

Características comunes de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en Latinoamérica y México

Common Characteristics of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Latin America and Mexico

Ma. del R. Cortés-Nájera ^a

Abstract:

La tecnología y el avance económico han propiciado que exista una gran diversidad de empresas con diversas características, por lo que el tipo de empresa que más permea en el mundo y en nuestro país es la micro, pequeña y mediana empresa. Se definen a las Mipymes como “organizaciones empíricas, financiadas, organizadas y dirigidas por el propio dueño que abastecen a un mercado pequeño (regional) además no cuentan con alta producción tecnificada y su planta de empleados la integran los familiares del propietario, razón por la cual también se les conoce como empresas familiares” (Fischer y Espejo, 2011, pág. 258).

Keywords:

Mipymes, México, Latinoamérica

Resumen:

Technology and economic progress have led to that there is a great diversity of companies with different characteristics, so the type of enterprise that most pervasive in the world and in our country is the micro, small and medium enterprises. SMEs are defined as "organizations empirical, financed, organized and directed by the owner that cater to a small market (regional) also do not have high-tech production and plant employees make up the family of the" owner, reason by which are also known as family businesses"(Fischer y Espejo, 2011, p. 258).

Palabras Clave:

Lorem, ipsum, dolor, sit, amet

Introducción

Para Anzola (2010) una pequeña empresa es “un negocio en el que el propietario es autónomo en su manejo y que no domina en su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas” (pág. 14).

En América Latina permean la Mipymes, pues representan el 95% de los negocios, generan más del 80% de los empleos y coadyuvan a evitar monopolios fomentando a la libre empresa (Anzola, 2010). En México existen 2.9 millones de establecimientos, de los cuales 99% son Mipymes; contribuyen con el 40% del PIB y generan 64% de los empleos (Fischer & Espejo, 2011, pág. 258).

Las Mipymes tienen características muy especiales que las distinguen del resto. Diversos autores las han estudiado y aportan información al respecto. En lo que se refiere a México, Fischer y Espejo (2011) mencionan que las características más comunes de las Mipymes en México son:

^aMtra. Ma. del Rosario Cortés Nájera, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Preparatoria Número 3, <https://orcid.org/0000-0002-5518-8878> Email: maria_cortes5472@uaeh.edu.mx

Tabla 1

Características generales de las Mipymes en México

Característica	Descripción
Muchos de los dueños se caracterizan como personas físicas y no como personas morales.	Solamente la mitad de las Mipymes se registran como Persona Moral.
La mediana de las ventas anuales se ubica en 35 mil dólares.	El rango varía según el tamaño de la Mipyme. Mientras que una microempresa factura 33 mil dólares al año, la pequeña factura 115 mil y la mediana 309 mil dólares al año.
El principal desafío de las Mipymes es la expansión del negocio.	Los principales retos son expandir el negocio, su operación, incrementar ventas, ampliar la base de clientes, adquirir inventarios y comprar equipos y maquinarias. Muestran un gran optimismo de desarrollo en el futuro.

Fuente: *Elaboración propia a partir de Anzola (2010).*

En la Tabla 2 se aprecian las características comunes de las microempresas latinoamericanas.

Tabla 2

Características comunes de las pequeñas empresas latinoamericanas

Característica	Descripción
Participación de la familia	La mayoría de las pequeñas empresas tienen una estructura familiar; la familia (padre, madre, tío, hijo, esposa, etc.) se involucra en las actividades empresariales de manera directa, tales como: socio, aportando dinero y trabajo; como acreedor, prestando dinero, propiedades u otros; empleados y trabajadores, realizando trabajos de confianza.
Giro principal	El 90% de las pequeñas empresas se dedican a la actividad comercial, la transformación y los servicios. En el sector comercial e industrial destacan las que se dedican a: muebles, alimentos, vestidos y bebidas embotelladas (refrescos). En el sector servicios sobresalen los que se dedican a la carpintería, mecánica, peluquería y costura.
Hombre orquesta	Es el dueño, que a la vez es el socio mayoritario y gerente de la empresa, opera como "sabelotodo", es una persona madura de edad avanzada (en cerca del 50% de las empresas). Confunde su función con Dirección y Administración generando un ambiente de tensión con órdenes que generan caos laboral.
Nepotismo	Es el trato especial o protección desmedida que se da a los familiares o protegidos dentro de la organización.
Administración	El dueño tiene todo el control y la responsabilidad y lo ejerce de manera empírica y conservadora. Miembros de la familia ocupan puestos principales. Carecer de una administración profesional limita el crecimiento e incluso hasta su supervivencia.
Capital y financiamiento	El capital lo aporta el dueño y en algunos casos familiares cercanos (la esposa, hijos, hermanos, etc.). Un problema recurrente es que el crédito es nulo o limitado en instituciones públicas como privadas.
Empleo Ubicación	Son generadoras de empleo muy importante y de actividad comercial.
Constitución legal	Se constituyen generalmente en Sociedad Anónima (81%). Aunque el dueño ejerce el control total sin que accionistas (familiares) tengan injerencia.
Mercado	Atienden al mercado local y regional en 77%, no pueden expandirse más.

Fuente: *Elaboración propia a partir de Anzola (2010).*

De esta manera se puede afirmar que la microempresa es la unidad básica de la economía en México, y dichas empresas representan el motor de esta, por ello es imprescindible seguir apoyando y hacerlas crecer para que puedan hacer frente a inminentes problemas económicos presentes.

De ahí la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas. Las Mipymes han adquirido una relevancia bastante notable en el último siglo, pues al iniciar el siglo XX, tanto gobiernos como instituciones de educación y la propia sociedad civil se han interesado en su potencial. En los años 1980

y 1990 se les revalorizó por sus bondades por contribuir a la organización de la producción y sobre todo, por su impacto en la generación de empleos y en el PIB (Rodríguez, 2010).

Referencias

- [1] Anzola, S. Administración de Pequeñas Empresas. México: McGraw Hill; (2010).
- [2] Fischer, L., & Espejo, J. Mercadotecnia (4 ed.). México: McGraw Hill. (2011).
- [3] Rodríguez, J. Administración de pequeñas y medianas empresas (6 ed.). México: Cengage Learning. (2010).