: autores sobre la base de Angelelli et. al. (2001).

Indicador del éxito exportador

Este indicador sigue la lógica del anterior. Tiene la virtud de haberse perfeccionado en el último tiempo, por lo que puede decirse que es de reciente uso en la literatura de las MIPYMES, tiene por objeto encontrar una medida sintética que permita cuantificar el grado de éxito exportador de cada empresa en particular. De este modo es posible construir un ranking que defina el mayor o menor grado de aprovechamiento de los mercados externos por parte de las empresas de un país.

Básicamente son cuatro los indicadores que se consolidan en el índice compuesto de éxito exportador: 1) la continuidad exportadora; 2) el dinamismo exportador; 3) la diversificación de mercados; y 4) las condiciones de acceso a los mercados para cada empresa en particular. Cada uno de estos subíndices tiene una ponderación que va entre cero “0” y “10”, dependiendo de algunas condiciones preestablecidas para cada caso. A continuación analizaremos cada uno de los factores considerados en el índice compuesto, con la inclusión de las particularidades de su construcción. Los cuatro índices se calculan como el promedio del índice del total de las n empresa consideradas en el estudio o análisis de caso, esto es:

$$\text{Índice } f_k = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Índice } f_{ik}}{n}$$

El número resultante captará el recorrido de la variable de las n empresas del país k . Para simplificar, se utilizó la nomenclatura Índice f . Esta fórmula puede ser generalizada para cada uno de los cuatro índices (ICEx; IDinX; IDIVX e ICAM), cuya modalidad de cálculo y asignación de puntajes se define a continuación.

El *índice de continuidad exportadora (ICEx)* es una medida que evalúa a la empresa según su desempeño exportador en función de la continuidad de las operaciones en un período determinado. A manera ilustrativa, la tabla 25 presenta la tabulación utilizada por Milesi y Aggio (2008), quienes siguiendo a Crespo, Contanzó y Sarudianzky (2007), asignaron un puntaje entre 0 y 10 a un grupo de empresas que tuvieron actividad exportadora en el cuatrienio comprendido entre 2001 a 2004.

Tabla 25 – Ejemplo de criterios de calificación de continuidad exportadora

NÚMERO DE AÑOS EN LOS QUE EXPORTÓ	PUNTAJE
1 año (solamente el último año)	0
2 años	3
3 años	7
4 años (exportó en todos los años del período)	10

Fuente: Milesi y Aggio (2008, pág. 104).

En términos prácticos, para aplicar los criterios de calificación, si una empresa exportó sólo un año, le corresponderá un valor de 0 en el índice. Al contrario, si exportó durante todos los años del período, el índice será igual a 10.

El índice de dinamismo exportador (IDEx) es una medida que captura la evolución de los montos exportados en función de la tasa de crecimiento promedio anual para el período de exportación de análisis. Siguiendo con el ejemplo del estudio de Milesi y Aggio (2008), para el período comprendido entre 2001 y 2004, el cálculo a realizar previa la asignación del puntaje será el siguiente:

$$\text{IDEx} = \left(\sqrt[m]{\frac{X_N}{X_n}} - 1 \right) * 100$$

Donde X_n es el valor de las exportaciones del último año del período (2004 en el caso del ejemplo); y X_N el valor en el año inicial en que la empresa comenzó a exportar. El exponente m del radical se calcula tomando la diferencia entre el último año y el primero del período. Así entre 2004 y 2001 hay únicamente 3 periodos, calculados como la diferencia entre 2004-2001. Para el cálculo de los puntajes del indicador propiamente dicho, Crespo et. al. (2007), al igual que Milesi y Aggio (2008) utilizaron una tabla de asignación de puntajes en función del nivel de la proporción alcanzada por cada empresa de la tasa promedio de las exportaciones manufactureras totales del país en el período de análisis (2001-2004) en el caso del estudio de la referencia. La tabla 26, presenta los puntajes, y tasas de crecimiento

Tabla 26 – Criterios de calificación del dinamismo exportador

Valor de la tasas de crecimiento	Puntaje
Crecimiento negativo	0
Mayor que cero (estable) y 0,25 de la tasa promedio del país	2
Entre 0,25 de la tasa promedio y 0,50 de la tasa promedio del país	4
Entre 0,50 de la tasa promedio y 0,75 de la tasa promedio del país	6
Entre 0,75 de la tasa promedio y la tasa promedio del país	8
Superior a la tasa promedio	10

Fuente: Milesi y Aggio (2008, pág. 104).

La forma de aplicación de la tabla precedente es la siguiente: Si la tasa de crecimiento de la empresa A es -1%, y la tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país fue 5%, entonces el puntaje asignado para el IDEx será cero. Más, si la tasa de crecimiento es 3%, esto es el 0,60 de la tasa promedio, corresponderá una calificación de 6. Asimismo si la tasa de crecimiento de la empresa es 5% o más, corresponderá calificar a la empresa con el máximo de la tabla (10), por su excelente desempeño exportador. Al final, se calcula el promedio del índice para las n-ésimas empresas del grupo de control.

El Índice de Diversificación de exportaciones según mercados (IDivX), asigna a la empresa del grupo algunos puntajes entre 0 y 10 en función de la cantidad de países a los que haya realizado exportaciones. El criterio es simple. A mayor número de destinos mayor puntaje, como sigue:

Tabla 27 – Criterios de calificación para medir la mayor diversificación en mercados de destino

Número de los países con los que la empresa realizó exportaciones	Puntaje
1 país	0
2 países	2
3 países	4
4 países	6
5 países	8
6 o más países	10

Fuente: Milesi y Aggio (2008, pág. 104).

El *Índice de Condiciones de Acceso* a los mercados (ICAM) asigna puntajes a las empresas en función de si hay exportaciones realizadas bajo el amparo de un acuerdo de libre comercio o bajo la modalidad de preferencias arancelarias recibidas como producto de uniones aduaneras o trato preferente unilateral, como lo son los casos de los esquemas de integración, o las exportaciones hacia países que otorgan beneficios bajo el Sistema Generalizado de Preferencias. La tabla de puntajes sugerida por Milesi y Aggio define las siguientes valoraciones:

Tabla 28 – Criterios de calificación para medir las condiciones de acceso a los mercados.

Proporción de exportaciones del último año que se destinaron a países con los que se mantienen uniones aduaneras o beneficios unilaterales	Puntaje
Más del 90% de las exportaciones	0
Entre el 90% y el 71%	2
Entre el 70% y el 51%	4
Entre el 50% y el 31%	6
Entre el 30% y el 11%	8
10% o menos	10

Fuente: Milesi y Aggio (2008, pág. 104).

Nótese que el indicador puntúa más a aquellas empresas que exportan una mayor proporción de sus exportaciones hacia países con los que no hay preferencias arancelarias recibidas. Esto porque se quiere precisamente capturar el efecto del éxito exportador hacia lugares no cubiertos por tratados de libre comercio u otro sistema de preferencias especiales, incluido aquellos programas con SGP (Estados Unidos, Japón y la Unión Europea).

Ahora que hemos definido los cuatro indicadores que forman parte del índice de éxito exportador (IEEx), vamos a explicar la forma de llegar al indicador sintético, mediante la ponderación de los cuatro componentes.

Para un mejor entendimiento utilizaremos dos enfoques complementarios. Uno más esquemático, y otro más formal. Para el primer enfoque lo haremos siguiendo la última revisión de Milesi y Aggio (2008) de sus trabajos precedentes, y referida en la tabla 29 en el que se identifican los cuatro componentes básicos y sus ponderaciones para el cálculo del indicador sintético. Nótese que dos componentes son de carácter dinámico, y dos de carácter estático, lo que a juicio de Milesi y Aggio, da mayor valor a su enfoque, que considera no sólo factores cuantitativos, sino también aquellos de tipo cualitativo.

Tabla 29 – Esquema de componentes del Índice de Éxito Exportador (IEEX)

Tipo de componente	Dimensión	Componente básico	Componente complementario
Dinámico	Evolución del negocio exportador: 50%	Continuidad (ICEX): 35%	Dinamismo (IDinX): 15%
Estático	Mercados de destino: 50%	Diversificación de mercados (IDivX): 35%	Condiciones de Acceso (ICAM): 15%
Suman	100%	70%	30%

Fuente: reproducido desde Milesi y Aggio (2008, pág. 24).

Téngase en cuenta que la construcción del IEEx da mayor peso a la dos condiciones básicas del desempeño exportador, como son la continuidad exportadora (35%) y el mayor grado de diversificación (35%). Los otros dos componentes –dinamismo exportador y condiciones de acceso– pesan 15% del total.

En cuanto a la formalización del cálculo mediante el método de promedios ponderados, el cálculo del IEEx se realiza del siguiente modo:

$$IEEx = \underbrace{(ICEX*0,35) + (IDinX*0,15)}_{Elementos\ dinámicos} + \underbrace{(IDivX*0,35) + ICAM*0,15}_{Elementos\ estáticos}$$

El índice resultante toma un valor entre 0 y 10 al igual que los valores asignados para cada uno de los subíndices. Para su interpretación, se considera exitosa la empresa cuyo IEEx sea mayor o igual a 7 (siete), y no exitosa a aquella empresa con valores del IEEx menores o igual a 4 (cuatro).

Para efectos prácticos e ilustrar sobre el uso de este índice compuesto, la tabla 30 reproduce los valores correspondientes a los cuatro índices para el conjunto de las empresas MIPYMES de 4 países. En la misma tabla, en la última columna se presentan los resultados del índice para los cuatro componentes.

Se destaca que para poder realizar un análisis de este tipo en lo posible es necesario identificar bien el número de empresas objetivo del análisis, que normalmente ha de ser balanceado entre países, sectores.

Tabla 30 – Cálculo del Índice de Éxito Exportador (IEEX), circa 2004

	ICEX	IDinX	IDivX	ICAM	IEEx
Argentina	8,59	6,53	4,91	5,09	6,79
Chile	7,72	5,23	3,56	7,69	6,22
Colombia	5,30	4,19	2,40	6,38	4,64
Costa Rica	6,88	5,35	3,54	6,85	5,84

Fuente: autores sobre la base de información de Milesi y Aggio (2008).

Base exportadora sobre la base productiva

Este coeficiente, medido por el número de empresas da como resultado el grado de la participación de las empresas exportadoras en la base productiva. Su cálculo es simple y directo a partir de las estadísticas de empresas con base exportadora y a la vez con base productiva.

$$\frac{N_i^{base\ exportadora}}{N_i^{base\ productiva}}$$

Brasil dispone de información desagregada que permite calcular este tipo de indicador. La tabla 31 detalla la distribución de las empresas por estrato dentro del sector MIPYME y también del conjunto de las GE. Esto permitió el cálculo del peso de la base productiva en la base exportadora. Nótese como las medianas empresas son para Brasil muy importantes en cuanto número, ya que en términos relativos, representan poco más del 13% del total de la base productiva, muy por debajo del mismo indicador para el conjunto de las empresas del país.

Tabla 31 – Base exportadora sobre base productiva: Brasil, 2005.

	Base productiva (miles de empresas)	Base exportadora (millones de dólares)	Base productiva/ Base exportadora
MIPYMES	5.643,8	18.619	0,3
Micro	5.368,7	8.729	0,2
Pequeña	247,8	6.273	2,5
Mediana	27,3	3.617	13,2
Grande	23,8	1.672	7,0
Total	5.667,6	20.488	0,4

Fuente: autores sobre la base de Markwald y Ribeiro (2009).

Distribución espacial de las MIPYMES exportadoras

Una medida no tan compleja, pero de gran relevancia para el análisis regional y del impacto social generado por las MIPYMEX está dado por la identificación de los núcleos de producción y exportación en los que este tipo de empresas se encuentra operando a lo largo de la geografía de un país. Su cálculo no es otro que el coeficiente de participación de las empresas MIPYMEX en el total nacional, tanto por número de empresas, como por destino geográfico de las mismas.

La explicación formal sigue la línea de lo referido del análisis de estructura. A manera de ejemplo se presenta en la tabla 32 la distribución de empresas y la participación en el valor exportado por subregión para los Estados Federados de Brasil. Allí puede apreciarse la gran concentración empresarial de MIPYMES en las regiones del sudeste del Brasil, las que concentran el 58,4% de las empresas y a su vez el 52,3% de las exportaciones totales del grupo.

Tabla 32 – Distribución de empresas exportadoras: Brasil, 2008.

(En número de empresas, millones de dólares y porcentajes)

Regiones	Valores		Estructura	
	Empresas	Valor Exportado	Empresas	Valor Exportado
Sudeste	8.510	978,0	58,4%	52,3%
Sur	4.240	593,2	29,1%	31,7%
Noreste	906	123,2	6,2%	6,6%
Norte	495	117,4	3,4%	6,3%
Centro-Oeste	419	58,0	2,9%	3,1%
Total PyMEs	12.998	1.906,4	100,0%	100,0%

Fuente: autores sobre Markwald y Ribeiro (2009, pág. 159).

Contribución al PIB

Una medida gruesa, pero de utilidad para el diseño de la política pública, tanto nacional como también regional o local es el cálculo de índice de la contribución del valor agregado del sector MIPYME en el total del Producto Interno Bruto Nacional.

$$\frac{VA_{MIPYME}}{PIB_{Nacional}} * 100$$

A mayor valor agregado generado, mayor será la importancia de las MIPYMES en el total producido del país. Este tipo de indicadores es de mayor utilidad cuando se calcula a partir de la desagregación de los diversos sectores que conforman la economía del país. En países pequeños, este coeficiente de algunos sectores que tienen a ser más grandes en la generación de valor. Su identificación y potenciación son de gran preponderancia al momento del diseño de la política pública.

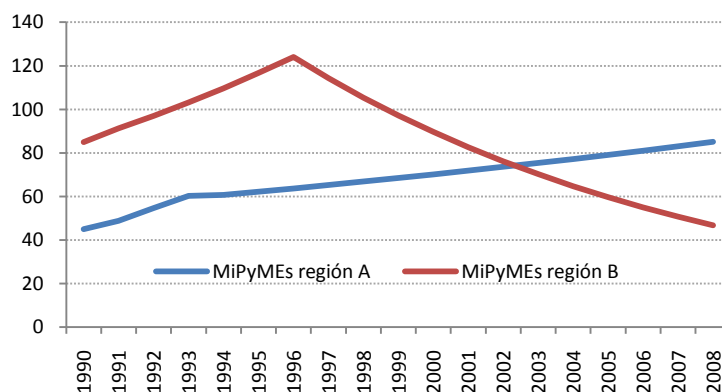
Convergencia de los salarios (aporte al ingreso)

Una medida útil para el cálculo de un indicador de impacto social de las MIPYMES, viene dado por la relación entre el promedio del salario recibido por el grupo de trabajadores de la MIPYMES, y el Salario Mínimo Legal del país en cuestión, esto es:

$$CS = \frac{\prod \text{Salario}_i^s}{\text{Salario Minimo}_{Nac}} * 100$$

El coeficiente arroja como resultado la proporción del salario de las MIPYMES como parte del salario mínimo. Si este índice es mayor que cien, se ha producido un proceso de convergencia entre los salarios de los sectores MIPYMES hacia el salario legal nacional.

Nótese que la incorporación de la variable tiempo permite tener una idea del recorrido del coeficiente en el tiempo. De este modo se puede observar si se está produciendo convergencia o divergencia del salario medio del sector MIPYME hacia el salario mínimo legal. La gráfica siguiente ejemplifica un caso estilizado de divergencia y otro de convergencia para un período de 15 años. Se advierte que los datos de este ejercicio son sólo ejemplificadores y por tanto no corresponden a país o sector particular.

Gráfico 13 – Evolución estilizada del salario MIPYME de dos regiones
(Porcentaje del salario mínimo)

Fuente: elaboración propia sobre datos hipotéticos.

Ocupación MIPYMES en la población activa

Este coeficiente mide el nivel de ocupación del grupo de MIPYMES como proporción del total de la Población Económicamente Activa Nacional. Es una buena medida del nivel de empleo generado a partir de las MIPYMES. El resultado es un porcentaje en base 100.

$$\frac{\text{Empleados}_i}{PEA} * 100$$

Mientras más elevado el número resultante del cálculo precedente, mayor será la dependencia del país a las MIPYMES en la generación de empleo.

Capacidad de gestión de comercio exterior

Se trata de un Indicador cualitativo formulado por Bercovich et al (2006, pág. 31). Su construcción se realiza a partir de la división de las medianas y pequeñas empresas exportadoras de acuerdo a si su Gestión está “Formalizada”, “Medianamente formalizada” o es “Incipiente”; como sigue:

Tabla 33 – Cálculo del Índice de Capacidad de Gestión del comercio exterior

	Formalizada	Medianamente	Incipiente
Equipo dedicado al Comercio Exterior	Cuenta con un equipo estable	Cuentan con alguna persona encargada	No tienen
Conocimiento del mercado de destino	Conoce su posición competitiva	No conoce bien su posición competitiva	No tienen
Acceso a información de mercados de destino	Formal y directo	Informal e insuficiente	No tienen

Fuente: autores sobre Bercovich et. al. (2006).

Propensión marginal a exportar

Es la variación de las exportaciones cuando la producción varía en una unidad, es decir, cuánto más se va a exportar por cada unidad extra producida y no debe ser confundida por el coeficiente de internacionalización de la MIPYME, que es la propensión media a exportar. Su forma de cálculo es como sigue:

$$PMX = \frac{\Delta X}{\Delta Prod} \equiv \frac{X_{it+1} - X_{it}}{Prod_{it+1} - Prod_{it}}$$

La intuición de este indicador está dada por la interacción simultánea de la producción y las exportaciones de un país o grupo de empresas determinado. La tabla 34 presenta cifras hipotéticas para dos países tipos, a partir de las cuales vamos a calcular la propensión marginal a exportar, derivando de allí algunas conclusiones importantes.

Tabla 34 – Producción y Exportaciones

Tiempo	País A		País B	
	Producción	Exportaciones	Producción	Exportaciones
T	10.000	5.000	10.000	5.000
t1	10.500	5.750	10.500	4.750
t2	11.025	6.613	11.025	4.513
t3	11.576	7.604	11.576	4.287
t4	12.155	8.745	12.155	4.073

Fuente: elaboración propia sobre datos hipotéticos.

En la práctica, cuando un sector en un país aumenta su producción por un lado, y también lo hacen sus exportaciones en forma simultánea, la PMX es positiva, con lo que el peso de las exportaciones en el total de la producción aumenta. En el caso contrario, cuando un grupo de empresas reduce su nivel de exportaciones, aún cuando aumente su producción, tendrá una propensión media a exportar negativa, con lo que al mismo tiempo vera comprometida su posición exportadora, y por ente su nivel de internacionalización declinará en el tiempo. La tabla 35 presenta la visión estilizada de este indicador.

Tabla 35 – Propensión media a exportar y coeficiente de internacionalización

Tiempo	PMX 'A'	PMX 'B'	Coficiente de Internacionalización 'A'	Coficiente de Internacionalización 'B'
T	0,0	0,0	0,50	0,50
t1	1,5	-0,5	0,55	0,45
t2	1,6	-0,5	0,60	0,41
t3	1,8	-0,4	0,66	0,37
t4	2,0	-0,4	0,72	0,34

Fuente: elaboración propia sobre datos hipotéticos.

Certificados de calidad por país, región y sector

Una media indirecta del grado de capacidad de innovación y de mejora de la calidad de las empresas de un país, viene dado por el número de certificaciones que las empresas de un país alcanzan a aprobar. La tabla 37 presenta la serie que resume la evolución anual del número de certificaciones obtenidas por los países de América Latina en ISO 9001:2000 por concepto de Gestión de Calidad. Nótese que el coeficiente de América Latina ha aumentado en el último tiempo, al igual que el correspondiente a los países centroamericanos.

Tabla 36 – Número de certificaciones ISO 9001:2000 por industria: países seleccionados

Industrias	Costa Rica		Guatemala		El Salvador		Honduras		Nicaragua		Panamá		Centroamérica
Agricultura, Pesca y Forestal	5	38,5%	1	7,7%	3	23,1%	1	7,7%	1	7,7%	2	15,4%	13
Minería	2	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2
Alimentos, Bebidas y Tabacos	41	53,9%	16	21,1%	10	13,2%	4	5,3%	4	5,3%	1	1,3%	76
Productos textiles	1	33,3%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	1	33,3%	0	0,0%	3
Productos de cueros	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2
Productos de papel	14	58,3%	2	8,3%	5	20,8%	1	4,2%	0	0,0%	2	8,3%	24
Editoriales	3	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3
Imprentas	4	44,4%	0	0,0%	1	11,1%	1	11,1%	3	33,3%	0	0,0%	9
Productos de petróleo	0	0,0%	0	0,0%	1	33,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	66,7%	3
Productos químicos	13	43,3%	8	26,7%	5	16,7%	1	3,3%	0	0,0%	3	10,0%	30
Farmacéuticos	4	23,5%	3	17,6%	6	35,3%	2	11,8%	2	11,8%	0	0,0%	17
Goma y Plásticos	25	54,3%	9	19,6%	8	17,4%	3	6,5%	0	0,0%	1	2,2%	46
Minerales no metálicos	3	37,5%	4	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	12,5%	8
Cementos	10	50,0%	1	5,0%	3	15,0%	4	20,0%	1	5,0%	1	5,0%	20
Metales básicos y Productos	8	42,1%	5	26,3%	4	21,1%	2	10,5%	0	0,0%	0	0,0%	19
Maquinaria y Equipos	2	28,6%	3	42,9%	1	14,3%	0	0,0%	1	14,3%	0	0,0%	7
Equipos eléctricos	10	66,7%	0	0,0%	2	13,3%	1	6,7%	0	0,0%	2	13,3%	15
Construcciones navales	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	1
Aeroespaciales	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1
Manufacturas no clasificadas	0	0,0%	2	33,3%	2	33,3%	1	16,7%	0	0,0%	1	16,7%	6
Reciclaje	2	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2
Suministro eléctrico	0	0,0%	3	42,9%	1	14,3%	1	14,3%	0	0,0%	2	28,6%	7
Suministro de gas	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1
Construcción	4	20,0%	7	35,0%	4	20,0%	4	20,0%	0	0,0%	1	5,0%	20
Comercio por menor	18	66,7%	2	7,4%	3	11,1%	1	3,7%	1	3,7%	2	7,4%	27
Hoteles y Restaurantes	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	50,0%	2
Transporte, Almacenaje y Comunicación	9	25,7%	5	14,3%	9	25,7%	0	0,0%	1	2,9%	11	31,4%	35
Financiamiento y Venta inmobiliaria	22	47,8%	0	0,0%	7	15,2%	0	0,0%	3	6,5%	14	30,4%	46
Tecnología de la Información	8	61,5%	2	15,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	23,1%	13
Servicios de ingeniería	5	35,7%	1	7,1%	0	0,0%	6	42,9%	1	7,1%	1	7,1%	14
Otros servicios	1	3,2%	2	6,5%	8	25,8%	2	6,5%	2	6,5%	16	51,6%	31
Administración pública	5	20,0%	3	12,0%	16	64,0%	0	0,0%	1	4,0%	0	0,0%	25
Educación	4	25,0%	1	6,3%	4	25,0%	2	12,5%	0	0,0%	5	31,3%	16
Salud y Trabajo social	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	100,0%	1
Otros servicios sociales	1	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1

Fuente: autores sobre *International Organization for Standardization* (2007).

Hasta el momento desconocemos de bases de datos que incluyan información de este tipo, detallada para el caso de empresas MIPYMES. La recopilación de este dato a nivel de encuestas o en forma censal es crucial para el estímulo de la política pública, sobre todo que a nivel más micro cabe la posibilidad de identificar los sectores y actividades con mayor incidencia y/o ausencia de este tipo de estímulo empresarial.

Tabla 37 – Número de certificaciones ISO 9001:2000: países seleccionados, 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
América Latina	10.740	20.407	25.388	34.018	43.300
Centroamérica	150	270	337	506	631
Costa Rica	63	105	136	186	260
El Salvador	7	34	49	96	120
Guatemala	18	25	30	61	93
Honduras	9	9	22	36	44
Nicaragua	9	28	20	28	29
Panamá	44	69	80	99	85
Estados Unidos	30.294	37.285	44.270	44.883	36.192
Europa	242.455	320.748	377.196	414.232	431.479
Mundo	497.919	660.132	773.867	896.929	951.486
Guatemala/Centroamérica	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
Centroamérica/LAC	1,4%	1,3%	1,3%	1,5%	1,5%
LAC/Mundo	2,2%	3,1%	3,3%	3,8%	4,6%

Fuente: autores sobre *International Organization for Standardization* (2007).

Indicador de capacidad innovativa del agente

Elaborado por Yoguel y Boscherini (2001) que toma en cuenta seis cualidades de las empresas, ponderándolas y estableciendo un indicador de la siguiente manera.

$$ICI_{it} = \sum \alpha_i * F_{it}$$

Tabla 38 – factores de la Capacidad Innovativa de las MIPYMES

Factor	Ponderación
1) Desarrollo de Competencias	
Esfuerzos de capacitación del personal	0,25
Aseguramiento de la calidad	0,20
Alcance de las actividades de desarrollo	0,20
Peso de ingenieros en los equipos de trabajo	0,07
2) Producto innovativo	
Peso de los nuevos productos en la facturación	0,08
3) Circulación de conocimiento	
Cooperación tecnológica formal e informal	0,15
Indicador de Capacidad Innovativa	1,00

Fuente: reproducido desde Yoguel y Boscherini (2001).

Este indicador tiene una lógica de cálculo muy similar a la del índice de éxito exportador sugerido por Crespo et. al. (2007) y recientemente adaptado por Milesi y Aggio (2008). La tabla 38 presenta los pesos de cada uno de los seis factores antes referidos, los mismos que se reagrupan en tres factores centrales: a) El desarrollo de competencia; b) la innovación; y c) la circulación del conocimiento.

Relevamiento de datos

Modelo de formulario para relevamiento de datos

A continuación se presenta un formulario tipo, con las preguntas que se sugieren debieran de ser incorporadas en un censo nacional, a fin de poder construir desde él una línea de base que permita el análisis del sector. Una vez censado el universo, el mismo formulario puede ser utilizado para la realización de una encuesta a una muestra representativa de la población.

Dos aclaraciones son pertinentes, la primera es que las preguntas han sido pensadas para un modelo censal con encuestador y no para ser enviadas por correo, si se deseara seguir dicho patrón, es necesario incorporar aclaraciones a las preguntas. En segundo lugar se plantea un formulario lo más extenso posible, de manera que los países puedan ejercer recortes al mismo, si es que lo consideran necesario, pero que no se vean luego en la indisponibilidad de datos si aplican en formulario tal y como se presenta a continuación.

Encuestador	_____
Fecha	__ / __ / ____
Código de la Encuesta	#####
País	_____
Ciudad	_____
Barrio	_____
Nombre del Encuestado	_____
Teléfono de contacto	+++ (##) #####
Correo electrónico de contacto	_____@_____.____

Razón Social de la Empresa	_____		
Registro Único Tributario de la Empresa o del propietario	_____	####	
Dirección postal de la empresa	_____	Código postal	####
Página Web de la empresa	http://_____		
Nombre y título del Director/Dueño	_____		
Es la empresa propiedad de una sola persona	<input type="checkbox"/> SI	Es él jefe de la empresa	<input type="checkbox"/> SI
	<input type="checkbox"/> NO	Es residente del país	<input type="checkbox"/> NO
Son él o los dueños de una misma familia	<input type="checkbox"/> SI	Sabe de cuántas personas	####
	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> La propiedad es totalmente de personas independientes	
Cuándo se fundó la empresa	__ / __ / ____	Si la propiedad es de otra empresa ¿en qué porcentaje?	<input type="checkbox"/> < 25%
	Cambió el nombre de la empresa	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> > 25% < 50%
		<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> > 50%
Está la empresa formalizada	<input type="checkbox"/> SI	A qué se debió	<input type="checkbox"/> Impuestos
			<input type="checkbox"/> Compra
	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Por presión del Estado	<input type="checkbox"/> Venta total
		<input type="checkbox"/> Por los beneficios implícitos	<input type="checkbox"/> Venta parcial
		<input type="checkbox"/> Por convicción propia	<input type="checkbox"/> Otros
Tiene sucursales/establecimientos	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Porque no puede pagar los costos	
		<input type="checkbox"/> Por falta de interés	
		<input type="checkbox"/> Para no aumentar los costos	
		<input type="checkbox"/> Por falta de incentivos	
		<input type="checkbox"/> Otros	

	<input type="checkbox"/> SI	Cuántas Registro Único Tributario de las sucursales, Nombres o dirección	####
Número de Empleados	Dependientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Independientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Temporarios	Tiempo Completo	####
Medio Tiempo	####		
Número de Empleados hace 1 año	Aprendices/Practicantes		####
	Familiares	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Dependientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Independientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
Temporarios	Tiempo Completo	####	
	Medio Tiempo	####	
Número de Empleados hace 4 años	Aprendices/Practicantes		####
	Familiares	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Dependientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
	Independientes	Tiempo Completo	####
		Medio Tiempo	####
Temporarios	Tiempo Completo	####	
	Medio Tiempo	####	
Conoce el monto de las ventas brutas del <input type="checkbox"/> año pasado ó del <input type="checkbox"/> mes pasado	<input type="checkbox"/> SI	Cuánto	####
	<input type="checkbox"/> NO	Cuánto esperan que sean las ventas brutas este mes	####
Conoce el valor de los activos	<input type="checkbox"/> SI	Cuánto	####
	<input type="checkbox"/> NO	A cuánto vendería su local y maquinaria	####
Conoce el gasto <input type="checkbox"/> anual ó <input type="checkbox"/> mensual en insumos	<input type="checkbox"/> SI	Materias primas	####
		Energía	####
		Otros	####
	<input type="checkbox"/> NO	Cuánto esperan se gaste este mes en Materias primas	####
		Cuánto esperan se gaste este mes en Energía	####
Cuánto esperan se gaste este mes en otros insumos	####		
La empresa ha tomado créditos	<input type="checkbox"/> SI	Especiales para MIPYMES	<input type="checkbox"/> SI
			<input type="checkbox"/> NO
	<input type="checkbox"/> NO	Tomaría	<input type="checkbox"/> SI
			<input type="checkbox"/> NO
Cómo se financia	<input type="checkbox"/> Recursos propios		
	<input type="checkbox"/> Bancos Privados		
	<input type="checkbox"/> Proveedores		
	<input type="checkbox"/> Bancos Públicos		
	<input type="checkbox"/> Clientes extranjeros		
	<input type="checkbox"/> Programas públicos de apoyo a la innovación individual		
	<input type="checkbox"/> Clientes nacionales		
	<input type="checkbox"/> Programas públicos de apoyo a la innovación asociativa		
	<input type="checkbox"/> Fundaciones		
	<input type="checkbox"/> Prestamistas		
	<input type="checkbox"/> Créditos de consumo (tarjetas de crédito)		
<input type="checkbox"/> Otros			
Conoce cuánto paga la empresa en impuestos	<input type="checkbox"/> NO	Cuánto estima pagar este mes	(\$ ó %)####
	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> Imp. Único	(\$ ó %)####
		<input type="checkbox"/> Imp. Ingresos Brutos	(\$ ó %)####
		<input type="checkbox"/> Imp. Al Valor Agregado	(\$ ó %)####

		<input type="checkbox"/> Imp. Bienes Personales (\$ ó %)####	
		<input type="checkbox"/> Imp. A las Ganancias (\$ ó %)####	
		<input type="checkbox"/> Imp. Cargas Sociales de los empleados (\$ ó %)####	
		<input type="checkbox"/> Imp. Jubilación (\$ ó %)####	
		<input type="checkbox"/> Imp. Específicos (\$ ó %)####	
		<input type="checkbox"/> Imp. Bancarios (\$ ó %)####	
Qué actividad realiza la empresa	Bienes	<input type="checkbox"/> Agricultura, ganadería y caza	
		<input type="checkbox"/> Silvicultura y extracción de madera	
		<input type="checkbox"/> Pesca, criaderos de peces y granjas piscícolas	
		<input type="checkbox"/> Extracción de carbón y lignito	
		<input type="checkbox"/> Extracción de petróleo crudo y gas natural	
		<input type="checkbox"/> Extracción de minerales	
		<input type="checkbox"/> Elaboración de productos alimenticios y bebidas	
		<input type="checkbox"/> Elaboración de productos de tabaco	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de telas	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de confecciones	
		<input type="checkbox"/> Curtido y adobo de cueros; talabartería y calzado	
		<input type="checkbox"/> Talabartería y calzado	
		<input type="checkbox"/> Madera, corcho y sus productos, excepto muebles	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de papel y de productos de papel	
		<input type="checkbox"/> Edición e impresión y de reproducción de grabaciones	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de coque y refinación de petróleo	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de sustancias y productos químicos	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de productos de caucho y plástico	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de otros productos minerales no metálicos	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de metales comunes	
		<input type="checkbox"/> Fabricación de productos elaborados de metal	
	<input type="checkbox"/> Fabricación de maquinaria, equipo y electrónicos		
	<input type="checkbox"/> Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y precisión		
	<input type="checkbox"/> Fabricación de vehículos, remolques y semirremolques		
	<input type="checkbox"/> Fabricación de muebles		
	<input type="checkbox"/> Reciclaje de plásticos		
	<input type="checkbox"/> Reciclaje de vidrios		
	<input type="checkbox"/> Reciclaje de papeles y cartones		
	<input type="checkbox"/> Reciclaje de metales		
	<input type="checkbox"/> Reciclaje de otros productos		
	<input type="checkbox"/> Suministro de electricidad, gas, vapor y agua caliente		
	<input type="checkbox"/> Captación, depuración y distribución de agua		
	<input type="checkbox"/> Bienes para la construcción		
	<input type="checkbox"/> Venta, mantenimiento y reparación de vehículos		
	<input type="checkbox"/> Comercio al por mayor y en comisión; excepto vehículos		
	<input type="checkbox"/> Comercio al por menor; excepto vehículos		
	<input type="checkbox"/> Otra: _____		
	Servicios	<input type="checkbox"/> Fletes	
		<input type="checkbox"/> Transporte de pasajeros	
		<input type="checkbox"/> Otros transportes	
		<input type="checkbox"/> Turismo de negocios	
		<input type="checkbox"/> Turismo personal	
<input type="checkbox"/> Comunicaciones			
<input type="checkbox"/> Servicios para la construcción			
<input type="checkbox"/> Seguros			
<input type="checkbox"/> Financieros			
<input type="checkbox"/> Informática e información			
<input type="checkbox"/> Regalías y derechos de licencia			
<input type="checkbox"/> Otros servicios empresariales			
<input type="checkbox"/> Servicios personales, culturales y recreativos			
<input type="checkbox"/> Servicios del gobierno			
<input type="checkbox"/> Otro: _____			
Cuenta la empresa con certificaciones internacionales	<input type="checkbox"/> NO		
	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> ISO	<input type="checkbox"/> 9001:2000 <input type="checkbox"/> 16949:2002 <input type="checkbox"/> 13485:2003

			<input type="checkbox"/> 14001:2004
			<input type="checkbox"/> 27001:2005
Licencias y Franquicias	<input type="checkbox"/> La empresa ha tomad	<input type="checkbox"/> Otra	
		<input type="checkbox"/> Licencia de productos	
	<input type="checkbox"/> La empresa ofrece	<input type="checkbox"/> Franquicias comerciales	
		<input type="checkbox"/> Otros: _____	
Cuáles son los mayores problemas que enfrenta la empresa (Seleccionar las 5 más importantes)	Financiamiento Externo	<input type="checkbox"/> Para crecer	
		<input type="checkbox"/> Por problemas financieros	
	Problemas financieros	<input type="checkbox"/> Falta de capacitación	
		<input type="checkbox"/> Pocos ingresos o inconstantes	
		<input type="checkbox"/> Problemas de gerenciamiento	
		<input type="checkbox"/> Problemas de contabilidad	
	Ventas	<input type="checkbox"/> Investigación de mercado	
		<input type="checkbox"/> Bajas ventas	
		<input type="checkbox"/> Dependencia de pocos clientes	
		<input type="checkbox"/> Canales de distribución	
	Productos	<input type="checkbox"/> Falta de promoción o publicidad	
		<input type="checkbox"/> Cambios en el mercado	
		<input type="checkbox"/> Problemas en desarrollar nuevos productos o servicios	
	Producción	<input type="checkbox"/> Cambios en la utilización de productos	
		<input type="checkbox"/> Controles de calidad	
		<input type="checkbox"/> Costos de Insumos	
		<input type="checkbox"/> Disponibilidad de Insumos	
		<input type="checkbox"/> Capacidad	
	Administración	<input type="checkbox"/> Espacio físico	
		<input type="checkbox"/> Computarización	
		<input type="checkbox"/> Falta de experiencia	
		<input type="checkbox"/> Poco personal o tiempo	
	Recursos humanos	<input type="checkbox"/> Poco control sobre el crecimiento	
		<input type="checkbox"/> Falta de planificación	
		<input type="checkbox"/> Contratación	
		<input type="checkbox"/> Retención	
		<input type="checkbox"/> Satisfacción	
	Ambiente económico	<input type="checkbox"/> Despido	
		<input type="checkbox"/> Entrenamiento	
		<input type="checkbox"/> Legislación laboral	
		<input type="checkbox"/> Gremios/sindicados	
		<input type="checkbox"/> Situación macroeconómica	
	Ambiente regulatorio	<input type="checkbox"/> Tasas de interés	
		<input type="checkbox"/> Inestabilidad	
		<input type="checkbox"/> Tipo de cambio	
		<input type="checkbox"/> Competencia Interna	
	Impuestos	<input type="checkbox"/> Competencia Externa	
		<input type="checkbox"/> Burocracia estatal	
		<input type="checkbox"/> Seguros	
	Derechos de Autor	<input type="checkbox"/> Licencias	
	Otros	<input type="checkbox"/> Cambios frecuentes de leyes	
		<input type="checkbox"/> Inseguridad en el imperio de la ley	
		<input type="checkbox"/> Montos excesivos	
		<input type="checkbox"/> Complejidad en los pagos	
		<input type="checkbox"/> Propiedad intelectual	
		<input type="checkbox"/> Otros	
Cuenta la empresa con	<input type="checkbox"/> Línea Telefónica		
	<input type="checkbox"/> Máquina de Fax		
	<input type="checkbox"/> Computador		
	<input type="checkbox"/> Conexión a Internet		
	<input type="checkbox"/> Correo electrónico de la empresa		
	<input type="checkbox"/> Correo electrónico del director		
	<input type="checkbox"/> Sitio Web		
Cuánto se gasta mensualmente en	Servicios de telefonía	####	
	Servicios de internet	####	
	Servicios de marketing	####	
	Servicios de información	Televisión	####

		Periódicos	####
		Revistas especializadas	####
Exporta la empresa	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Desearía exportar	¿A dónde?: _____
		<input type="checkbox"/> No le interesa	
		A qué destinos principales	_____
		Qué montos/proporción	(\$ ó %) ####
		Que motivó la exportación	<input type="checkbox"/> Ganancia esperada
			<input type="checkbox"/> Reducir la dependencia del mercado local
			<input type="checkbox"/> Demanda de los mercados externos
			<input type="checkbox"/> Experiencia positiva previa
			<input type="checkbox"/> Poca demanda del mercado local
			<input type="checkbox"/> Como parte de la expansión
	<input type="checkbox"/> Iniciativa externa		
	<input type="checkbox"/> Contratos		
	<input type="checkbox"/> Exceso de producción		
	<input type="checkbox"/> Iniciativas gubernamentales		
	<input type="checkbox"/> Cámaras de Comercio		
	<input type="checkbox"/> Consulados/Embajadas extranjeras		
	<input type="checkbox"/> Ruedas de negocios		
	<input type="checkbox"/> Misiones Comerciales		
	<input type="checkbox"/> Otro		
	Elabora productos especiales para la exportación	<input type="checkbox"/> SI	
		<input type="checkbox"/> NO	
	Con qué modalidad se exporta	<input type="checkbox"/> Venta Directa	
		<input type="checkbox"/> Distribuidor/representante	
		<input type="checkbox"/> Presencia Directa	
		<input type="checkbox"/> Acuerdos	
		<input type="checkbox"/> Traders	
		<input type="checkbox"/> Comercio Electrónico	
Alguien se dedica específicamente al Comercio Exterior	<input type="checkbox"/> SI		
	<input type="checkbox"/> NO		
Se conoce la situación competitiva del mercado de destino	<input type="checkbox"/> SI		
	<input type="checkbox"/> NO		
Tiene relaciones con promotoras de exportación	<input type="checkbox"/> NO		
	<input type="checkbox"/> SI	Han sido de utilidad	<input type="checkbox"/> SI
Se han producido productos nuevos	<input type="checkbox"/> SI		<input type="checkbox"/> NO
	<input type="checkbox"/> NO		
Cuántos productos	Hacia inicialmente	####	
	Hace actualmente	####	
Se han cambiado los procesos de producción	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> Por mejora de calidad	
		<input type="checkbox"/> Por nuevas tecnologías	
		<input type="checkbox"/> Otros: _____	
	<input type="checkbox"/> NO		
Se ha modificado la organización de la empresa	<input type="checkbox"/> SI		
	<input type="checkbox"/> NO		
Se han realizado cambios a partir de consultas a clientes	<input type="checkbox"/> SI		
	<input type="checkbox"/> NO		
Cómo podría ayudar mejor el gobierno a la empresa (seleccionar tres)	<input type="checkbox"/> Planes de promoción		
	<input type="checkbox"/> Planes de financiamiento		
	<input type="checkbox"/> Mejoramiento de la infraestructura		
	<input type="checkbox"/> Mejoramiento la situación económica del país		
	<input type="checkbox"/> Simplificación de la burocracia		
	<input type="checkbox"/> Simplificación de la tributación		
	<input type="checkbox"/> Capacitación técnica		

	<input type="checkbox"/> Capacitación regulatoria		
	<input type="checkbox"/> Mejorando los estándares nacionales de calidad		
	<input type="checkbox"/> Incorporando los estándares internacionales de calidad		
Se relaciona la empresa con	<input type="checkbox"/> Una MIPYME	<input type="checkbox"/> Cómo proveedora	
	<input type="checkbox"/> Una gran empresa	<input type="checkbox"/> Cómo cliente	
	<input type="checkbox"/> Ninguna	<input type="checkbox"/> Otra relación	
Está la empresa subcontratada	<input type="checkbox"/> SI	Por quién	_____
	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Ha estado subcontratada por: _____	
		<input type="checkbox"/> Nunca estuvo subcontratada	
La empresa subcontrata	<input type="checkbox"/> SI	A quién	_____
	<input type="checkbox"/> NO	<input type="checkbox"/> Ha subcontratado a: _____	
		<input type="checkbox"/> Nunca ha subcontratada	
Son los productos utilizados como insumos por otra empresa	<input type="checkbox"/> NO		<input type="checkbox"/> < 25%
	<input type="checkbox"/> SI	En qué porcentaje	<input type="checkbox"/> > 25% < 50%
			<input type="checkbox"/> > 50%
Utiliza la empresa insumos de otra empresa en particular	<input type="checkbox"/> NO	De qué origen	<input type="checkbox"/> Nacional
			<input type="checkbox"/> Importados
	<input type="checkbox"/> SI	En qué porcentaje	<input type="checkbox"/> < 25%
			<input type="checkbox"/> > 25% < 50%
			<input type="checkbox"/> > 50%
Promedio de edad actual de los empleados	####		
Promedio de edad de hace cinco años o al inicio	####		
Cuál es el salario de los empleados	Promedio	####	
	El más alto	####	
	El más bajo	####	
En promedio, los empleados ganaban en su trabajo anterior	<input type="checkbox"/> Más		
	<input type="checkbox"/> Menos		
	<input type="checkbox"/> Igual		
	<input type="checkbox"/> No trabajaban		
	<input type="checkbox"/> No Sabe		
Cuántos años tiene su maquinaria	Más vieja	####	
	Más nueva	####	
La última vez que compró una máquina, fue	<input type="checkbox"/> Nueva		
	<input type="checkbox"/> Usada	En	<input type="checkbox"/> Ferias
			<input type="checkbox"/> Remates
			<input type="checkbox"/> Locales de compra/venta
			<input type="checkbox"/> Ferias
			<input type="checkbox"/> Otros: _____
	De origen	<input type="checkbox"/> Nacional	
		<input type="checkbox"/> Importada	
Participa la empresa con dinero en actividades de desarrollo social	<input type="checkbox"/> NO		
	<input type="checkbox"/> SI	Como parte de su negocio	<input type="checkbox"/> SI
			<input type="checkbox"/> NO
Dónde se compran normalmente sus insumos	<input type="checkbox"/> Mayorista	<input type="checkbox"/> Cerca de su empresa	<input type="checkbox"/> En el país
	<input type="checkbox"/> Minorista	<input type="checkbox"/> Lejos de su empresa	<input type="checkbox"/> En el extranjero
Cuántos proveedores se utilizan	####		
Se cambia regularmente de proveedor	<input type="checkbox"/> SI		
	<input type="checkbox"/> NO		
Se contrató alguna vez a una consultora o empresa de marketing	<input type="checkbox"/> NO		
	<input type="checkbox"/> SI	Le fue de utilidad	<input type="checkbox"/> SI
			<input type="checkbox"/> NO

Una segunda herramienta para el relevamiento de datos, que sería de interés y resulta de mayor facilidad para la aplicación, consiste en incorporar a los formularios de aduana de los países una línea en que las empresas se clasifiquen como micro, pequeñas o medianas, de acuerdo a los criterios seleccionados.

Este tipo de medida tiene tres inconvenientes, en primer lugar existe el riesgo de que las firmas mientan respecto de su tamaño por miedo a que la información pueda ser utilizada a fines fiscales. En segundo lugar, solamente se van a estar recopilando datos respecto de las MIPYMES formales y exportadoras. Finalmente, no recaba información sobre aquellas empresas que exporten dentro de la cadena de valor de otra firma, es decir indirectamente. No obstante las mencionadas dificultades, se considera que, a fin de obtener una rápida aproximación al tamaño y dinamismo del sector exportador, esta herramienta es de suma utilidad.

Obstáculos

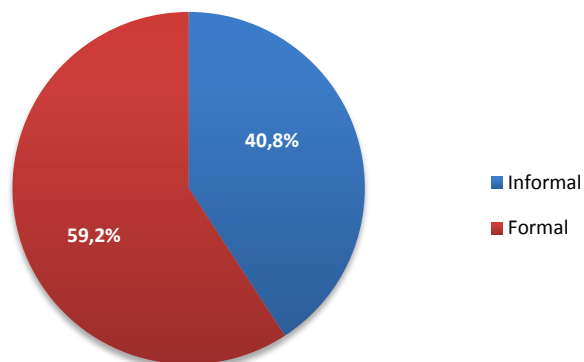
La aplicación de la encuesta propuesta, así como de cualquier otro instrumento estadístico que se proponga relevar la información de las micro, pequeñas y medianas empresas, se enfrenta a una barrera principal, encarnada en la reticencia de los empresarios del sector a responder abiertamente las preguntas. Dicha actitud puede deberse a dos razones principales, la primera es el desconocimiento de la información requerida, donde los encuestadores deberán de considerar los canales alternativos para generar la información (estimaciones del microempresario, ventas del año anterior, entre otras).

La segunda razón, y la más importante a los fines de la presente sección, es el miedo a que la información proporcionada pueda ser utilizada para perjuicio del empresario encuestado, ya sea esto debido a que el revelar sus verdaderas estadísticas le impliquen un cambio en la categoría de empresa en que se encuentre, con la consecuente modificación de beneficios –sean estos tributarios, crediticios o laborales–, o que su empresa (total o parcialmente) no se encuentre cumpliendo con los requisitos constitutivos legales.

Al segundo inconveniente se presentan tres vías de sortear el obstáculo, la primera es descartar dichas observaciones estadísticas, dejando de lado a los empresarios que prefieran no ofrecer información sobre su negocio; pero, como se ha explicado, la informalidad es parte del sector y, en ciertos países, se estima que representa una amplia mayoría del sector MIPYME –especialmente en el caso de las microempresas–; por lo tanto se deben hacer todos los esfuerzos necesarios para incluir los datos de todas las empresas, incluyendo los de aquellas que, a primera instancia, se nieguen a proporcionarlos.

Una segunda vía de solución al obstáculo es la imposición por ley de la obligatoriedad de responder a las preguntas de los encuestadores; este camino puede generar impopularidad en la medida e inducir a la mentira, ya que los empresarios no sentirán beneficio alguno en la encuesta, por el contrario, se verán bajo presión al momento de contestarla y esto desincentivará el emprendimiento del sector, ya que la encuesta los obligaría a la legalidad; lo cual puede impedir su desarrollo inicial.

Gráfico 14 – Empleo Informal
(Porcentajes de la población empleada)



Fuente: autores sobre Organización Internacional del Trabajo (2008, p. 20).

No se pretende aquí hacer una apología de la informalidad de algunas de las empresas incluidas en el sector MIPYME, pero sí es importante relevar los datos de aquellas a fin de poder generar políticas de fomento, que las ayuden a desarrollarse, en la esperanza de que una vez firmemente establecidas, regularicen su situación. Lo anterior es siempre preferible a ignorarlas o condenarlas en lugar de corregirlas.

El tercer camino es el utilizado en los Estados Unidos para la recolección de estadísticas de servicios e inversión extranjera por parte del *Bureau of Economic Analysis*³⁷, para ello se promulgó en 1976 la ley denominada *International Investment in Trade and Services Act* (Ley Pública 94-472³⁸), dicha norma efectivamente obliga a las empresas a contestar las encuestas, bajo apercibimientos legales, pero a la vez le asegura a estas la confidencialidad de la información revelada, tanto a fines de la publicación de los datos de la empresa, como de la utilización de los mismo por otros organismos del Estado.

Es decir que se les garantiza a los empresarios que la información que entreguen no será utilizada para perseguir el pago de impuestos o para modificaciones por parte de agencias crediticias; en definitiva: la información solo será utilizada para el análisis estadístico y no para fines impositivos, y esto es garantizado por ley, de forma tal que si dicha información fuera efectivamente utilizada en cualquier proceso legal, el empresario podría recurrir a la justicia a fin de imputarlo.

En segunda instancia se debe reforzar, y en esto colabora la ley al eliminar los fines percibidos como negativos (impuestos, entro otros) que el responder las preguntas del encuestador redundará en beneficios para el empresario y que está en su mejor interés el entregar la mayor cantidad de información de que disponga y que la misma sea de la mejor calidad posible.

Medidas de confidencialidad

Para la confección del presente apartado se procedió a la revisión de la "*International Investment in Trade and Services Act*" de los Estados Unidos (1976), a fin de confeccionar un cuerpo normativo tipo que debiera ser promulgado dentro de un instrumento legal (ley, decreto o resolución ministerial, entre

³⁷ Ver Durán Lima y Alvarez (2009).

³⁸ Estados Unidos (1976).

los más importantes) a fin de garantizar el secreto estadístico y facilitar la implementación de la encuesta, eliminando los obstáculos descritos en la sección precedente.

A los ojos del lector la norma que se propone a continuación puede aparentar sobre proteger al empresario, se insiste en que aquella es la sensación que se busca transmitir al empresario con la norma, a fin de que aquel se sienta seguro de poder facilitar los datos requeridos, sin temor a que sean utilizados en su perjuicio.

Se insiste también en que el modelo a presentar no pretende ser un texto legal completo, antes se presentan los componentes que debieran estar incluidos en una norma de las características propuestas. En rigor nos concentramos en los considerandos y la sección resolutive de lo que sería un modelo a discutir en la legislatura, ministerio o institución de cada país interesado en promover el enfoque recomendado.

Considerando:

- Que la micro, pequeña y mediana empresa representa una proporción importante del comercio local.
- Que la micro, pequeña y mediana empresa es empleadora de la mayoría de los trabajadores nacionales.
- Que el apoyo, fomento y promoción de la MIPYME es no solo deseable, pero también necesario para el desarrollo de la economía del país.
- Que para la formulación de políticas de apoyo, fomento y promoción del sector MIPYME se hace necesario conocer al detalle la situación de las empresas y sus necesidades.
- Que la recolección de los datos debe hacerse en el espíritu de ayuda y nunca de perjuicio hacia los empresarios y sus empleados.
- Que es del propósito del presente *instrumento legal* facultar al *instituto* a recolectar los datos necesarios a través de encuestas.
- Que dicho propósito debe armonizarse con la protección del empresario a través de la confidencialidad de los datos que este otorgue.

Es que la institución resuelve:

1. Se faculta a *Institución* a conducir encuestas nacionales o locales de relevamiento de datos a las empresas;
2. La negativa a responder a la encuesta será perseguida legalmente de acuerdo al *Instrumento legal* de implementación de la presente norma;
3. Los datos otorgados por el empresario gozarán de secreto estadístico. Entendiéndose por el mismo que *la Institución*:
 - a) No publicará los datos por empresa particular,
 - b) No compartirá los datos por empresa particular con otras agencias del gobierno.
4. Los datos por empresa particular, recolectados en la encuesta, no podrán ser utilizados para ninguno de los siguientes fines (no excluyentes):
 - a) Fiscales,

- b) Laborales,
 - c) Aplicación de derechos civiles o penales,
 - d) Evaluación de otorgamiento de financiamiento.
5. El *Instrumento legal* de implementación de la presente norma, especificará también las sanciones a aplicar a los encuestadores, funcionarios gubernamentales o cualquier otra persona o institución que divulgue total o parcialmente la información individualizada por empresa.

Bibliografía

- Alvarez, M. (2008). *Oportunidades y desafíos de las medidas de seguridad en los alimentos para América Latina y el Caribe*. Serie de Comercio Internacional Número 86. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- AMPES. (1997). *Libro Blanco de la Microempresa. Síntesis*. San Salvador: [En línea].
- Angelelli, P., Crespo Armengol, E. V., Yoguel, G., Moori Koenig, V., & Milesi, D. (2001). PyMEs de inserción externa exitosa. En V. Moori Koenig, D. Milesi, & G. Yoguel, *Las PyMEs exportadoras argentinas exitosas: hacia la construcción de ventajas competitivas* (págs. 19-32). Buenos Aires: Miño y Dávila/FUNDES.
- Aybar, C., Casino, A., & López García, J. (2001). *Jerarquía de preferencias y estrategia empresarial en la determinación de la estructura de capital de la PYME: un enfoque con datos panel*. Documento de Trabajo. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2007). Small and Medium Enterprises Across the Globe. *Small Business Economics* (29), 415-434.
- Balassa, B. (1964). *Teoría de la integración económica*. México: UTHEA.
- Banco Mundial. (1994). *Can Intervention Work? The Role of Government in SME Success*. Washington DC: Banco Mundial.
- Banco Mundial. (2009). *Doing Business*. Obtenido de Banco Mundial: <http://espanol.doingbusiness.org/>
- Baumol, W. J., Panzar, J. C., & Willig, R. D. (1982). *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Lavine, R. (2005). *SMEs, growth and poverty*. Documento de Trabajo. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Benavente H., J. M. (2008). *La dinámica empresarial en Chile (1999-2006)*. Santiago de Chile: Gobierno de Chile / FUNDE / INTELIS.
- Benavente Hormazábal, J. M., Külzer Sacilotto, C., Gutiérrez Ayala, I., & Domínguez Fredes, A. (2008). *La dinámica empresarial en Chile (1999-2006)*. Santiago de Chile: Gobierno de Chile/FUNDES/INTELIS.
- Bercovich, N., Matínez, E., Moori, V., & Wiñazky, M. (2006). *Las articulaciones exportadoras entre grandes y pequeñas empresas en Argentina: una oportunidad para fomentar la internacionalización de las Pymes*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: FUNDES/Naciones Unidas.
- Bianchi, P., & Di Tommaso, M. R. (1998). Política industrial para las PYME en la economía global. *Comercio Exterior*, XLVIII (8), 617-623.

- Botelho, A. J., & Tigre, P. B. (2005). Brazil. En M. Kuwayama, Y. Ueki, & M. Tsuji, *Information Technology for Development of Small and Medium-sized Exporters in Latin America and East Asia* (págs. 159-188). Documento de Proyecto. Santiago: Naciones Unidas/ IDE-JETRO.
- Briones, C. (1998). *Microempresa y Transformación Productiva*. Documento de Trabajo. San Salvador: FLACSO/GENESSIS/FRIEDRICH EBERT STIFTUNG.
- Bureau of Labor Statistics. (2009). *Databases, Tables & Calculators by Subject*. Recuperado el 4 de Agosto de 2009, de Bureau of Labor Statistics Data: <http://www.bls.gov/data/>
- Camara de Comercio de Santiago. (2007). *Sobre un apoyo efectivo a las PYMES: Mitos y Realidades*. Santiago de Chile: CCS.
- Carlsson, B. (2006). Internationalization of innovation systems: A survey of the literature. *Research Policy* (35), 56-67.
- Centro de Estudios de la Economía Digital. (2009). *La Economía Digital en Chile, 2009*. Santiago de Chile: Cámara de Comercio de Santiago.
- CEPAL. (2008). *Anuario Estadístico*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- CEPAL. (1988). *El proceso de desarrollo de la pequeña y mediana empresa y su papel en el sistema industrial: el caso de Italia*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Cohen, S. (2008). Patterns of Work in the Post-Fordist Era: Fordism and Post-Fordism. Reviewed. *Capital & Calss* (96), 152-157.
- Comisión Europea. (2008). *La PYME primero. Europa beneficia a la PYME, la PYME beneficia a Europa*. Empresa e Industria. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones.
- Comisión Europea. (2005). *The new SME definition. User guide and model declaration*. [En línea] ec.europa.eu: Enterprise and Industry Publications.
- CONAMYPE. (2008). *Estudio de la oferta y demanda de productos y servicios financieros, en El Salvador*. San Salvador: CONAMYPE.
- Coviello, N. E., & Martin, K. A.-M. (1999). Internalization of Service SMEs: An Integrated Perspective from the Engineering Consulting Sector. *Journal of International Marketing* , VII (4), 42-66.
- Coviello, N. E., Ghauri, P. N., & Matin, K. A.-M. (1998). International Competitiveness: Empirical Findings from SME Service Firms. *Journal of International Marketing* , VI (2), 8-26.
- Crespo Armengol, E. (2006). *Evolución reciente de las exportaciones Pymes en Argentina. Debate para una mejor inserción externa*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: Canadian International Development Agency/CEPAL.

- Crespo Armengol, E., Constanzó, G., & Sarudianzky, F. (2007). *Comparación del comportamiento exportador de las PYMES de Argentina, Chile, Colombia y Costa Rica*. Documento de Trabajo. Buenos Aires: FUNDES-BID.
- Devlin, R., & Moguillansky, G. (2009). Alianzas público-privadas como estrategias nacionales de desarrollo a largo plazo. *Revista de la CEPAL* (97), 97-116.
- Di Tommaso, M. R., & Dubbini, S. (2000). *Towards a theory of the small firm: theoretical aspects and some policy implications*. Serie de Desarrollo Productivo Número 87. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Díaz, A. (2005). *Las nuevas medidas de seguridad y sus efectos en las exportaciones agrícolas*. México D.F.: CEPAL.
- Dini, M., Ferrero, C., & Gasaly, C. (2007). *Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina*. Serie de Desarrollo Productivo Número 180. Santiago de Chile: GTZ/Naciones Unidas.
- Durán Lima, J. E., & Alvarez, M. (2009). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: análisis y derivaciones de la balanza de pagos*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Economagic.com. (2009). *Price of West Texas Intermediate Crude; Monthly NSA, Dollars Per Barrel* . Recuperado el 4 de Agosto de 2009, de Economic Time Series Page: <http://www.economagic.com/em-cgi/data.exe/var/west-texas-crude-long>
- El Salvador, G. d. (2007). *El Salvador, Generando Riqueza desde la Base: Políticas y Estrategias para la Competitividad Sostenible de las MIPYMES*. El Salvador: Ministerio de Economía.
- Estados Unidos, G. d. (1976). *Internationa Investmen Survey Act of 1976*. Ley 94-472. Washington D. C.: Congreso de los Estados Unidos.
- EurActiv. (7 de Abril de 2009). Survey: French SMEs want more information on EU. *EurActiv.com* , pág. en línea.
- FIDEG. (2008). *Estudio de la industria microfinanciera en centroamérica. Caso Nicaragua*. 2008: REDCAMIF.
- Figueroa de Santamaría, I. (2009). Estrategias para la inserción de las MIPYMES en el Acuerdo de Asociación de Centroamérica con la Unión Europea. En S. Heieck, R. Matarrita, & D. Polo-Cheva (Edits.), *Política Comercial en Centroamérica. Perspectivas del acuerdo de asociación con la Unión Europea y retos para las Pequeñas y Medianas empresas* (págs. 341-378). Alajuela: INCAE Business School.


- Figuerola de Santamaría, I. (2008). La experiencia de las redes empresariales en Centroamérica. En SELA, *Pymes: Una visión estratégica para el desarrollo económico y social* (págs. 357-367). Venezuela: AECI/SEGIB/SELA.
- Fondo Monetario Internacional. (2009). *Perspectivas de la Economía Mundial. Sustentar la recuperación*. Washington, D. C. : Fondo Monetario Internacional.
- González S., M., & G de Adames, R. (2008). *Panamá. Evaluación de la industria de las microfinanzas*. Ciudad de Panamá: REDCAMIF y REDPAMIF.
- Guaipatín, C. (2003). *Observatorio MIPYME: Compilación estadística para 12 países de la Región*. Informe de Trabajo. Washington, D. C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Haar, J., Leroy-Beltrán, C., & Beltrán, Ó. (2004). Efectos del TLCAN en la competitividad de la pequeña empresas en México. *Comercio Exterior* , LIV (6), 502-515.
- Heieck, S., Matarrita, R., & Polo-Cheva, D. (Edits.). (2009). *Política Comercial en Centroamérica. Perspectivas del acuerdo de asociación con la Unión Europea y retos para las Pequeñas y Medianas empresas*. Alajuela: INCAE Business School.
- Hernández Fernández, L. (2007). Competencias esenciales y PYMEs familiares: Un modelo para el éxito empresarial. *Revista de Ciencias Sociales* , XIII (2), 249-263.
- Hernández, R. (Ed.). (2003). *Competitividad de las MIPYME en Centroamérica : políticas de fomento y "mejores prácticas"*. México D. F.: CEPAL.
- Holliday, R. (1995). *Investigating Small Firms: Nice Work?* Londres: Routledge.
- Huang, X., & Brown, A. (1999). An Analysis and Classification of Problems in Small Business. *International Small Business Journal* , XVIII (69), 73-85.
- Hummels, D. L., Ishii, J., & Yi, K.-M. (2001). The nature and growth of vertical specialization in world trade. *Journal of International Economics* , LIV (1), 75-96.
- International Organization for Standardization. (2007). *The ISO survey of certifications 2007*. Ginebra: ISO.
- Kaufmann, F., & Tesfayobannes, M. (1997). Una política de promoción efectiva de las Pyme como un elemento de reorientación económica en países en desarrollo. *Contribuciones* , XIV (53), 167-184.
- Knight, G. (2000). Entrepreneurship and Marketing Strategy: The SME Under Globalization. *Journal of International Marketing* , VIII (2), 12-32.
- Kuwayama, M. (2001). *E-commerce and export promotion policies for Small and Medium-Sized Enterprises: East Asian and Latin American Experiences*. Serie de Comercio Internacional Número 13. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

- Kuwayama, M., Ueki, Y., & Tsuji, M. (2005). *Information Technology for Development of Small and Medium-sized Exporters in Latin America and East Asia*. Documento de Proyecto. Santiago: Naciones Unidas/IDE-JETRO.
- Labarca, A. (N/D). *Algunos comentarios sobre las pequeñas, medianas empresas y su situación en el comercio internacional*. Santiago de Chile: Dirección de Estudios.
- Leal, J. (2003). *Oferta de bienes y servicios ambientales de la pyme en Chile. Base de datos. Serie de Medio Ambiente y Desarrollo Número 68*. Santiago de Chile: GTZ/Naciones Unidas.
- Lipietz, A., & Leborgne, D. (1989). Después del fordismo y su espacio. *Ciencias Económicas*, IX (1 y 2), 21-42.
- López, H. (2005). *Pequeña corrupción. Impacto en la actividad económica de la MIPYME en El Salvador. Programa FORTALECE*. San Salvador: GTZ.
- Macias, S. (2008). Productividad y competitividad en las pymes. En SELA, *Pymes: Una visión estratégica para el desarrollo económico y social* (págs. 89-106). Venezuela: AECI/SEGIB/SELA.
- Markwald, R., & Ribeiro, F. (2009). Micro e pequenas empresas no comércio exterior do Brasil. En G. Stumpo (Ed.), *La especialización exportadora y sus efectos sobre la generación de empleos. Evidencia para Argentina y Brasil* (págs. 141-198). Documento de Proyecto. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Marshall, A. (1948). *Principios de economía : un tratado de introducción*. Madrid: M. Aguilar.
- Matarrita, R. (2009). Europa y Centroamérica: comercio actual y potencial: oportunidades para las PyMEs en Centroamérica. En S. Heieck, R. Matarrita, & D. Polo-Cheva (Edits.), *Política Comercial en Centroamérica. Perspectivas del acuerdo de asociación con la Unión Europea y retos para las Pequeñas y Medianas empresas* (págs. 213-265). Alajuela: INCAE Business School.
- Meyer-Stamer, J. (2001). *Was ist Meso? Systemische Wettbewerbsfähigkeit: Analyseraster, Benchmarking-Tool und Handlungsrahmen*. Reporte 55. Duisburg: INEF.
- Milesi, D., & Aggio, C. (2008). *Éxito exportador, innovación e impacto social. Un estudio exploratorio de PYMES exportadoras latinoamericanas*. Working Paper: FUNDES/Banco Interamericano de Desarrollo.
- Milesi, D., & Yoguel, G. (2001). *Comparación de las características de las PYMES exportadoras exitosas de la región metropolitana (RMBA) y el interior del país*. Distribución Restringida. Buenos Aires: Naciones Unidas.
- Milesi, D., Moori, V., Robert, V., & Yoguel, G. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. *Revista de la CEPAL* (92), 25-43.
- Moen, Ø. (1999). The Relationship Between Firm size, Competitive Advantages and Export Performance Revisited. *International Small Business Journal*, XVIII (69), 53-72.

- Moori Koenig, V., Milesi, D., & Yoguel, G. (2001). *Las pymes exportadoras argentinas exitosas: Hacia la construcción de ventajas competitivas*. Buenos Aires: Miño y Dávila/FUNDES.
- Moori-Koenig, V., & Yoguel, G. (1998). Capacidades innovadoras en un medio de escaso desarrollo del sistema local de innovación. *Comercio Exterior*, XLVIII (8), 641-658.
- Naciones Unidas y Otros. (1993). *Sistema de Cuentas Nacionales*. Nueva York: Naciones Unidas.
- New York Times. (2009). *Archivos*. Recuperado el 4 de Agosto de 2009, de The New York Times: <http://www.nytimes.com/>
- OMC y UNCTAD. (2001). *Gestión de la Calidad de Exportación. Libro de Respuestas para Pequeños y Medianos Exportadores*. Ginebra: Naciones Unidas.
- Organización Internacional de Trabajo. (1993). Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal. *Decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*. Ginebra: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (1972). *Employment, incomes and equality: A strategy for increasing productive employment in Kenya*. Ginebra: Naciones Unidas.
- Organización Internacional del Trabajo. (2008). *Foro de diálogo mundial sobre la formación profesional y el desarrollo de las calificaciones para los trabajadores del comercio*. Informe sobre las labores: GDFCW/2008/8. Ginebra: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2007). *Panorama Laboral 2007, América Latina y el Caribe*. Lima: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2008). *Panorama Laboral 2008, América Latina y el Caribe*. Lima: OIT.
- Organización Internacional del Trabajo. (2008). *Responsabilidad social de la empresa (RSE)*. Recuperado el 11 de Agosto de 2009, de Organización Internacional del Trabajo: <http://www.ilo.org>
- Ortiz, M. (2001). *Pequeñas y Medianas Empresas en la República Dominicana*. Santo Domingo: Fondomicro.
- Parra Escobar, E. (2000). *El impacto de la microempresa rural en la economía latinoamericana*. Bogotá: PROMER/IICA/FIDA.
- Peres, W., & Stumpo, G. (2002). La dinámica de las pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe. En W. Peres, & G. Stumpo, *Pequeñas y medianas empresas industriales en América Latina y el Caribe* (págs. 9-34). México: CEPAL/Siglo Veintiuno Editores.
- Piore, M., & Sable, C. (1984). *The second industrial divide: Possibilities for prosperity*. Nueva York: Basic Books.

- Population Reference Bureau. (2009). *2009 World Population Data Sheet*. Obtenido de <http://www.prb.org>
- Putman, R., Leonardi, R., & Nanetti, R. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press.
- Red Académica Uruguaya. (1995). *Las Pequeñas y Medianas Empresas*. Recuperado el 6 de Agosto de 2009, de Red Académica Uruguaya: <http://www.rau.edu.uy>
- REDMICROH. (2008). *Estudio de la industria de las microfinanzas en Centroamérica. Caso específico: Honduras*. Tegucigalpa: REDCAMIF.
- Rotondo, S., Rivas, D., & Yoguel, G. (2009). Pymes exportadoras industriales en el nuevo contexto macroeconómico (2003-2006). En G. Stumpo, *La especialización exportadora y sus efectos sobre la generación de empleos. Evidencia para Argentina y Brasil* (págs. 115-140). Documento de Proyecto. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Sacristán R., E. (Domingo 23 de Agosto de 2009). Pymes e IVA. *La Tercera*, pág. 2.
- Salazar, R. (Julio-Agosto de 2008). El Aporte Económica de la MIPYME's de la Zona Norte de El Salvador. *Boletín Económico del Banco Central de Reserva*, 3-12.
- Schmitz, H. (1993). Small firms and flexible specialization in developing countries. En B. Späth, *Small firms and development in Latin America* (págs. 119-149). Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Späth, B. (1993). Small firms in Latin America: Prespects for economic and socially viable development? En B. Späth, *Small firms and development in Latin America* (págs. 1-38). Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Spence, L. J., & Schmidpeter, R. (2003). SMEs, Social Capital and the Common Good. *Journal of Business Ethics* (45), 93-108.
- Stumpo, G. (Ed.). (2009). *La especialización exportadora y sus efectos sobre la generación de empleos. Evidencia para Argentina y Brasil*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Subrahmanya, B. M. (2009). Nature and strategy of product innovations in SMEs: A case study-based comparative perspective of Japan and India. *Innovation: management, policy & practice*, XI (1), 104-113.
- Ueki, Y. (2005). *Information and Communication Technology (ICT) for development of small and medium-sized exporters in Latin America: Chile*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: IDE-JETRO/Naciones Unidas.
- Ueki, Y., Tsuji, M., & Cárcamo Olmos, R. (2005). *Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental*. Documento de Proyecto. Santiago de Chile: IDE-JETRO/Naciones Unidas.

- Yoguel, G. (1998). El ajuste empresarial frente a la apertura: la heterogeneidad de las respuestas de las PyMEs. *Desarrollo Económico*, 38 (Número Especial), 177-198.
- Yoguel, G. (2005). Las PyMEs y su importancia para la competitividad estratégica. Los nuevos desafíos del nuevo escenario de cambio tecnológico. En M. Casalet, M. Cimoli, & G. Yoguel, *Redes, jerarquías y dinámicas productivas* (págs. 93-116). Buenos Aires: FLACSO/OIT/Miño y Dávila.
- Yoguel, G., & Boscherini, F. (2001). El desarrollo de las capacidades innovativas de las firmas y el rol del sistema territorial. *Desarrollo Económico*, XLI (161), 37-69.
- You, J.-I. (1995). Small firms in economic theory. *Cambridge Journal of Economics*, XIX (3), 441-462.
- Zamora, L., & Sancho, M. L. (2008). *Estudio de la Industria de las Microfinanzas en Costa Rica*. San José de Costa Rica: REDCOM.
- Zevallos, E. (2008). Pymes, tecnología y gestión de información. En SELA, *Pymes: una visión estratégica para el desarrollo económico y social* (págs. 29-44). Venezuela: AECL/SEGIB/SELA.



Deutsche Gesellschaft für
Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH
-cooperación técnica alemana-

Apartado Postal 755
Bulevar Orden de Malta, Edificio GTZ,
Urbanización Santa Elena, Antiguo Cuscatlán,
La Libertad, El Salvador, C.A.

T + 503 2121-5100
F + 503 2121-5101
E gtz-el-salvador@sv.gtz.de
l www.gtz.de/elsalvador