



▶ ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS EN LOS PAÍSES DEL NORTE DE CENTROAMÉRICA

Un análisis de la economía informal con énfasis en el sector comercio, servicios y manufactura para Honduras, Guatemala y El Salvador

Enero, 2020

► Esta encuesta ha sido posible gracias al apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Los puntos de vista/opiniones de esta encuesta son responsabilidad de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y no reflejan necesariamente los de USAID o los del Gobierno de los Estados Unidos.



Organización
Internacional
del Trabajo

► ENCUESTA DE MICRONEGOCIOS EN LOS PAÍSES DEL NORTE DE CENTROAMÉRICA

Un análisis de la economía informal con énfasis en el
sector comercio, servicios y manufactura para Honduras,
Guatemala y El Salvador

Enero, 2020

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2020
Primera edición 2020

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a rights@ilo.org, solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En www.ifrro.org puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

OIT

Encuesta de micro negocios en los países del norte de Centroamérica: Un análisis de la economía informal con énfasis en el sector comercio, servicios y manufactura para Honduras, Guatemala y El Salvador
Oficina de la OIT para América Central, Haití, Panamá y República Dominicana. 2020

Economía Informal, Sector informal, Comercio, Servicios, Manufactura, Honduras, Guatemala, El Salvador, Centroamérica.

Web PDF: 9789220325520

O3.01.5

Datos de catalogación de la OIT

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

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

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Para más información sobre las publicaciones y los productos digitales de la OIT, visite nuestro sitio web: ilo.org/publns.

Créditos:

Elaboración del documento: Marcela Aguilar

Supervisión técnica: Mauricio Gallardo

Supervisión general: Randall Arias

Diseño y diagramación: SGP Publicidad

► ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	16
1. CARACTERIZACIÓN DE LOS MICRONEGOCIOS DEL TRIÁNGULO NORTE DE CENTROAMÉRICA	23
1.1 Razones por las que se originó el negocio	24
1.1.1 Resultados según país	24
1.1.2 Resultados según actividad del negocio	26
1.1.3 Resultados según nivel de informalidad	27
1.2 Antigüedad y mutación de los micronegocios	28
1.2.1 Antigüedad	28
1.2.2 Mutación en términos de localización y actividad	29
1.3 Formas de propiedad	31
1.3.1 Número de Propietarios	31
1.3.2 Condición de propiedad del local	32
1.4 Acceso al financiamiento	33
1.4.1 Principales fuentes de financiamiento para la inversión	33
1.4.2 Principales fuentes de financiamiento para la operación del negocio	35
1.4.3 Acceso al crédito bancario	36
1.5 Características socio-demográficas de los dueños o encargados	39
1.5.1 Sexo	39
1.5.2 Rango etario	40
1.5.3 Número de hijos	41
1.5.4 Familiares dependientes	42
1.5.5 Nivel educacional	43

1.6. Características socio-demográficas de los empleados	44
1.6.1 Nivel educacional de los trabajadores	44
1.6.2 Parentesco con el dueño o encargado del negocio	45
1.7 Productividad	46
1.8 Principales competidores	47
1.9 Acceso a tecnologías de información	48
1.10 Micronegocios y discriminación	49
2. ESTRATEGIAS GERENCIALES DE LOS MICRONEGOCIOS	51
2.1 Planificación Estratégica	52
2.1.1 Interés por expandir el negocio	52
2.1.2 Motivos para no expandirse	55
2.1.3 Coordinación entre los micronegocios	59
2.2 Administración Contable	61
2.3 Estrategias de marketing	64
2.3.1 Estrategias de marketing consideradas más efectivas	64
2.3.2 Estrategias de marketing más utilizadas	66
2.4 Políticas de recursos humanos	68
2.4.1 Capacitación	68
2.4.2 Trabajadores temporales	69
2.4.3 Beneficios extra recibidos por los trabajadores	70
2.5 Cadena de suministros	75
2.5.1 Tipos de proveedores	75
2.5.2 Formas de pago a proveedores	78
2.5.3 Tipos de clientes	79
2.5.4 Práctica de entrega de comprobante de ventas	84
2.5.5 Formas de pago con que realizan las ventas	85

2.6 Gasto en seguridad	89
2.7 Estrategias de emprendimiento e innovación	89
3. INCENTIVOS PARA LA INFORMALIDAD	93
3.1 Razones que incentivan la informalidad	94
3.2 Percepción de ventajas para registrarse como negocio formal	98
3.3 Percepción de desventajas para registrarse como negocio formal	102
3.4 Transición de la informalidad hacia la formalidad	106
4. ANEXOS	110
4.1 Anexo A: Ficha Metodológica	111
4.1.1 Objetivos y cobertura temática de la Encuesta	111
4.1.2 Principales indicadores obtenidos	112
4.1.3 Unidad de observación, unidad de información y población objetivo	112
4.1.4 Definición de los dominios de análisis y de los estratos de muestreo	113
4.1.5 Marco de muestreo	114
4.1.6 Definición del tamaño y la estratificación de la muestra	114
4.1.7 Selección de la muestra	116
4.1.8 Instrumentos de recolección de datos	116
4.2 Anexo B: Frecuencias relativas y balances de respuesta, un resumen	117
4.2.1 Frecuencias relativas	117
4.2.2 Balances de respuestas	117
4.3 Anexo C: La Prueba de independencia Chi Cuadrado, un resumen	118
4.4 Anexo D: Prueba ANOVA de un factor, un resumen	119
4.5 Anexo F: Cuestionarios de la Encuesta	120
4.5.1 Cuestionario de la encuesta de El Salvador	120
4.5.2 Cuestionario de la encuesta de Guatemala	135
4.5.3 Cuestionario de la encuesta de Honduras	151

▶ ÍNDICE DE GRÁFICOS

▶ Gráfico 1	Motivaciones para la creación de micronegocios según país, saldos de opinión	25
▶ Gráfico 2	Motivaciones para la creación de micronegocios según actividad, saldos de opinión	26
▶ Gráfico 3	Motivaciones para la creación de micronegocios según nivel de formalidad, saldos de opinión	27
▶ Gráfico 4	Antigüedad de los micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	29
▶ Gráfico 5	Mutación en términos de localización, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	30
▶ Gráfico 6	Mutación en términos de actividad, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	31
▶ Gráfico 7	Número de propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	32
▶ Gráfico 8	Condición de propiedad del local según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	33
▶ Gráfico 9	Principales fuentes de financiamiento para inversión, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	34
▶ Gráfico 10	Principales fuentes de financiamiento para la operación del negocio, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	35
▶ Gráfico 11	Acceso al crédito bancario según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	36

► Gráfico 12	Dificultades al solicitar un crédito bancario según país, respuestas ponderadas	37
► Gráfico 13	Dificultades al solicitar un crédito bancario según actividad, respuestas ponderadas	38
► Gráfico 14	Dificultades al solicitar un crédito bancario según nivel de formalidad, respuestas ponderadas	39
► Gráfico 15	Sexo de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	40
► Gráfico 16	Rango etario de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	41
► Gráfico 17	Número de hijos de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	42
► Gráfico 18	Número de familiares dependientes de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	43
► Gráfico 19	Nivel de educación de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	44
► Gráfico 20	Nivel de educación de los empleados, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	45
► Gráfico 21	Micronegocios con trabajadores que tienen parentesco con el dueño, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	46
► Gráfico 22	Productividad media de los micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, dólares	47
► Gráfico 23	Principales competidores, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	48
► Gráfico 24	Acceso de los micronegocios a tecnologías de información según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	49

► Gráfico 25	Discriminación que motivó el surgimiento del micronegocio según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	50
► Gráfico 26	Empresas que declaran que el negocio se expandirá algún día, saldos de opinión	52
► Gráfico 27	Satisfacción con el tamaño actual de operaciones del negocio, saldos de opinión	53
► Gráfico 28	Intenciones de expansión a 5 años según país, saldos de opinión	54
► Gráfico 29	Intenciones de expansión a 5 años según actividad, saldos de opinión	54
► Gráfico 30	Intenciones de expansión a 5 años según nivel de formalidad, saldos de opinión	55
► Gráfico 31	Motivos para no expandirse según país, saldos de opinión	56
► Gráfico 32	Motivos para no expandirse según actividad, saldos de opinión	57
► Gráfico 33	Motivos para no expandirse según nivel de formalidad, saldos de opinión	58
► Gráfico 34	Motivos para no expandirse según sexo del dueño o encargado, saldos de opinión	59
► Gráfico 35	Coordinación entre micronegocios para protegerse de la delincuencia según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	60
► Gráfico 36	Coordinación entre micronegocios oferta de productos o servicios diferentes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	61
► Gráfico 37	Presencia de contabilidad formal en micronegocios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	62

► Gráfico 38	Tipos de registros contables en micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	63
► Gráfico 39	Separación de cuentas del negocio y presupuesto familiar según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	64
► Gráfico 40	Estrategias de marketing consideradas más efectivas según país, saldos de opinión	65
► Gráfico 41	Estrategias de marketing consideradas más efectivas según actividad, saldos de opinión	65
► Gráfico 42	Estrategias de marketing consideradas más efectivas según nivel de formalidad, saldos de opinión	66
► Gráfico 43	Estrategias de marketing más utilizadas según nivel de formalidad, porcentajes	67
► Gráfico 44	Capacitación de propietarios de micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	68
► Gráfico 45	Interés en capacitar a los trabajadores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	69
► Gráfico 46	Negocios que emplean trabajadores temporales o por servicios facturados según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	70
► Gráfico 47	Negocios que entregan beneficios extras a trabajadores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	71
► Gráfico 48	Tipo de beneficios entregados a trabajadores según país, porcentajes	72
► Gráfico 49	Tipo de beneficios entregados a trabajadores según actividad, porcentajes	73
► Gráfico 50	Tipo de beneficios entregados a trabajadores según nivel de formalidad, porcentajes	74

► Gráfico 51	Tipos de proveedores según país, porcentajes	75
► Gráfico 52	Tipos de proveedores según actividad, porcentajes	76
► Gráfico 53	Tipos de proveedores según nivel de formalidad, porcentajes	77
► Gráfico 54	Forma de pago a proveedores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	78
► Gráfico 55	Negocios que venden a vendedores ambulantes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	79
► Gráfico 56	Negocios que venden a otros negocios o empresas según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	80
► Gráfico 57	Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según país, porcentajes	81
► Gráfico 58	Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según actividad, porcentajes	82
► Gráfico 59	Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según nivel de formalidad, porcentajes	83
► Gráfico 60	Negocios que entregan comprobantes de ventas a sus clientes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	84
► Gráfico 61	Formas de pago con que realiza ventas a negocios o empresas según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	85
► Gráfico 62	Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según país, porcentajes	86
► Gráfico 63	Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según actividad, porcentajes	87

► Gráfico 64	Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según nivel de formalidad, porcentajes	88
► Gráfico 65	Gasto en seguridad promedio como porcentaje de los costos de operación según país, actividad y nivel de formalidad	89
► Gráfico 66	Iniciativas de emprendimiento e innovación según país, saldos de opinión	90
► Gráfico 67	Iniciativas de emprendimiento e innovación según actividad, saldos de opinión	91
► Gráfico 68	Iniciativas de emprendimiento e innovación según nivel de formalidad, saldos de opinión	92
► Gráfico 69	Incentivos a la informalidad según país, saldos de opinión	94
► Gráfico 70	Incentivos a la informalidad según actividad, saldos de opinión	95
► Gráfico 71	Incentivos a la informalidad según nivel de formalidad, saldos de opinión	97
► Gráfico 72	Negocios que perciben como ventajoso operar como empresa formal según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	98
► Gráfico 73	Percepción de ventajas de la formalidad según país, respuestas ponderadas	99
► Gráfico 74	Percepción de ventajas de la formalidad según actividad, respuestas ponderadas	100
► Gráfico 75	Percepción de ventajas de la formalidad según nivel de formalidad, respuestas ponderadas	101
► Gráfico 76	Negocios que perciben como desventajoso operar como empresa formal según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	102

► Gráfico 77	Percepción de desventajas de la formalidad según país, respuestas ponderadas	103
► Gráfico 78	Percepción de desventajas de la formalidad según actividad, respuestas ponderadas	104
► Gráfico 79	Percepción de desventajas de la formalidad según nivel de formalidad, respuestas ponderadas	105
► Gráfico 80	Micronegocios en trámite de registro según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes	106
► Gráfico 81	Años promedio operando sin registro según país y actividad, empresas formales	107
► Gráfico 82	Años promedio operando sin registro según país y actividad, empresas sub-formales	108
► Gráfico 83	Condiciones requeridas para considerar la formalización del negocio según país y actividad, empresas informales	109

▶ **ÍNDICE DE TABLAS**

▶ Tabla 1	Muestra prevista en la Metodología	115
▶ Tabla 2	Muestra lograda efectiva	115
▶ Tabla 3	Márgenes de error para indicadores de proporción	116



Resumen Ejecutivo

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), a través de su Oficina en San José, Costa Rica, por medio del Departamento de Actividades con Empleadores (ACTEMP), y con el apoyo de la Fundación Panamericana para el Desarrollo (PADF), y en estrecha coordinación las Cámaras de Comercio de Guatemala, Honduras, y El Salvador, ejecuta el proyecto “Apoyo para el Tránsito a la Economía Formal en Guatemala, El Salvador y Honduras”, cuyo objetivo es el diseño de una estrategia para promover el tránsito desde la economía informal hacia la formal en los países del norte de Centroamérica. Para ello, en una primera etapa se contempló el análisis de la situación de los micronegocios informales y formales en estos países, para profundizar en la comprensión de las causas y motivaciones que llevan a estos agentes económicos a optar por la creación y permanencia en el sector informal, en lugar de transitar hacia la creación de empresas formalmente constituidas.

Para ello, se realizó previamente un diagnóstico cualitativo y cuantitativo para tener un perfil de los negocios informales en estos países. Este diagnóstico se complementó con una Encuesta de Negocios Informales en los países del Norte de Centroamérica, correspondiendo este informe a la síntesis de sus resultados. Tanto el diagnóstico previo como esta encuesta ofrecen una serie de datos, único en su género, que serán de utilidad tanto para el diseño de una estrategia informada y fundamentada para promover la formalización de los negocios informales, así como para el desarrollo futuro de líneas de investigación con mayores niveles de profundidad sobre el fenómeno de la economía informal en el ámbito de la investigación académica aplicada.

La metodología utilizada en la Encuesta se basó en un muestreo aleatorio simple estratificado en tres conglomerados geográficos y en estratos analíticos por formalidad y sector económico. Los conglomerados geográficos comprenden las áreas metropolitanas de San Salvador, Tegucigalpa y Ciudad Guatemala. Los estratos analíticos sobre los cuales se obtuvieron los resultados son, por un lado, las micro-empresas formales, las sub-formales (categoría analítica intermedia, desarrollada por el proyecto, con el propósito de abordar un fenómeno tan complejo más allá del enfoque dicotómico clásico de formal – informal), y las informales; y por el otro estrato, los sectores de comercio, servicios, y micro-manufactura.

Se definió un tamaño de muestra de 1,224 micronegocios, aunque finalmente se recopilieron

1,426 entrevistas efectivas a través de encuestas cara a cara con el dueño del micronegocio. Los estimadores agregados se estimaron con un máximo error permitido de 2.8% a un nivel de confianza de 95%, bajo el supuesto de que la selección fue realizada de manera aleatoria. La estratificación se realizó por afijación simple, observando que las sub-muestras para cada estrato alcanzaran un máximo error permitido de 5%, a un nivel de confianza de 95%. Al considerar las entrevistas efectivas, el margen de error efectivo disminuyó en comparación con el valor previsto.

En este documento se presentan los principales resultados de la Encuesta, destacando en general las diferencias en el comportamiento de los dominios definidos en la metodología. Según los datos recolectados, la informalidad es un fenómeno extendido en los países del norte de Centroamérica, independiente a la antigüedad del negocio. Aproximadamente, la mitad de los negocios sub-formales o informales tienen más de 5 años de operar de esta manera. Sin embargo, existe un porcentaje importante del 18% de micronegocios nuevos (0-2 años) que inician en la formalidad. Este dato es muy valioso, ya que podría indicar que al menos 2 de cada 10 comercios tuvieron desde su inicio el claro interés de operar en la economía formal.

Respecto a las características del propietario en los diferentes niveles de formalidad, no se presentan diferencias relacionadas al porcentaje de mujeres y hombres entre micronegocios sub-formales e informales (50%), pero sí al comparar con micronegocios formales, donde el 39% de los propietarios son de sexo femenino. Respecto a la edad, se observa que la edad incrementa según el grado de formalidad: los negocios informales concentran en su mayoría población joven; siendo que el 64% de los micronegocios informales tienen propietarios menores a 45 años, mientras que en los micronegocios formales este porcentaje disminuye a 57%.

Con respecto al nivel educativo, se identifica una relación inversa entre años de escolarización y grado de formalidad. Por ejemplo, los micronegocios formales tienen 22% de los propietarios con educación terciaria, mientras que los micronegocios sub-formales tienen 10%, y los micronegocios informales el 3% únicamente. Asimismo, a medida que incrementa el nivel de formalidad, se incrementa el porcentaje de propietarios que han recibido capacitaciones relacionadas a su trabajo. Por ejemplo, el 50% de los propietarios del sector informal no se han capacitado

de ninguna manera, mientras que este porcentaje disminuye al 28% en el sector formal. El sector formal se ha capacitado a través de estudios formales, mientras que en el sector sub-formal e informal, la manera más frecuente de capacitación es a través de cuenta propia.

Es interesante que la distribución de escolarización de los empleados, independientemente del grado de formalidad, se mantiene en los extremos educativos -educación terciaria o baja calificación-, lo cual contrasta con la educación de los propietarios del negocio, que se concentra principalmente en educación secundaria (promedio del 49%). Asimismo, el 53% de los empleados en los micronegocios tienen educación terciaria, lo cual supera de manera relevante el porcentaje de propietarios con educación terciaria (promedio para la región del 12%). Por tanto, se identifica un problema de mercado laboral, donde los trabajadores con mayor calificación son absorbidos en proporción similar por micronegocios formales o informales; probablemente, los micronegocios tienen un exceso de oferta laboral, lo cual les permite contratar a los empleados más calificados. Relacionado a ello, se identifica que los propietarios de los micronegocios reconocen la importancia de la educación en sus empleados. En promedio para los países del norte de Centroamérica el 62% de los propietarios están interesados en capacitar a sus trabajadores, siendo el mayor interés (70%) por parte del sector servicios. Finalmente, a medida que incrementa el grado de formalidad, existe mayor interés en capacitar a los trabajadores del negocio.

La Encuesta brindó información sobre aspectos relacionados al financiamiento por dos vías: inversión, y operación. Primero, se identifica que existen diferentes fuentes para inversión según el nivel de formalidad. Los micronegocios formales acceden de manera más diversificada a fuentes de financiamiento y utilizan la banca formal de manera más activa, mientras que los micronegocios sub-formales e informales utilizan de manera más activa formas de financiamiento informales. Por ejemplo, el 47% de los micronegocios formales utiliza como fuente de financiamiento a bancos privados, en contraste con solo el 24% de los micronegocios informales; apenas la mitad. En cambio, el 22% de los micronegocios informales utilizan prestamistas individuales mientras que, entre los formales este porcentaje es solo el 12% de los micronegocios, también casi la mitad. Asimismo, el 30% de los micronegocios informales utilizan préstamos de amigos o familiares, mientras

que esta práctica la utilizan solo el 17% de los negocios formales.

Segundo, en promedio para los 3 países, 7 de cada 10 micronegocios informales requieren financiamiento para la operación de sus negocios, y para ello utilizan diferentes recursos financieros según el nivel de formalidad. El 17% de los micronegocios informales o sub-formales se financian a través de prestamistas individuales, mientras que solo el 8% de los negocios formales utilizan esta fuente de recursos. Por otro lado, los préstamos de amigos o familiares para el financiamiento de operación son más frecuentes entre los micro negocios informales (32%) o sub-formales (27%) que en los negocios formales (15%).

Un hallazgo central es que los micronegocios de los países del norte de Centroamérica tienen un uso limitado de la banca, siendo que el 60% de los micronegocios no utilizan crédito bancario, mostrando diferencias según el nivel de formalidad. Mientras que el 52% de los micronegocios formales han solicitado crédito bancario, solo el 34% de los sub-formales e informales lo han hecho. Además, los casos de éxitos al solicitar crédito bancario son aproximadamente del 100% para los micronegocios formales, mientras que ese porcentaje disminuye al 83% en los sub-formales, y a 69% en los informales. En conclusión, existen diferencias relevantes en el acceso al sistema bancario y el grado de éxito de solicitudes de crédito según el grado de formalidad. Por ello, asesorar y apoyar a los informales a acceder exitosamente al sistema financiero es vital para una estrategia de formalización.

Respecto a las dificultades que señalan los micronegocios para acceder al crédito se identifican principalmente, y al margen del nivel de formalidad, la falta de garantías suficientes del negocio y los requisitos burocráticos. También señalan los informales la falta de oferta de crédito, mientras que los sub-formales y los formales señalan como una dificultad no presentar un plan de negocios adecuado.

La Encuesta recopiló información para estimar la productividad media de los micronegocios, a través del cociente entre las ventas y el número de trabajadores. Se encontró que, a mayor grado de formalidad, es mayor el nivel de productividad media. Los micronegocios informales tienen una productividad media de \$325 dólares corrientes de US por trabajador, mientras que, entre los sub-formales la productividad se estima en \$342 US, y entre los formales se estima

en \$485 US. Es decir, la productividad media de un negocio formal es 49% más alta que en un micronegocio informal.

En cuanto al acceso a tecnologías de información, independientemente del país, del sector económico o del grado de formalidad, la mayoría de los propietarios de los micronegocios tienen celular. El 96% de los micronegocios habitualmente tienen celular, entre ellos, el 84% tiene acceso a datos móviles, y únicamente el 12% no tiene tal acceso a datos móviles. Tener un celular es independiente de la condición del negocio (formal o informal), mientras que el acceso a datos móviles se incrementa a medida que aumente el grado de formalidad. Para efectos de la estrategia, se podría explorar el uso de aplicaciones móviles que faciliten las deficiencias encontradas en los micronegocios (por ejemplo, contabilidad formal).

Respecto a las expectativas de expandir el negocio, en general para los tres países los micronegocios no tienen perspectiva de ampliar sus clientes en el mercado local e internacional, ni de diversificar sus ventas actuales o expandir su negocio. Destaca al respecto que, a menor grado de informalidad, se observa una menor intención de expansión en los siguientes 5 años. Es decir, los micronegocios informales no tienen visión empresarial de mediano ni largo plazo, y a medida que se formalizan los micronegocios, las proyecciones de expandir y crecer aparecen con más frecuencia.

A menor formalidad, se observa un mayor satisfacción con el tamaño actual de operaciones del negocio. Es decir que los micronegocios formales probablemente tenían mayores expectativas de crecimiento que los resultados reales que lograron al formalizarse, mientras que el sector informal, al no tener mayores expectativas de crecimiento, su nivel de satisfacción con la escala del negocio es acorde a lo esperado (tamaño constante).

Dentro de los motivos para no expandirse, se destaca que los micronegocios que están transitando hacia la formalidad (sub-formales) son los que perciben condiciones más adversas para que los negocios pequeños puedan crecer. Mientras que los micronegocios informales no se expanden porque no quieren correr riesgos de sanciones o multas por parte del gobierno, ni llamar la atención de las autoridades, mientras que en el caso de los micronegocios formales y de los sub-formales esto no es una limitante.

Este conjunto de datos con respecto a los micro-negocios

informales nos demuestran, en resumen, un nivel medio de escolaridad de los dueños, con un contraste de escolaridad primaria y terciaria de sus empleados, baja propensión a acceder al crédito formal, una visión de corto plazo en su negocio y en las expectativas de crecimiento, alta tenencia de celulares aunque bajo acceso a datos móviles, así como una visión limitada y conservadora con respecto a su negocio a partir del miedo a correr riesgos por sanciones o multas por parte del gobierno.

Por otro lado, los micronegocios sub-formales, como categoría intermedia entre la informalidad plena y la formalidad, tienen una visión mucho más afín a la de los micronegocios formales, lo cual permite pensar que son un grupo con perspectivas positivas para ser apoyados por una estrategia de formalización por cuanto presentan características de comportamiento y visión similares a las que se requieren para un negocio formal.

A medida que incrementa el nivel de formalidad, los micronegocios perciben menor restricción de la delincuencia para expandir su actividad. Relacionado con ello, se visualiza levemente que, ante mayor grado de formalidad, mayor gasto en seguridad respecto a los costos de operación, siendo Honduras el país que gasta más en seguridad respecto a los costos de operación de los micronegocios (17%). Los negocios formales tienden a gastar más en seguridad (y probablemente en relación con ello), y son quienes encuentran que la inseguridad obstaculiza en menor medida el crecimiento de sus negocios. Por ello, quienes gastan más en seguridad, son quienes perciben menor obstáculo sobre este tema.

En términos de género, la diferencia más relevante que se desprende de la encuesta entre hombres y mujeres dueños de negocios es el motivo del cuidado familiar como una restricción para expandir sus operaciones, en donde las mujeres perciben en mayor medida el cuidado familiar como una limitante. Este aspecto es muy importante por cuanto una estrategia de formalización género-sensitiva debería prestar especial énfasis al tema del cuidado familiar a cargo de las mujeres, para efectos no solo de promover el crecimiento y fortalecimiento del micronegocio que le permita transitar a la formalidad, sino además para promover el principio de corresponsabilidad y evitar la discriminación y exclusión de las mujeres del mundo de los negocios y del mercado laboral en general.

Respecto a temas de coordinación (colaboración) entre los micronegocios, los datos muestran que esta práctica tiene presencia limitada, y que es además

independiente del sector económico, y del nivel de formalidad de los micronegocios. Honduras es el país que tiene el porcentaje más alto de negocios que se coordinan para protegerse contra la delincuencia, alcanzando el 28% (dato consistente con ser el país que más invierte en seguridad); mientras que en El Salvador, solo el 10% de los micronegocios se coordinan para protegerse de la delincuencia. Cuando existe coordinación en un tema, ésta suele expandirse también hacia otras temáticas, ya que, en proporciones similares, los micronegocios también se coordinan en la oferta de productos.

Respecto de la administración contable, a mayor grado de formalidad, se observa mayor presencia de contabilidad formal. El 90% de los micronegocios formales llevan una contabilidad formal, mientras que entre los micronegocios sub-formales este porcentaje disminuye al 52%, y para los micronegocios informales al 36%. Asimismo, se identifica que, a mayor nivel de formalidad, mayor es el tecnicismo que utilizan los micronegocios para registrar la contabilidad. Por ejemplo, el 68% de los micronegocios informales registra la contabilidad a través de cuadernos, mientras que esta práctica solo es utilizada por el 26% de los micronegocios formales. Relacionado con la gestión contable, se identifica que a mayor grado de formalidad mejor es la administración de las cuentas, dado que solo el 15% de los micronegocios formales mezcla las cuentas del negocio con las familiares, mientras que este porcentaje se incrementa al 40% para el sector informal. La capacitación orientada a las formas más modernas de administración de los negocios es clave en una estrategia para promover la formalización.

La Encuesta también indagó sobre las estrategias de marketing de los micronegocios, encontrando que las estrategias más utilizadas y consideradas con mayor efectividad consisten en brindar un trato amable y personal a los clientes, así como que los propios clientes se pasen la voz para conseguir más clientes, utilizar un rótulo en la entrada del local, y rebajas de precios a los clientes regulares. Sin embargo, el sector informal tiene una opinión menos optimista respecto a la efectividad de las diferentes estrategias de marketing al compararlo con los saldos de opinión de los micronegocios sub-formales y formales. La diferencia más grande entre sectores es respecto al uso de redes sociales, y respecto a la práctica de repartir volantes en las calles. En general, el uso de redes sociales no es generalizado en el marketing de los micronegocios, pero se percibe mayor apertura a utilizarlo según el grado de formalidad. Aquí se evidencia un área de

gran oportunidad para incentivar la formalización, por medio de una estrategia que promueva las plataformas digitales y el uso de redes sociales con propósitos de mercadeo.

Por otro lado, entre mayor es el nivel de formalidad del negocio, los beneficios otorgados a los empleados -adicionales al salario- son relacionados a la protección social. El 40% de los micronegocios formales otorgan contribuciones a la seguridad social -lo cual indica un porcentaje importante de micronegocios formales que no cumplen con las obligaciones laborales, datos consistentes con los estudios disponibles en materia de incumplimiento laboral- mientras que nadie del sector informal otorga este beneficio. Sin duda esto representa el mayor reto en materia de respeto a los derechos humanos y laborales, de forma total en el sector informal, pero también incluso en el sector formal.

Por otro lado, el 67% de los micronegocios informales brindan permisos a sus trabajadores para que cuiden a sus familiares con necesidades, mientras que este porcentaje se reduce al 46% en el sector formal. Independientemente del nivel de formalidad, el 30% de los micronegocios otorgan flexibilidad laboral. Cabe destacar que, a nivel país, en Honduras, el 63% de los propietarios otorga flexibilidad de horario a sus trabajadores.

Al analizar la cadena de suministros, se tiene que, para el 60% de los micronegocios en los países del norte de Centroamérica los principales competidores provienen tanto del sector formal como del informal en forma mixta. Sin embargo, los micronegocios informales identifican el mayor porcentaje de competidores desde su propio sector informal (41%), mientras que los micronegocios formales al contrario perciben un mayor porcentaje de competidores del mismo sector formal 21%. En otras palabras, los principales competidores toman relevancia desde el mismo sector al que pertenece el micronegocio.

En general, un tercio de los micronegocios de los países del norte de Centroamérica tiene como proveedores a las empresas pequeñas o locales establecidos que les brindan un comprobante por sus compras. El sector formal concentra un mayor porcentaje de proveedores que brindan comprobante, sin importar su naturaleza jurídica. Por ejemplo, el 38% de los micronegocios formales tienen como proveedores empresas grandes que brindan comprobante, mientras que, entre los micronegocios informales

dicha categoría solo representan el 14%. En general, el sector sub-formal tiene un comportamiento con mayor similitud al sector informal que al sector formal respecto a los proveedores. Además, se puede concluir que entre menor es el nivel de formalidad, mayor es la participación con proveedores que no brindan comprobantes. De esta manera, el 18% del sector informal utiliza como proveedores a los vendedores ambulantes, mientras que en el sector formal ello solo corresponde al 9%.

Respecto a las formas de pago, los micronegocios sub-formales y los informales tienen un comportamiento similar en la forma de pago a proveedores, donde el 96% de los micronegocios utiliza dinero en efectivo al contado como forma de pago, lo cual difiere del comportamiento del sector formal, donde el 86% de los micronegocios utilizan esta forma de pago. Por otro lado, los micronegocios formales son más propensos a utilizar crédito a plazo y transferencias bancarias que los micronegocios sub-formales e informales.

Con respecto a los clientes, el 54% de los micronegocios utiliza como clientes personas naturales sin comprobante, destacando que el 63% de los micronegocios nunca entrega comprobante de ventas a sus clientes. Sin embargo, a medida que incrementa el nivel de formalidad, incrementa el porcentaje de quienes entregan comprobante a sus clientes, en todas las modalidades, así como la participación con empresas. Por ejemplo, el 76% de los micronegocios informales tiene como clientes a personas naturales sin brindarles comprobante, mientras que tal categoría de clientes corresponde solo a un 38% entre los negocios formales. Asimismo, el 35% de los micronegocios formales tiene como clientes a empresas pequeñas o medianas que exigen comprobante, mientras que solo el 8% de los negocios informales tiene como clientes a esta categoría de empresas. Aunque cuando se trata de clientes que son empresas pequeñas que no exigen comprobante, este porcentaje incrementa al 13% para el sector informal. Además, se identifica que no existe un punto medio en la transición hacia la formalidad y la mayor participación de venta con otros negocios, ya que únicamente incrementa el porcentaje de ventas a empresas hasta que los micronegocios son totalmente formales (39%).

Entre las formas de pago que realizan los clientes, los micronegocios formales son los únicos que utilizan formas de pago como crédito a plazo y transferencias bancarias por parte de las empresas que tienen como clientes, aunque con un porcentaje limitado.

Aproximadamente el total de micronegocios reciben dinero en efectivo al contado por parte de sus clientes. Por lo cual, se identifica que a medida que se incrementa el nivel de formalidad, se diversifican las formas de pago que se reciben por parte de clientes habituales, más allá de la forma tradicional de dinero en efectivo.

La Encuesta brindó información acerca de algunas posibles iniciativas empresariales de los micronegocios según sus niveles de formalidad. En general, los micronegocios están interesados en buscar proveedores más económicos. Mientras que no manifiestan interés alguno en asociarse con otros micronegocios en el futuro. Por otro lado, los micronegocios muestran una opinión más balanceada respecto de ahorrar recursos propios, y buscar tecnificar el negocio, por lo cual esto podría ser una opción de iniciativas a futuro. Mientras menor es el nivel de formalidad, más conservadora y negativas son las expectativas de emprendimiento e innovación. Por ejemplo, el sector informal es el menos interesado en tecnificar su funcionamiento, mientras que el sector formal es el más favorable; asimismo, el sector informal no está interesado en ahorrar recursos propios o gestionar prestamos, mientras que el sector formal tiene una posición menos pesimista, aunque sigue siendo negativa. Contrario a lo que se pensaría, el sector informal tiene poco interés en buscar cómo venderles a clientes más grandes o en asociarse con otros micronegocios. Por tanto, como posible incentivo para el sector informal respecto a sus futuras iniciativas, el factor más favorable es la búsqueda de proveedores más económicos. Aquí se encuentra una oportunidad de apoyo por medio de una estrategia que promueva las compras colaborativas consolidadas.

Respecto a los factores que desincentivan a los micronegocios a formalizarse, se tiene que tanto los negocios informales, sub-formales, y formales, coinciden en que, si los gobiernos fueran honestos, muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales. Además, coinciden que muchos micronegocios no se registran como empresas formales porque hay poco control y fiscalización estatal sobre los pequeños negocios.

Por otro lado, la Encuesta indagó acerca de los beneficios que los micronegocios perciben en la formalización como empresa, así como los riesgos de afectación que podría tener una empresa por no formalizarse. Según incrementa el nivel de formalidad, incrementa la percepción de beneficios, y aumenta la

percepción de riesgos de ser informal. Sin embargo, el sector formal, de manera agregada, muestra tener una opinión neutral respecto a los beneficios de formalizarse. Además, a medida que disminuye el nivel de formalidad, se incrementa la percepción de que una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos.

En general, la Encuesta identifica que la percepción del alto costo de formalizarse, la complejidad del proceso, y la tramitología que implica formalizarse se incrementan entre menor sea el nivel de formalidad. Concretamente se tiene que entre menor sea el nivel de formalidad, mayor es la percepción de que el costo de registrarse para formalizar una empresa es muy alto, y que una vez que un negocio se registra formalmente debe empezar a cumplir demasiados requisitos y trámites tediosos. Sin embargo, el sector que tiene mayor percepción de que el trámite de registrarse para formalizar una empresa es muy complejo es el sector que está transitando hacia la formalidad, es decir, el sector sub-formal. Además, se tiene que entre mayor sea el nivel de formalidad, mayor es el porcentaje de negocios que identifican como ventajoso operar en la formalidad. Por ejemplo, el 45% de los micronegocios informales consideran que es ventajoso operar en la formalidad, mientras que este porcentaje sube a 76% entre los sub-formales, y a 93% entre los negocios formales.

Independientemente de su nivel de formalidad del micronegocio, éstos identifican como principales beneficios de formalizarse el acceso al crédito, así como evitar multas y fiscalización. El sector formal percibe en mayor medida que los otros sectores la ventaja de generar confianza de los clientes y los proveedores al formalizarse, mientras que el sector informal percibe en mayor magnitud la ventaja de evitar fiscalización gracias a formalizar el negocio. Se concluye que, mientras menor sea el nivel de formalidad, mayor es el porcentaje de micronegocios que consideran como desventaja operar de manera formal. Es decir, los negocios operan en su condición según su percepción de ventaja de formalizarse, por lo cual se deduce que existe un análisis por parte de los micronegocios, y una decisión racional acorde a su evaluación.

Se identifica que entre menor sea el nivel de formalidad, mayor se considera el costo del registro y la complejidad de la tramitología. En otras palabras, los micronegocios que han realizado efectivamente todo el proceso no consideran que esto sea una desventaja, dado que su opinión se basa en experiencia y no en una percepción. Por otro lado, mientras mayor es el nivel de formalidad, mayor es la percepción de desventaja de estar formalizado respecto al pago de impuestos posterior al registro. Nuevamente, se refuerza que los micronegocios formales opinan a partir de la experiencia, en donde el pago de impuesto es una situación que enfrentan habitualmente en sus operaciones, mientras que para los micronegocios informales este factor no toma tanta relevancia ya que no lo están enfrentando en la práctica.

Finalmente, el informe analiza la disposición a formalizarse por parte de los micronegocios informales a través de ciertos escenarios: si les cubren los costos de transacción, si les exoneran impuestos por un año, y si les exoneran impuestos por dos años. El resultado general es que, en los países del norte de Centroamérica se tiene que el 33% de los negocios informales no están dispuestos a formalizarse bajo ningún escenario, mientras que el 59% considerarían la formalización de su negocio si les realizaran los trámites necesarios y cubrieran el costo asociado al proceso. Sin embargo, esta disposición varía a través de los países, por ejemplo, en Honduras el 46% de los micronegocios informales no está dispuesto a formalizarse bajo ningún escenario -ni, aunque se les brindaran dos años libres de impuestos-. Por otro lado, los datos muestran que los micronegocios sub-formales operaron sin registro alguno por un año y 2 meses antes de estar en su condición actual, mientras que los micronegocios formales operaron sin registros por un año y 6 meses antes de formalizarse.



1. Caracterización de los Micronegocios de los países del norte de Centroamérica

En este capítulo se presentan características propias del micronegocio y del propietario, tales como las razones por las que se originó el negocio, su antigüedad y mutación, las formas de propiedad, el acceso al financiamiento, las características socio-demográficas de los dueños o encargados y de los empleados, los niveles de productividad, los principales competidores que enfrentan, el acceso a tecnologías de información, y algunos temas vinculados a la discriminación.

En cada sección se han implementado cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología de la Encuesta: país, actividad y nivel de formalidad. Además, cuando es pertinente se aplican las pruebas estadísticas correspondientes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas entre estos dominios.

► 1.1 RAZONES POR LAS QUE SE ORIGINÓ EL NEGOCIO

En este apartado se analizan las motivaciones que impulsaron a los dueños del negocio a emprender la creación de sus micronegocios. Para ello, se utilizan saldos o balances de opinión dado que la Encuesta formuló esta pregunta con una escala Likert. Estos saldos de opinión, tal como se explica en más detalle en el Anexo B, se construyen como: los porcentajes ponderados de las valoraciones positivas o favorables, menos los porcentajes ponderados de las valoraciones negativas o desfavorables.

El hecho de que tales porcentajes sean ponderados, implica que, en su cómputo, las valoraciones muy positivas y muy negativas ponderan uno, mientras que las valoraciones que son solo positivas o negativas, ponderan un medio. A su vez, las valoraciones neutrales no se tienen en cuenta para efectos del cómputo. Cuando el resultado de tal saldo de opinión es positivo, éste debe interpretarse como el porcentaje en que las valoraciones positivas superan a las negativas. Por el contrario, cuando dicho porcentaje es negativo, ello debe interpretarse como el porcentaje en que las valoraciones negativas superan a las positivas.

► 1.1.1 RESULTADOS SEGÚN PAÍS

Los saldos de opinión en donde se observan mayores diferencias por países, son principalmente tres. Primero, Honduras es el país en donde se observa con mayor frecuencia el caso de quienes emprendieron un negocio porque no había trabajo y había que buscar cómo generar ingresos, lo que se refleja en un saldo de opinión positivo del 40%, seguido de Guatemala (36%), mientras que el país con menor opinión positiva sobre este motivo es El Salvador (21%, gráfico 1).

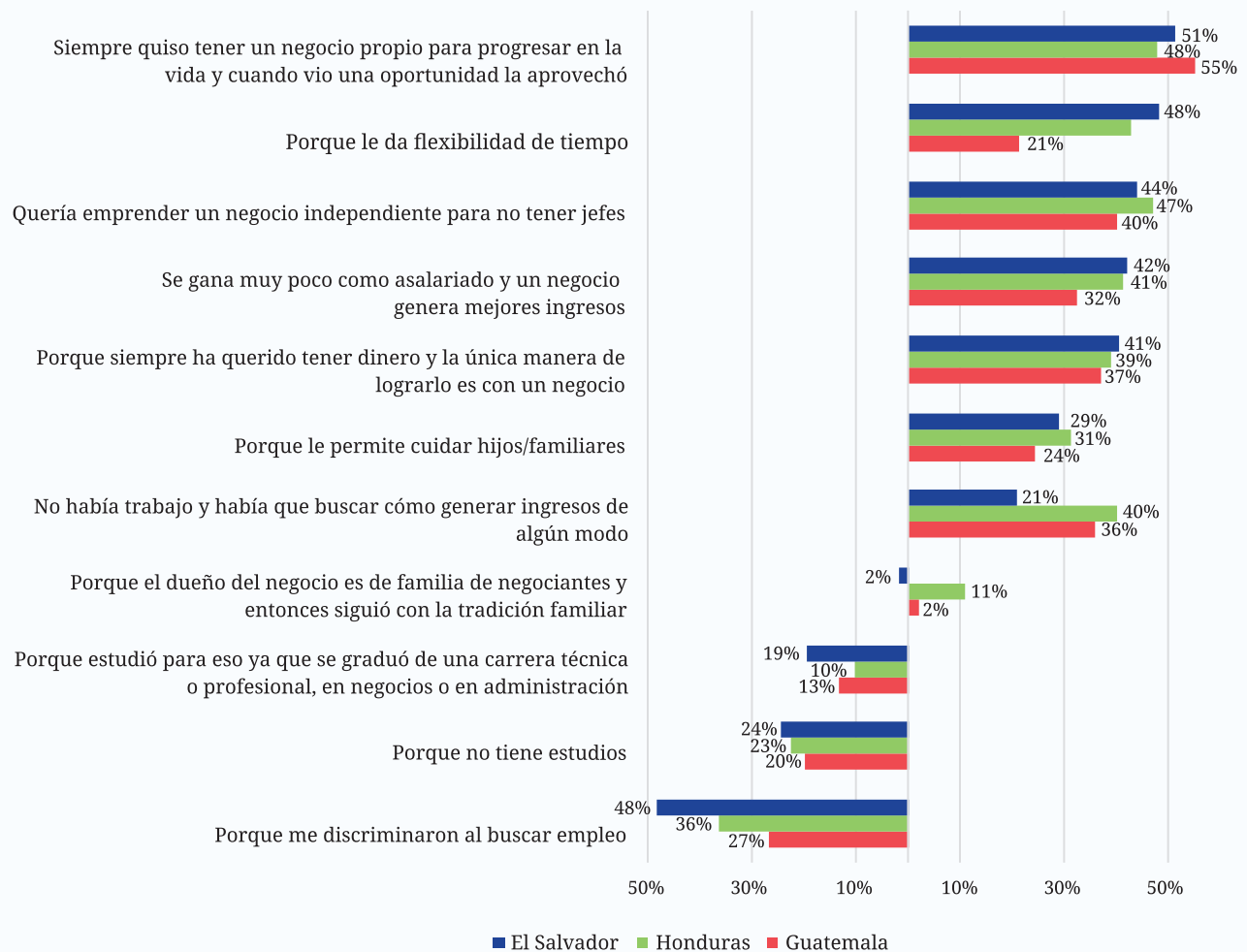
Segundo, los países en donde se observa una postura más favorable respecto a que los negocios han emprendido porque así tienen mayor flexibilidad de tiempo son El Salvador (48%) y Honduras (43%), mientras que en Guatemala las opiniones positivas superan únicamente en 20% a quienes no están de acuerdo con esta razón. Tercero, en los tres países se observa desacuerdo respecto a que los negocios han emprendido porque el propietario se sintió discriminado al buscar empleo; sin embargo, en El Salvador se encuentra en mayor desacuerdo respecto a este motivo.

Por otro lado, los motivos para emprender un negocio en donde se observan menores diferencias por países, es decir, un mayor consenso en la opinión, se pueden clasificar en tres. Primero, en los tres países se observa que están ampliamente de acuerdo en que emprendieron un negocio porque no quieren tener jefes, y porque tener un negocio propio siempre fue una aspiración como un medio para progresar en la vida, ya que también se considera que un negocio es la única forma de tener dinero. Segundo, existe un consenso en que no tener estudios no ha sido uno de los motivos principales para emprender un negocio. Finalmente, los encuestados de los tres países están de acuerdo, en la misma magnitud, respecto a que han emprendido un negocio porque así pueden cuidar de sus hijos y familiares (gráfico 1).

En conclusión, para los países del norte de Centroamérica, los propietarios de los micronegocios no han emprendido porque sus estudios sean relacionados a su negocio, o porque no tengan estudio alguno, ni por motivos de discriminación. Los propietarios consideran que emprendieron porque tuvieron la oportunidad de hacerlo, y consideraron que un negocio es un medio para progresar en la vida, ya que les genera mejores ingresos que ser asalariados, y les genera beneficios al ser independientes -no tener jefe- y tener mayor flexibilidad en el tiempo.

GRÁFICO 1

Motivaciones para la creación de micronegocios según país, saldos de opinión

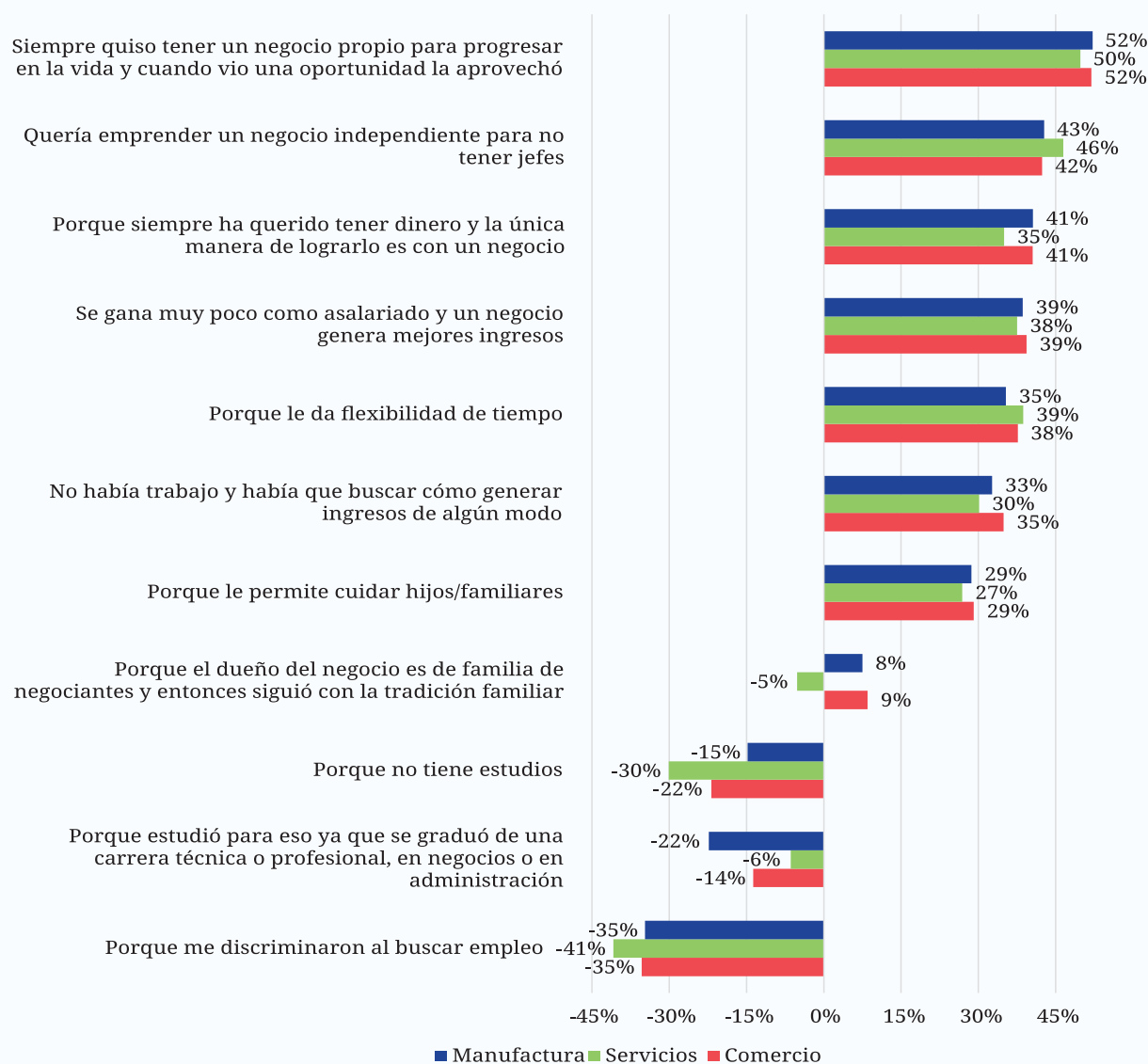


► 1.1.2 RESULTADOS SEGÚN ACTIVIDAD DEL NEGOCIO

La Encuesta revela que entre sectores económicos no se identifican diferencias de opinión relevantes respecto al motivo de emprendimiento. Las diferencias se concentran en la magnitud de desacuerdo que tienen los sectores respecto a no tener estudios -siendo el sector servicios quien tiene mayor desacuerdo- o haber estudiado algo relacionado con negocios como un motivo para emprender negocios -siendo el sector manufactura quien tiene mayor desacuerdo-. Por otro lado, independientemente del sector económico, los micronegocios opinan que emprender un negocio fue siempre una aspiración para progresar, y porque se gana muy poco como asalariado.

GRÁFICO 2

Motivaciones para la creación de micronegocios según actividad, saldos de opinión



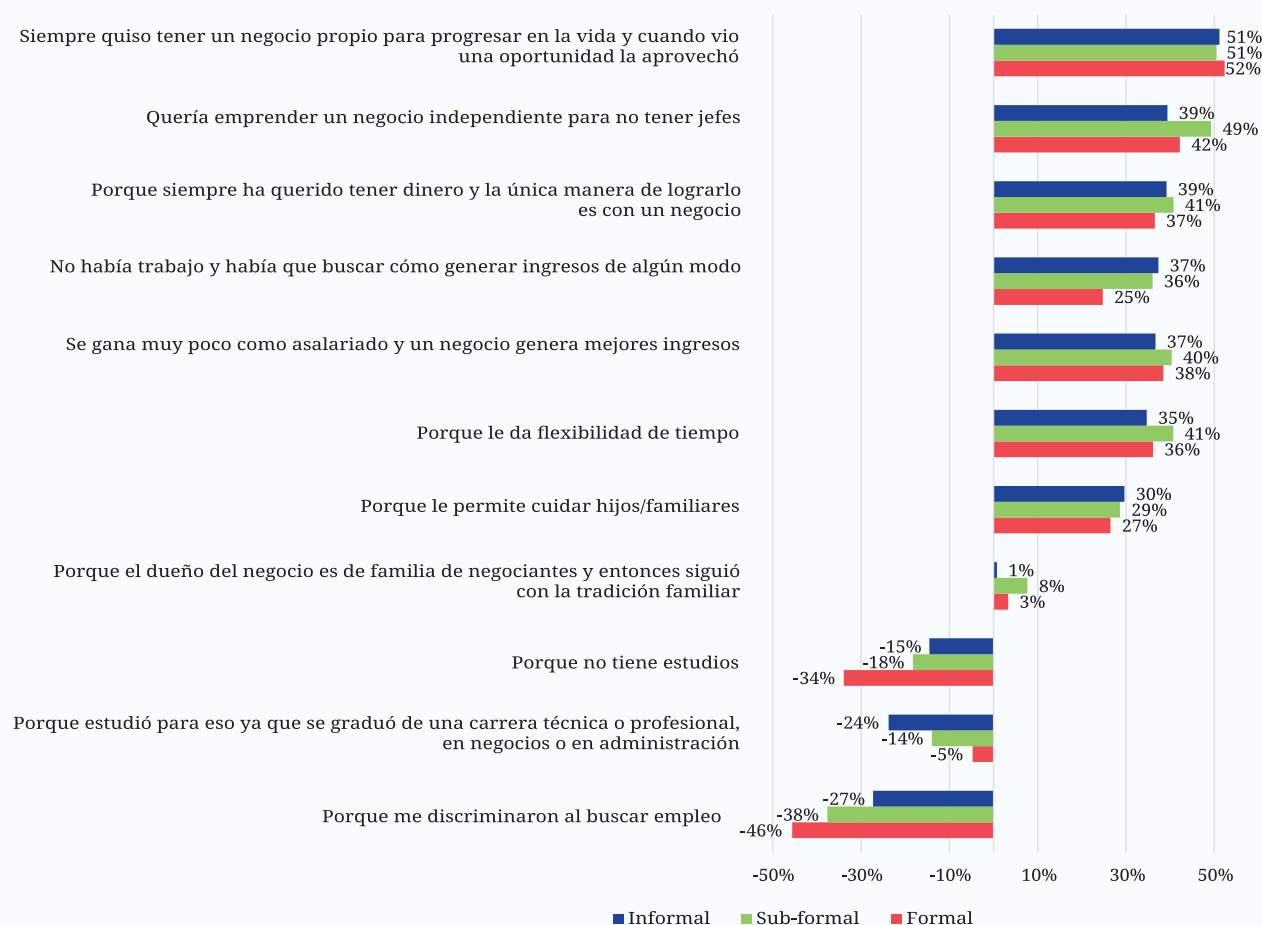
► 1.1.3 RESULTADOS SEGÚN NIVEL DE INFORMALIDAD

En el gráfico 3 se muestran las motivaciones para crear un micronegocio según nivel de formalidad. Los factores donde se tienen mayores diferencias en los saldos de opinión son cuatro. Primero, entre menor sea el grado de formalidad, mayor es la opinión a favor de que se inició un negocio porque no había trabajo y había que buscar ingresos de algún modo. Segundo, mientras mayor es el nivel de formalidad, se considera más neutral la opinión de emprender un negocio porque se graduó con una carrera afín al negocio; lo cual tiene relación con los niveles de educación asociados a los propietarios de micronegocios formales, que generalmente son superiores que los micronegocios informales. Tercero, entre menor es el nivel de formalidad, la falta de estudios como motivo de emprendimiento toma mayor importancia. Cuarto, a pesar de que todos los micronegocios tienen un saldo de opinión negativo respecto a la discriminación como motivo de emprendimiento, para el sector informal la magnitud es menor, por lo cual existe una tendencia más alta a señalar la discriminación como un motivo de emprendimiento según disminuye el nivel de formalidad.

Por otro lado, independiente del nivel de formalidad, los micronegocios tienen la misma magnitud de opinión a favor respecto a que emprendieron porque ganaban muy poco como asalariados y con un negocio se generan mejores ingresos. Además, para todos los entrevistados tener un negocio propio siempre fue una aspiración, y la única manera de tener dinero. Finalmente, los negocios también están de acuerdo, en la misma magnitud, respecto a que han iniciado un negocio porque les permite cuidar hijos y familiares.

GRÁFICO 3

Motivaciones para la creación de micronegocios según nivel de formalidad, saldos de opinión



► 1.2 ANTIGÜEDAD Y MUTACIÓN DE LOS MICRONEGOCIOS

► 1.2.1 ANTIGÜEDAD

Para este apartado, los rangos de antigüedad de los micronegocios se han definido en cuatro categorías: ‘nuevo’, ‘joven’, ‘establecido’ y ‘consolidado’. A la primera categoría pertenecen los micronegocios que se encuentran en una etapa de iniciación, entre cero y 2 años de antigüedad. A la categoría ‘joven’ pertenecen los que llevan entre 3 y 5 años operando en el mercado. Este tipo de micronegocio ya se encuentra en una etapa de pleno funcionamiento, pero se considera que aún no ha completado su desarrollo. En la categoría de micronegocio ‘establecido’ en tanto, se clasifican aquellos negocios que ya tienen más de 5, y no más de 15 años de estar operando en el mercado, habiendo así alcanzado una etapa que se considera de madurez. Finalmente, en la categoría ‘consolidado’, se incluyen las unidades de negocios que poseen más de 15 años de funcionamiento.

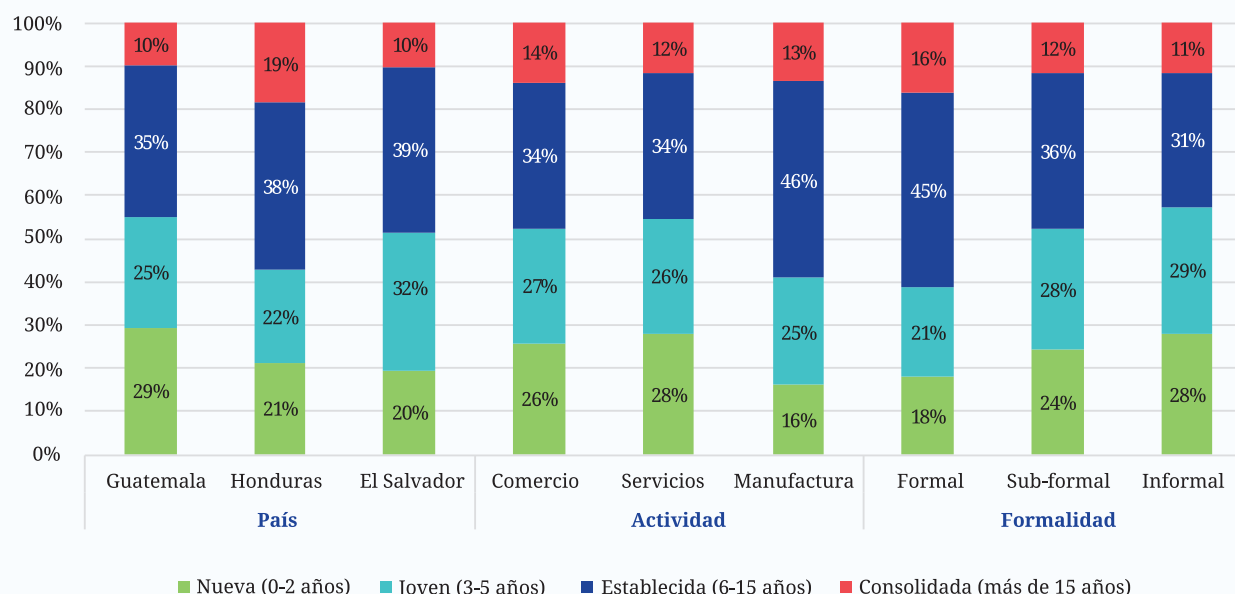
En el Gráfico 4 se ofrecen resultados relacionados con la antigüedad de los micronegocios para los tres dominios de análisis. Respecto a los resultados por país, en promedio el 37% de los micro negocios tienen categoría de establecidos por tener entre 6 a 15 años de funcionamiento. Además, en promedio el 13% de los micronegocios tiene más de 15 años de funcionamiento, siendo Honduras el país con porcentaje más alto (19%) de micronegocios consolidados. En general, los países tienen una estructura similar respecto a la antigüedad de los micronegocios, donde el 50% tiene menos de 5 años operando.

Respecto al dominio de la formalidad, en promedio para los tres países, el 61% de los micronegocios formales tiene más de 5 años de funcionamiento, y el porcentaje restante se distribuye equitativamente entre micronegocios jóvenes y nuevos, lo cual indica que existe un porcentaje considerable de negocios que inician sus operaciones en la formalidad (18%). Por otro lado, el 48% de los micronegocios sub-formales tienen más de 5 años de funcionamiento, y respecto a los micronegocios informales, el 42% de los negocios tienen más de 5 años de funcionamiento. En general, los datos muestran que a mayor antigüedad del micronegocio, mayor es el porcentaje de establecimientos formales; sin embargo, esta tendencia es leve, ya que existe un porcentaje importante de negocios informales que están consolidados (11%).

Respecto al dominio de actividad económica, el sector comercio y servicios mantienen una estructura similar, donde aproximadamente la mitad de los micronegocios tiene más de 5 años de operación. Mientras que, en el sector manufactura, el 59% tiene más de 5 años de operación, por lo cual en este sector existe mayor antigüedad. Los resultados que se presentan al cruzar estas variables son estadísticamente significativos para los tres dominios descritos.

GRÁFICO 4

Antigüedad de los micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: Según la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5%.

► 1.2.2 MUTACIÓN EN TÉRMINOS DE LOCALIZACIÓN Y ACTIVIDAD

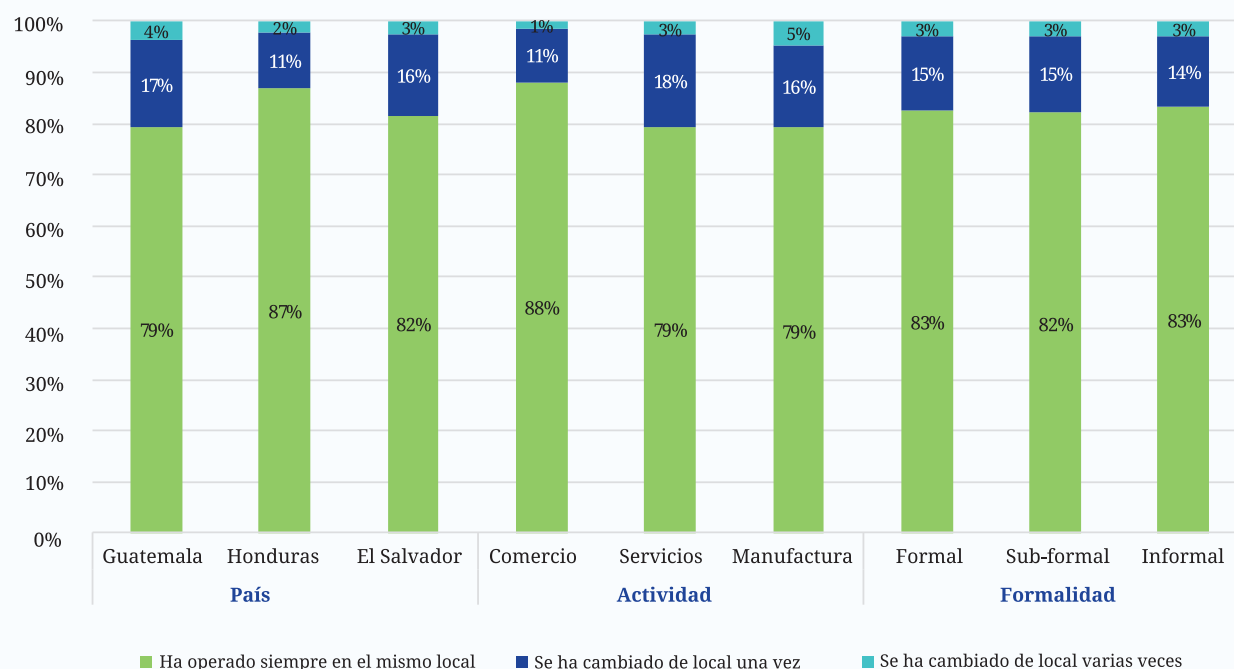
En esta sección se analizan los porcentajes de aquellos negocios que han mutado en términos de dos condiciones: localización y actividad a la que se dedican. En términos de localización se analizan los porcentajes de aquellos negocios que ya sea han permanecido siempre en el mismo local, o que se han cambiado de local una o varias veces. Estas categorías se cruzan en los tres dominios de análisis (país, actividad y nivel de formalidad) y se aplica una prueba Chi Cuadrado para saber si las diferencias de proporciones son independientes o si dependen de tales dominios de análisis.

El gráfico 5 muestra los resultados sobre mutación en términos de localización, donde la distribución porcentual es similar para los tres dominios de análisis, favoreciendo en todos los casos que los micronegocios se han mantenido en el mismo local. En promedio para los tres países, el 16% de los micronegocios se han cambiado de local una vez, mientras que solo el 4% ha cambiado varias veces. Respecto a la actividad económica, el 21% de los micronegocios en el sector servicios, así como en el sector manufactura, han cambiado de local al menos una vez, mientras que en el sector comercio el porcentaje es menor (12%). Por otro lado, respecto a la formalidad, las tres categorías mantienen un porcentaje similar del 18% de micronegocios que han cambiado al menos una vez de local.

En general, los datos de la Encuesta muestran que no existen diferencias relevantes en cada dominio respecto a la mutación de localización, dado que lo más frecuente es que los micronegocios se mantengan en el mismo local, independientemente de su condición de formalidad o actividad económica.

GRÁFICO 5

Mutación en términos de localización, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



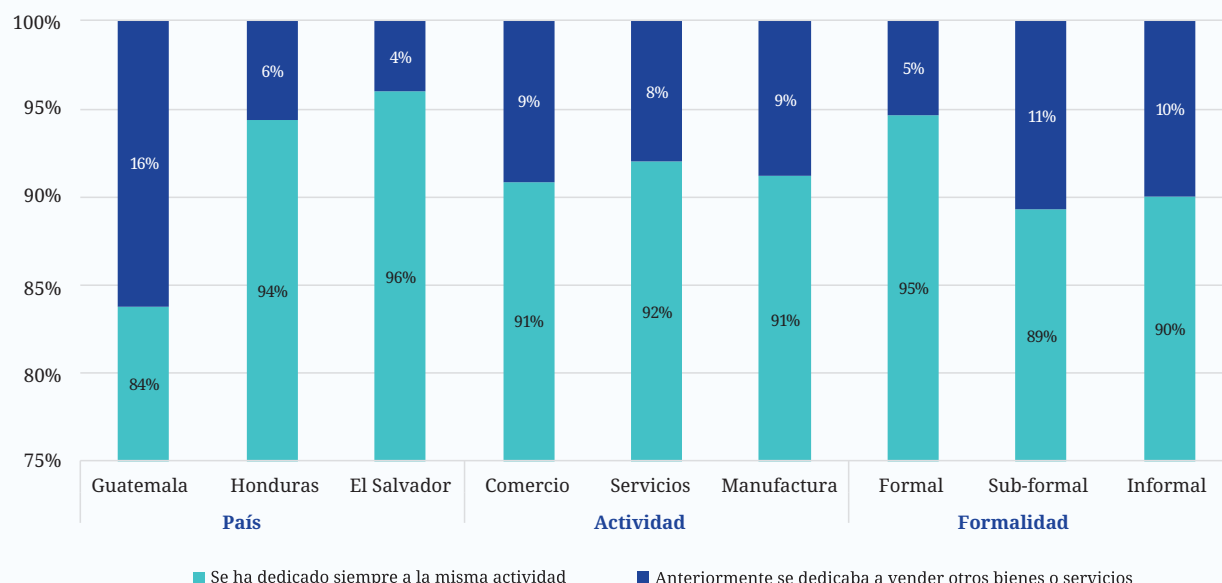
Nota: Según la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5%.

Por otro lado, el gráfico 6 muestra los resultados sobre mutación en términos de actividad. En promedio para los tres países, el 91% de los micronegocios se ha dedicado siempre a la misma actividad, siendo Guatemala el país con porcentaje más bajo 84%. Respecto a la formalidad, es interesante resaltar que los negocios formales han tenido menor porcentaje (5%) de cambio de actividad que los micronegocios sub-formales (11%) e informales (10%). Esto podría estar relacionado a la flexibilidad para cambiar de rubro que permite la economía informal a los micronegocios. Finalmente, en términos de actividad económica no existe mayor diferencia entre los sectores, es decir, que los micronegocios no han tenido una preferencia por un sector en específico cuando han cambiado de actividad.

En conclusión, entre los dos tipos de mutación, es más frecuente que los micronegocios cambien de local que de actividad económica. Sin embargo, no se detectan diferencias relevantes entre las tendencias de mutación y los dominios de análisis, es decir, que los micronegocios se comportan de manera similar independientemente del país y de su condición de formalidad cuando se analiza la mutación del negocio.

GRÁFICO 6

Mutación en términos de actividad, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: Según la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5%.

► 1.3 FORMAS DE PROPIEDAD

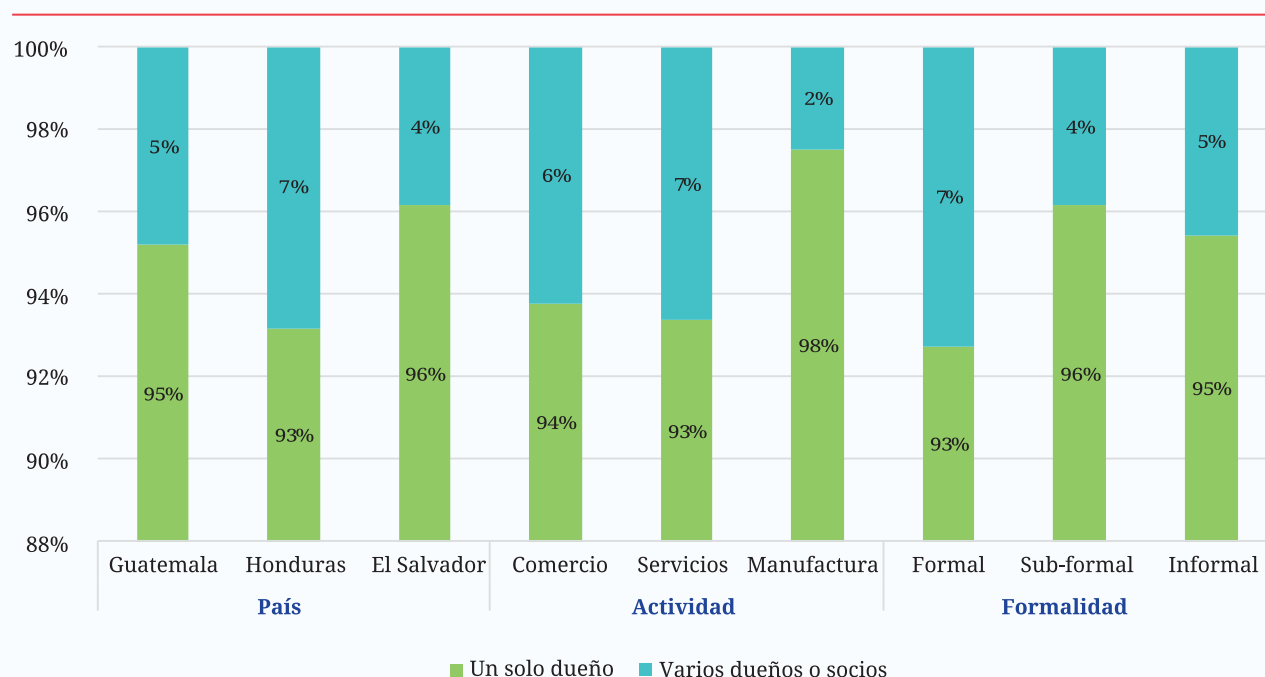
En esta sección, se analizan las diferentes formas de propiedad de los micronegocios en dos ámbitos: si el negocio es de un solo dueño o de varios socios; y si el local donde opera es de propiedad de los dueños, o si se está pagando, o es alquilado o prestado, u otorgado en concesión. Este análisis es importante para dar cuenta de que tan precaria o no es la forma de propiedad de los locales donde operan los micronegocios. El análisis se realiza para los tres dominios definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas.

► 1.3.1 NÚMERO DE PROPIETARIOS

El gráfico 7 muestra que en general en los países del norte de Centroamérica, los micronegocios operan con un solo dueño (95%); sin embargo, en Honduras existe un 7% de los micronegocios con varios dueños. Por otro lado, respecto a la actividad económica, el sector manufactura es el que tiene menor porcentaje de participación de varios dueños o socios (2%), comparado con el sector comercio y servicios (7%). Finalmente, respecto al dominio de formalidad, los micronegocios formales son quienes tienen mayor porcentaje de negocios con varios dueños (7%) comparado con los sub-formales e informales, los cuales tienen un porcentaje similar (4% y 5% respectivamente).

GRÁFICO 7

Número de propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: Según la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 1%.

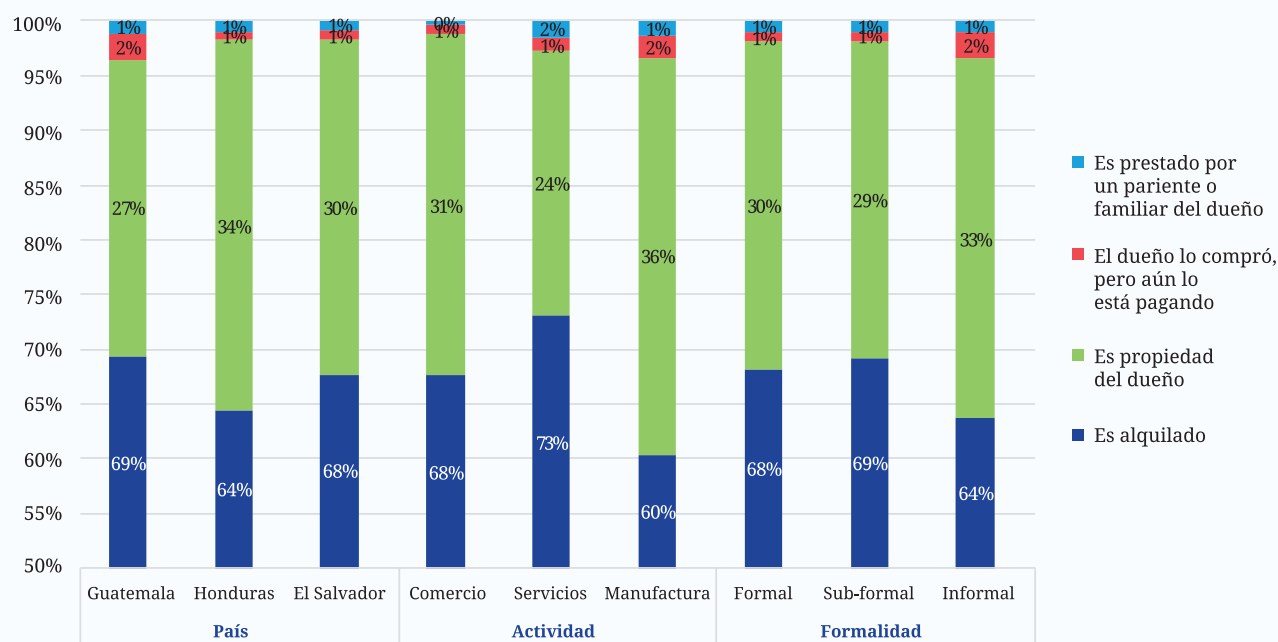
► 1.3.2 CONDICIÓN DE PROPIEDAD DEL LOCAL

La Encuesta consultó sobre la condición de propiedad del local de los micronegocios, obteniendo en promedio que, para los tres países Guatemala, Honduras y El Salvador, el 67% de los micronegocios están alquilando. Mientras que, el 30% utiliza un local que es propiedad del dueño, y únicamente un 1% está pagando un local que ha comprado para el negocio. Respecto a la actividad económica, el sector servicio tiene el mayor porcentaje de alquiler (73%), seguido por el sector comercio (68%), y finalmente el sector manufactura con 60%, siendo por otro lado el sector con mayor porcentaje de micronegocios que operan en un local que es propiedad del dueño (36%).

En el dominio de formalidad, el 64% de los micronegocios informales alquilan el local, mientras que para los micronegocios sub-formales e informales el porcentaje asciende levemente a 68% y 69% respectivamente. En general, los micronegocios alquilan el local donde operan independientemente de su condición de formalidad o su actividad económica, es decir, se comportan de manera similar respecto a la condición de propiedad.

GRÁFICO 8

Condición de propiedad del local según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



► 1.4 ACCESO AL FINANCIAMIENTO

En este apartado se analizan las principales fuentes de financiamiento, tanto para la inversión como para la operación del negocio. Además, se evalúa el acceso que tienen los micronegocios al crédito bancario y las posibles dificultades que han enfrentado los negocios que han recibido una respuesta negativa a su solicitud de crédito bancario. Similar a los apartados anteriores, se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas estadísticamente.

► 1.4.1 PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LA INVERSIÓN

Se observa en el gráfico 9 que los micronegocios en los países del norte de Centroamérica utilizan de manera simultánea diferentes fuentes de financiamiento para inversión y con diferentes ponderaciones entre los países. En El Salvador, las tres principales fuentes de financiamiento son recursos propios (50%), micro-financiera (30%), banco privado (24%). Mientras que en Honduras las principales fuentes son recursos propios (49%), banco privado (40%), y préstamos de amigos y familiares (26%). Por otro lado, Guatemala utiliza recursos propios (58%), préstamos de amigos y familiares (35%), y banco privado (33%). Además, es importante destacar que los tres países tienen un porcentaje similar en el uso de prestamistas individuales (20% en promedio).

Respecto al dominio de formalidad, existen aspectos comunes de financiamiento en algunas fuentes, tales como recursos propios, y micro-financieras. Sin embargo, existen diferencias importantes según la condición del negocio para préstamos de amigos o familiares, prestamistas individuales, y bancos privados. Por ejemplo, el 47% de micronegocios formales utiliza como fuente de financiamiento bancos privados, mientras que solo el 24% de los micronegocios informales. En cambio, el 22% de los micronegocios informales utilizan prestamistas individuales

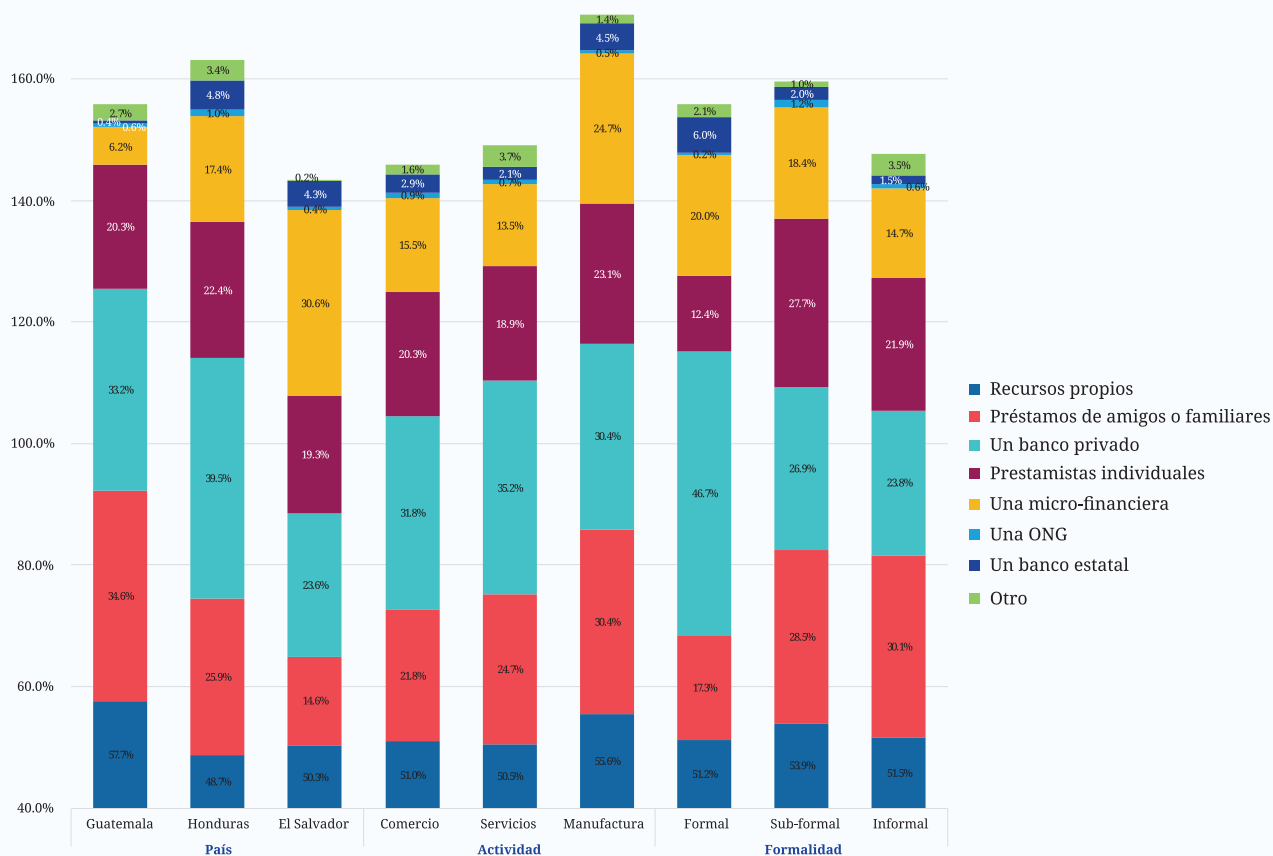
mientras que, para los formales esta cifra es únicamente un 12%. Asimismo, el 30% de los informales utilizan préstamos de amigos o familiares, mientras que esta práctica la utilizan solo el 17% de los negocios formales. Respecto a los sub-formales, las opciones más frecuentes de financiamiento tienen porcentajes similares a los que optan los micronegocios informales.

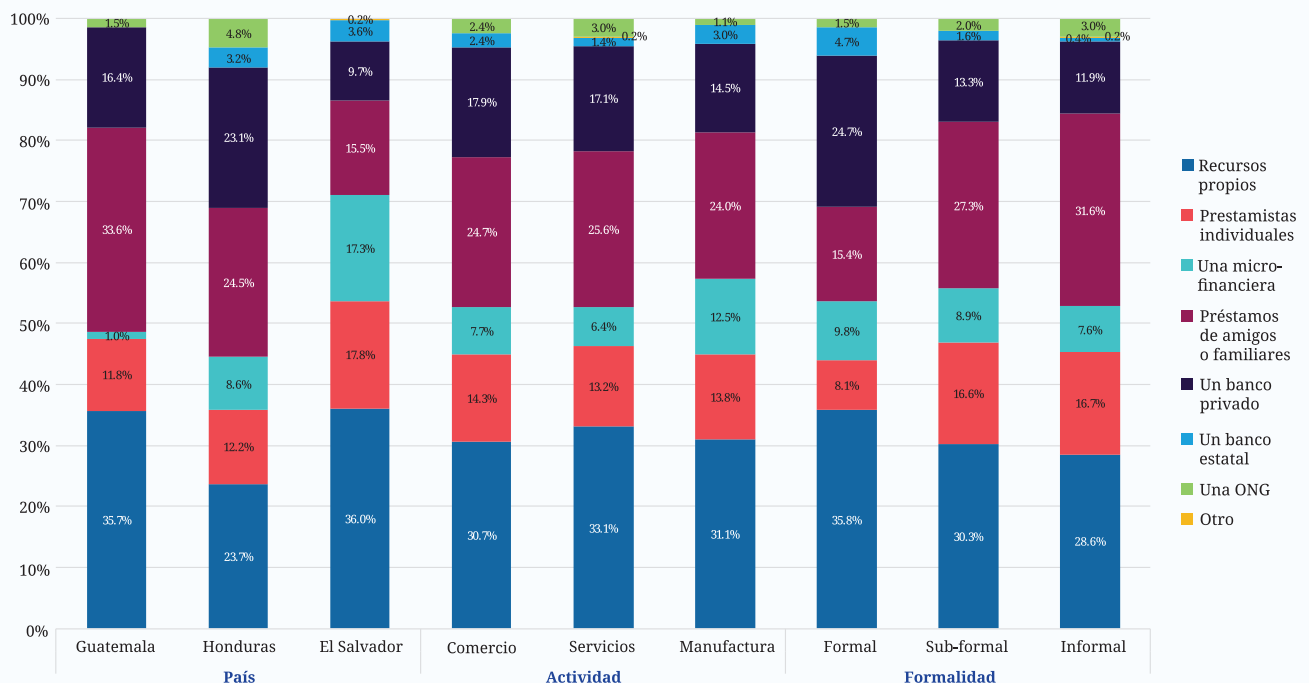
En el dominio de actividad económica también existen fuentes de financiamiento para inversión similares entre los sectores, así como diferencias importantes. Entre las fuentes de financiamiento similares destacan recursos propios, prestamistas individuales y bancos estatales. Mientras que en el uso diferenciado sobresalen préstamos de amigos o familiares, donde el sector manufactura es quien posee mayor porcentaje 30% y el sector comercio el que tiene menor porcentaje 21%. De igual forma, el uso de micro-financieras es diferente entre los sectores. Por ejemplo, en el sector manufactura se tiene un porcentaje de 25% de financiamiento por esta vía, mientras que el sector comercio este porcentaje corresponde al 15%.

En conclusión, existen diferencias en las fuentes de financiamiento para inversión según los tres dominios de análisis, principalmente según la condición de formalidad, donde los micronegocios formales acceden de manera más diversificada a fuentes de financiamiento y utilizan la banca formal de manera más activa, mientras que los micronegocios sub-formales e informales utilizan de manera más activa formas de financiamiento informales.

GRÁFICO 9

Principales fuentes de financiamiento para inversión, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes





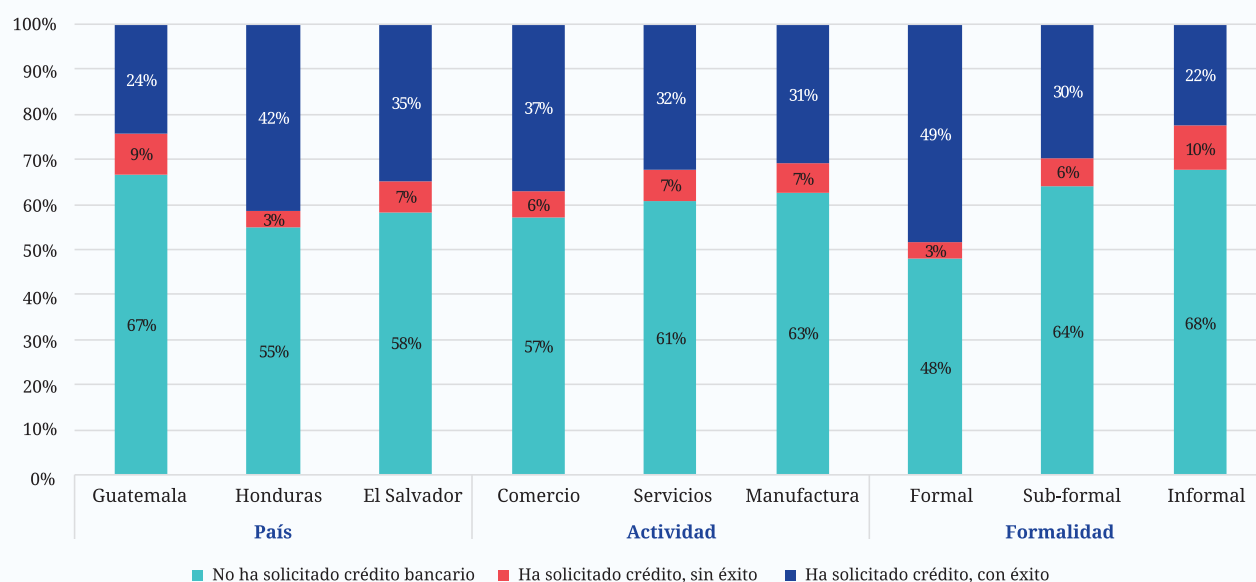
► 1.4.3 ACCESO AL CRÉDITO BANCARIO

Respecto al acceso al crédito bancario, el cruce de datos fue significativo estadísticamente para el dominio país y formalidad, pero no se considera que las diferencias entre actividad económica sean significativas estadísticamente. En general, el 60% de los micronegocios no utilizan crédito bancario, siendo Guatemala el país con porcentaje más elevado (67%). Respecto a los negocios que han solicitado crédito, el resultado de la solicitud es diferente por cada país; en Guatemala solo el 24% de los micronegocios han obtenido con éxito su solicitud, mientras que en El Salvador ha sido el 35% y en Honduras el 42%.

Respecto al dominio de la formalidad, se tienen diferencias entre la condición de cada negocio y el acceso al crédito bancario. Primero, el 52% de los micronegocios formales han solicitado crédito bancario, mientras que en promedio el 34% de los sub-formales e informales han hecho una solicitud. Segundo, los casos de éxitos al solicitar crédito bancario son aproximadamente del 100% para los micronegocios formales, mientras que el porcentaje de éxito disminuye a 83% en los sub-formales, y a 69% en los informales. En conclusión, existen diferencias estadísticamente significativas entre el grado de formalidad y el acceso al crédito bancario, así como con el éxito de la gestión.

GRÁFICO 11

Acceso al crédito bancario según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

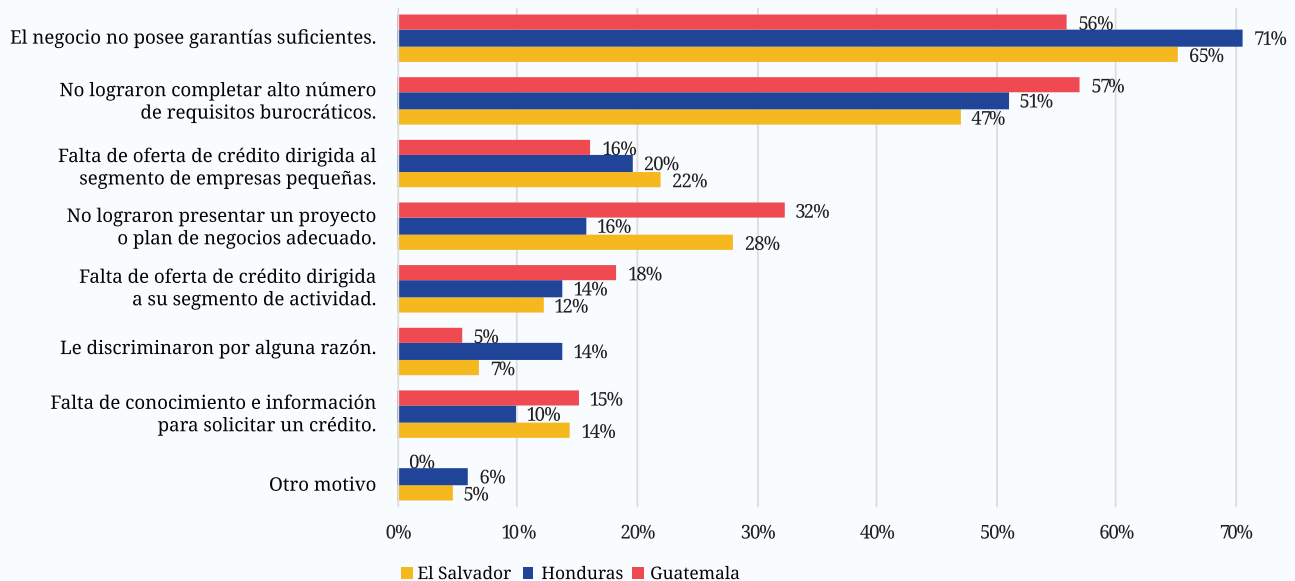


Nota: Según la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5% para el dominio país y para formalidad, pero no para actividad económica ya que el p-value es 0.09.

El gráfico 12 muestra las respuestas ponderadas de las principales tres razones por las cuáles pudieron haber negado el crédito a los micronegocios que realizaron una solicitud de crédito bancario según país. En promedio para los tres países, el 64% de los micronegocios consideran que la principal dificultad de acceso al crédito es que el negocio no posee garantías suficientes. Para El Salvador esta razón tiene el mismo porcentaje de importancia que la opción “no lograron completar alto número de requisito burocráticos”; para Guatemala y Honduras la burocracia es la segunda dificultad más importante. Las opciones restantes tienen diferentes ponderaciones entre los países, por ejemplo, para El Salvador y Guatemala la tercera razón con mayor porcentaje (32% y 28% respectivamente) es que los negocios no lograron presentar un proyecto o plan de negocio adecuado, mientras que en Honduras el tercer motivo es la falta de oferta de crédito dirigida al segmento de empresas pequeñas (20%).

GRÁFICO 12

Dificultades al solicitar un crédito bancario según país, respuestas ponderadas

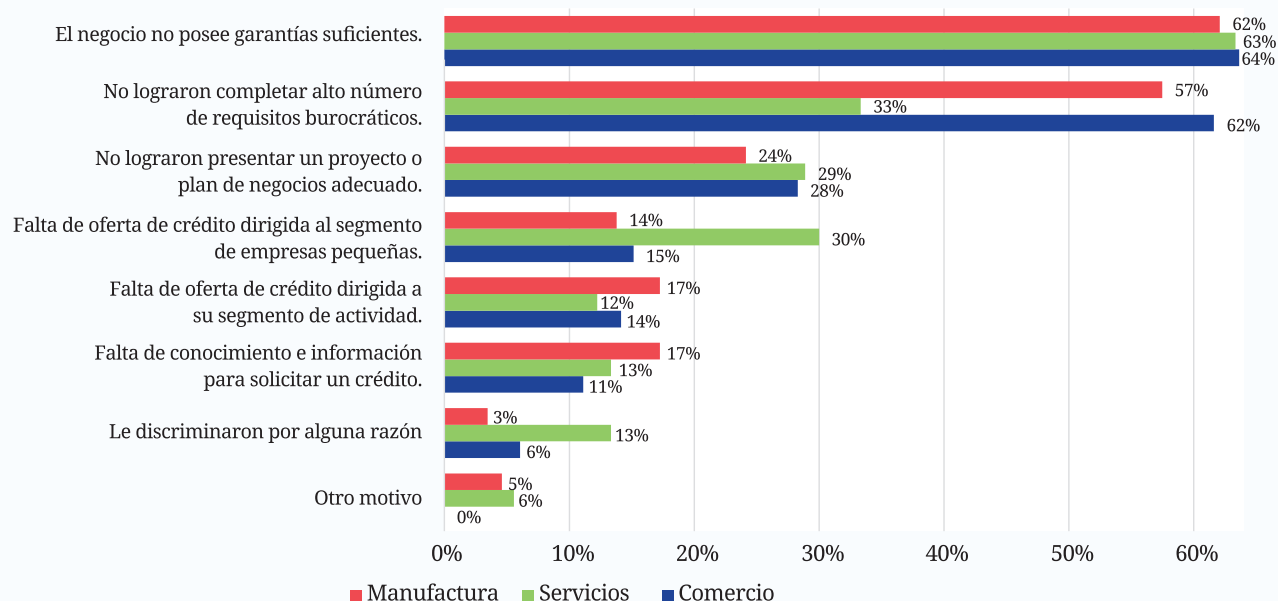


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de tamaño y zona (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

Al analizar las dificultades por actividad económica, los resultados obtenidos no son estadísticamente significativos, es decir, que las diferencias entre sectores no pueden afirmarse, ya que la muestra actual para esta variable es baja y podrían variar los resultados para una muestra diferente. A pesar de ello, con la información actual solo se distinguen dos razones con una diferencia notoria. Primero, para el sector servicios el alto número de requisitos burocráticos representa 33% mientras que para el sector comercio el 62%. Segundo, para el sector servicios la falta de oferta de crédito dirigida al segmento de empresas pequeñas tiene mayor ponderación (30%) que para los otros sectores (15% en promedio).

GRÁFICO 13

Dificultades al solicitar un crédito bancario según actividad, respuestas ponderadas

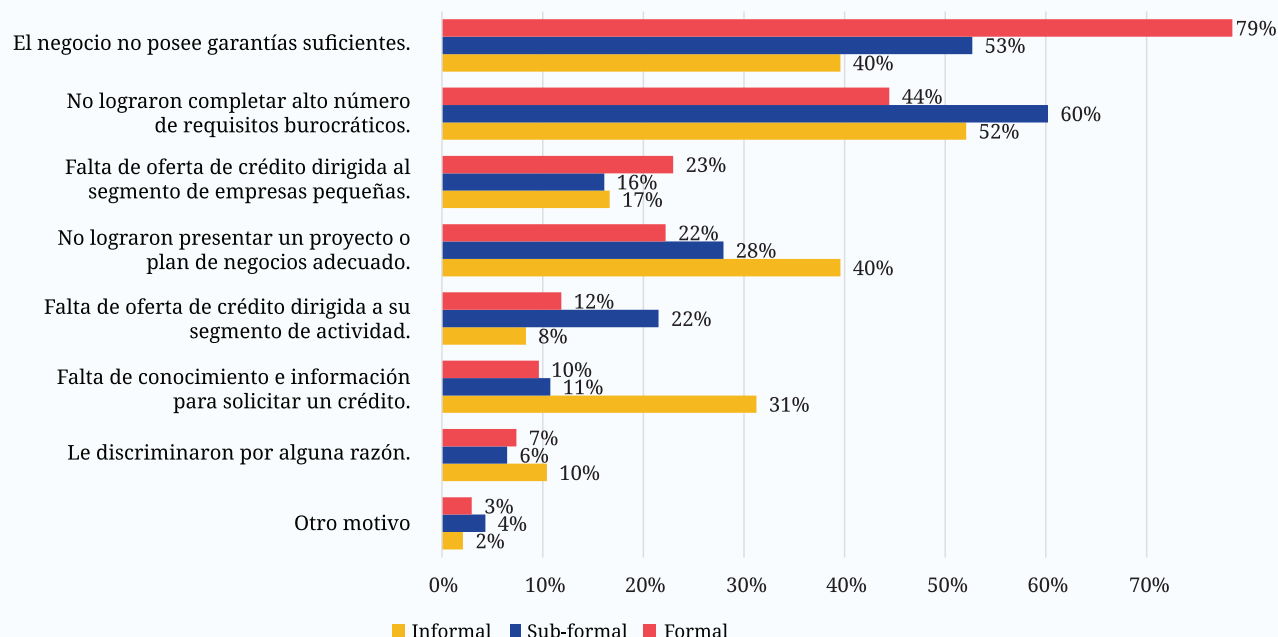


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de tamaño y zona (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

Con respecto al análisis por nivel de formalidad, las diferencias entre micronegocios son estadísticamente significativas. Se observa que, según incrementa el grado de formalidad, las dificultades para solicitar un crédito bancario disminuyen y cambia al mismo tiempo la composición de dificultades enfrentadas al momento de solicitar un crédito. Para los informales las primeras tres razones que dificultan el acceso al crédito bancario son la falta de garantías suficientes del negocio (79%), los requisitos burocráticos (44%), y la falta de oferta de crédito (23%). Por otro lado, los sub-formales identifican como las tres dificultades principales los requisitos burocráticos (60%), la falta de garantías suficientes del negocio (53%), y no presentar un plan de negocios adecuado (28%). Mientras que los formales identificaron como principales dificultades los requisitos burocráticos (52%), la falta de garantías suficientes del negocio (40%), y no presentar un plan de negocios adecuado (40%). Además, los micronegocios formales ponderan con mayor importancia la falta de conocimiento (30%) como una dificultad que los otros sectores.

GRÁFICO 14

Dificultades al solicitar un crédito bancario según nivel de formalidad, respuestas ponderadas



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de tamaño y zona (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

► 1.5 CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS DE LOS DUEÑOS O ENCARGADOS

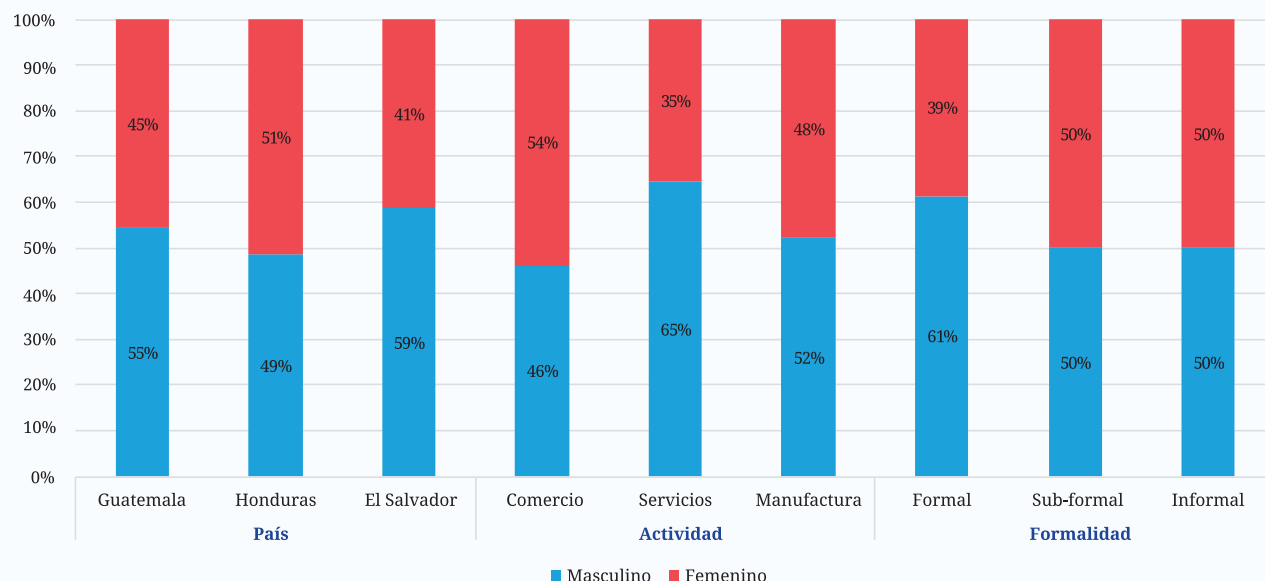
En este apartado se describen las características de los dueños o encargados de los micronegocios que fueron entrevistados, en términos de sexo, edad, nivel de escolaridad, número de hijos, y número de familiares dependientes. Se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas.

► 1.5.1 SEXO

El gráfico 15 muestra el sexo de los propietarios según los tres dominios de análisis. Primero, a nivel país, Honduras tiene mayor porcentaje de propietarios femenino (51%) que El Salvador (41%) y Guatemala (45%). Segundo, según actividad económica, se presenta mayor porcentaje femenino en el sector comercio (54%) que en el sector servicios (35%) y el sector manufactura (48%). Tercero, según el dominio de formalidad, no se presentan diferencias entre micronegocios sub-formales e informales (50%), pero sí al comparar con micronegocios formales, donde el 39% de los propietarios son de sexo femenino.

GRÁFICO 15

Sexo de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



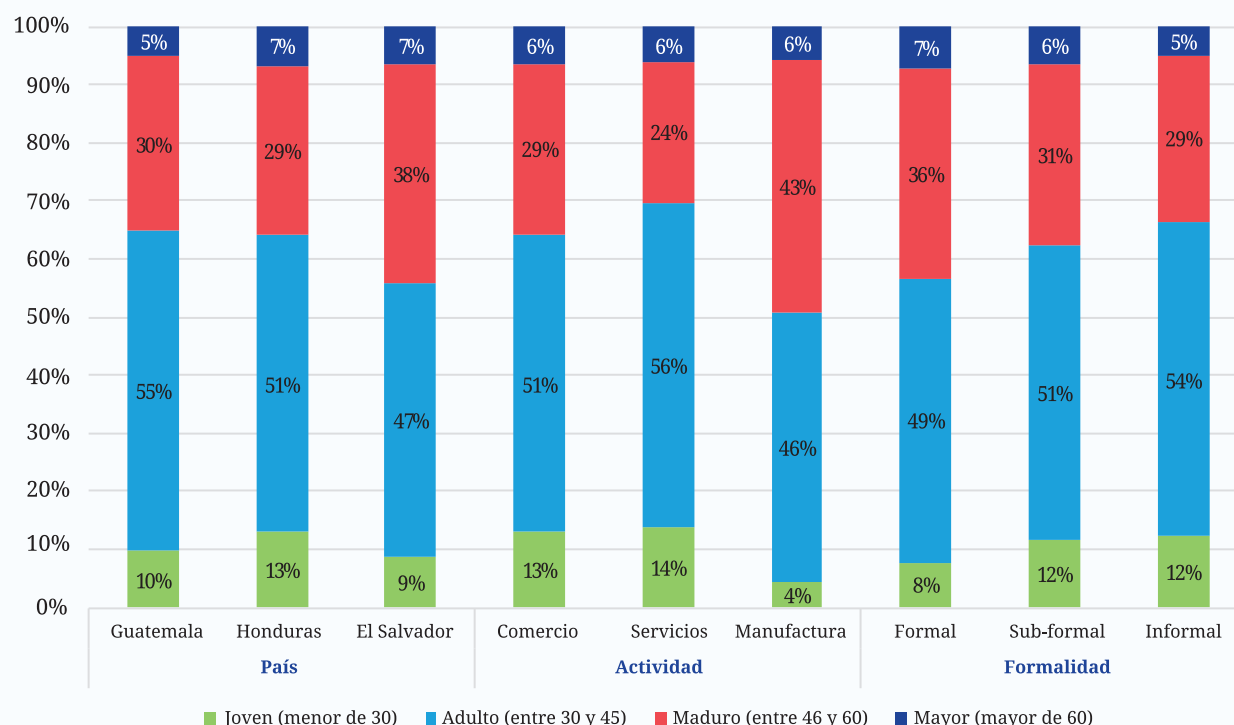
Nota: Todos los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5%, de acuerdo al resultado de la Prueba Chi Cuadrado de Pearson.

► 1.5.2 RANGO ETARIO

El gráfico 16 muestra el rango de edad de los propietarios según los tres dominios de análisis. En general, los países concentran el mayor porcentaje (51%) de propietarios en el grupo etario entre 30-45 años; sin embargo, existen algunas diferencias entre países, por ejemplo, en El Salvador se presenta mayor porcentaje (38%) de propietarios entre 46-60 años que en Honduras y Guatemala (30%), y menor porcentaje de jóvenes (9%) comparado con Honduras (13%). Según actividad económica, el sector comercio y servicios muestran una distribución etaria similar entre sí, donde el 53% en promedio tiene entre 30-45 años; sin embargo, el sector manufactura muestra una estructura diferente, donde el porcentaje de propietarios entre 46 a 60 años incrementa a 43%, mientras que para el sector servicios disminuye a 24%. Respecto al dominio de formalidad, se distingue que la edad incrementa según el grado de formalidad, es decir, los negocios informales concentran en su mayoría población joven; por ejemplo, el 64% de los micronegocios informales tienen propietarios menores a 45 años, mientras que en los micronegocios formales este porcentaje disminuye a 57%.

GRÁFICO 16

Rango etario de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De acuerdo a la Prueba Chi Cuadrado de Pearson los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 5%, a excepción del dominio tamaño (el valor p de la prueba es igual a 0.449).

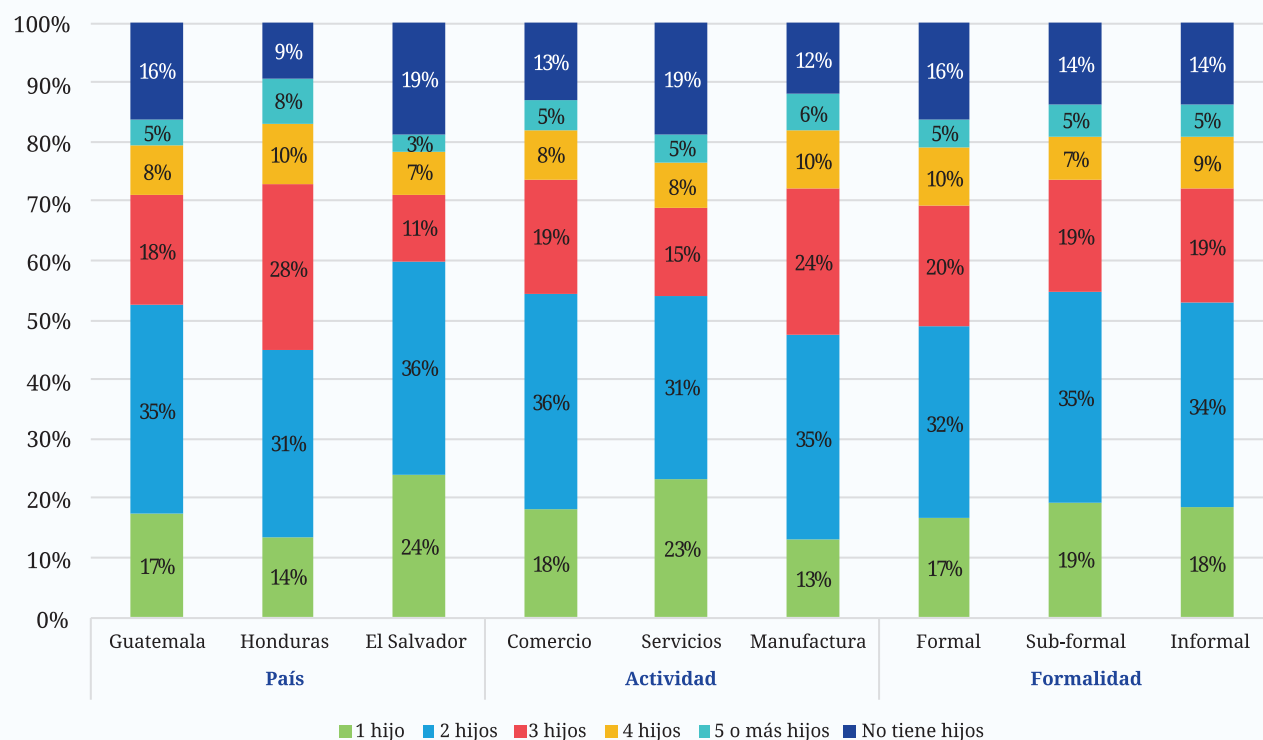
► 1.5.3 NÚMERO DE HIJOS

La siguiente variable demográfica para analizar es el número de hijos de los propietarios, con el objetivo de identificar grados de dependencia económica. A nivel país, El Salvador es el país con menor número de hijos por propietarios, ya que el 19% de los propietarios de micronegocios no tienen hijos, y el 60% tiene entre 1-2 hijos. Por otro lado, Honduras es el país con mayor número de hijos, únicamente el 9% de los propietarios no tiene hijos.

Respecto al dominio de actividad económica, el sector manufactura es donde se presenta mayor porcentaje de propietarios con hijos. Por ejemplo, el 24% tiene 3 hijos, mientras que en el sector servicios este porcentaje es 15%. Además, en el sector servicios existe mayor porcentaje de propietarios sin hijos (19%). Por otro lado, respecto al dominio de formalidad no se identifican mayores diferencias entre el número de hijos y la condición del micronegocio.

GRÁFICO 17

Número de hijos de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



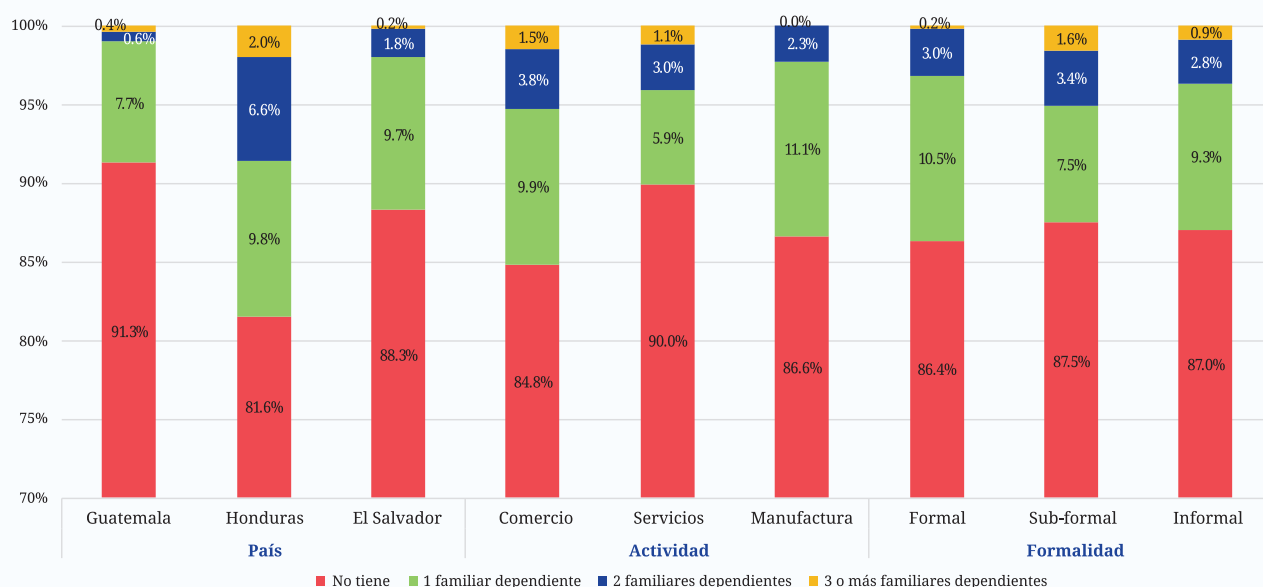
Nota: Todos los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos ala 5%, de acuerdo al resultado de la Prueba Chi Cuadrado de Pearson.

► 1.5.4 FAMILIARES DEPENDIENTES

Relacionado a la variable anterior, se analiza el número de familiares dependientes del propietario, es decir, familiares que requieran de un cuidado especial, tales como personas con discapacidad, ancianos, otros. A nivel país, se observa que Honduras es el país con mayor número de familiares dependientes, el 18% de los negocios tienen entre 1 a 3 personas, mientras que Guatemala es el país que tiene menor porcentaje 9% de micronegocios con 1 a 3 familiares dependientes. Respecto al dominio de actividad económica, en el sector comercio el 15% de los micro negocios tienen entre 1-3 familiares dependientes, al compararlo con servicios (10%) y manufactura (13%). Finalmente, respecto al dominio de formalidad no se tienen diferencias estadísticamente significativas.

GRÁFICO 18

Número de familiares dependientes de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y sector económico (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de formalidad.

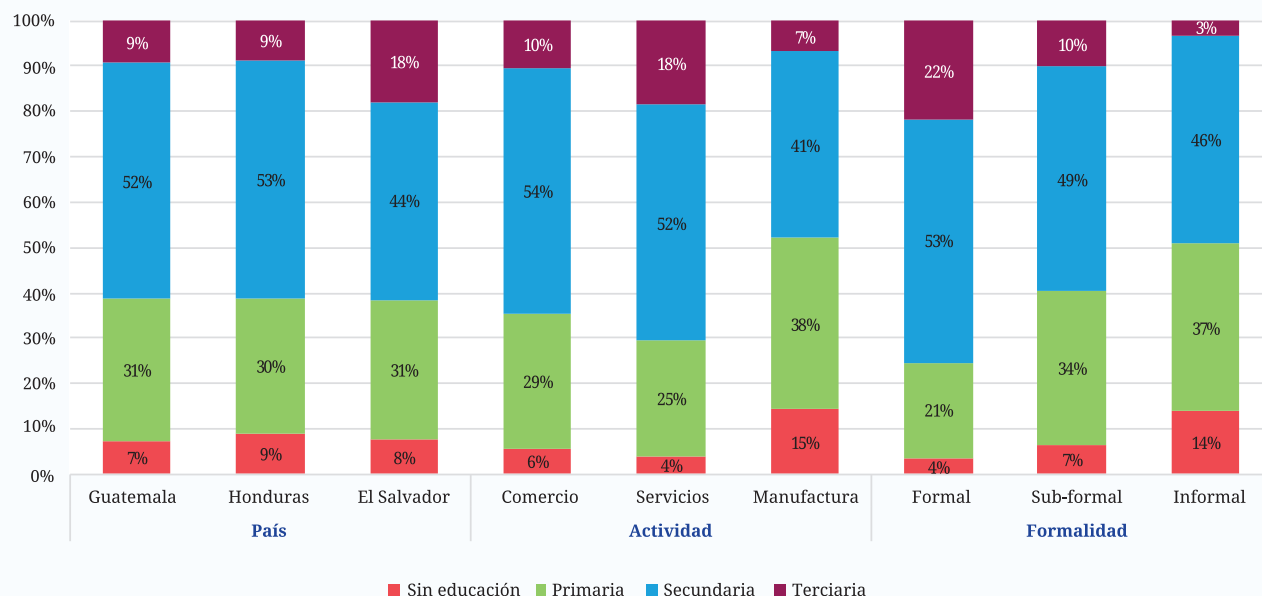
► 1.5.5 NIVEL EDUCACIONAL

El gráfico 19 muestra el nivel de educación de los propietarios según los dominios de análisis. Primero, a nivel país, El Salvador es el país que posee mayor porcentaje (18%) de propietarios con educación terciaria, mientras que tanto Honduras como Guatemala tienen únicamente un 9%. En promedio, el 49% de los propietarios de micro negocios en los países del norte de Centroamérica tienen educación secundaria, y el 31% tiene educación primaria.

Respecto al dominio de actividad económica, el sector manufactura posee el menor nivel de educación terciaria 7%, y mayor porcentaje de propietarios sin educación 15%, mientras que el sector comercio es el que posee mayor porcentaje de propietarios con educación terciaria (18%) y el menor porcentaje de propietarios sin educación (4%). Finalmente, respecto al dominio de formalidad, se identifica una relación inversa entre educación y grado de formalidad. Por ejemplo, los micronegocios formales tienen 22% de los propietarios con educación terciaria, mientras que los micronegocios sub-formales tienen 10%, y los micronegocios informales el 3% únicamente.

GRÁFICO 19

Nivel de educación de los propietarios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De acuerdo a la Prueba Chi Cuadrado de Pearson, los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 1%.

► 1.6. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS DE LOS EMPLEADOS

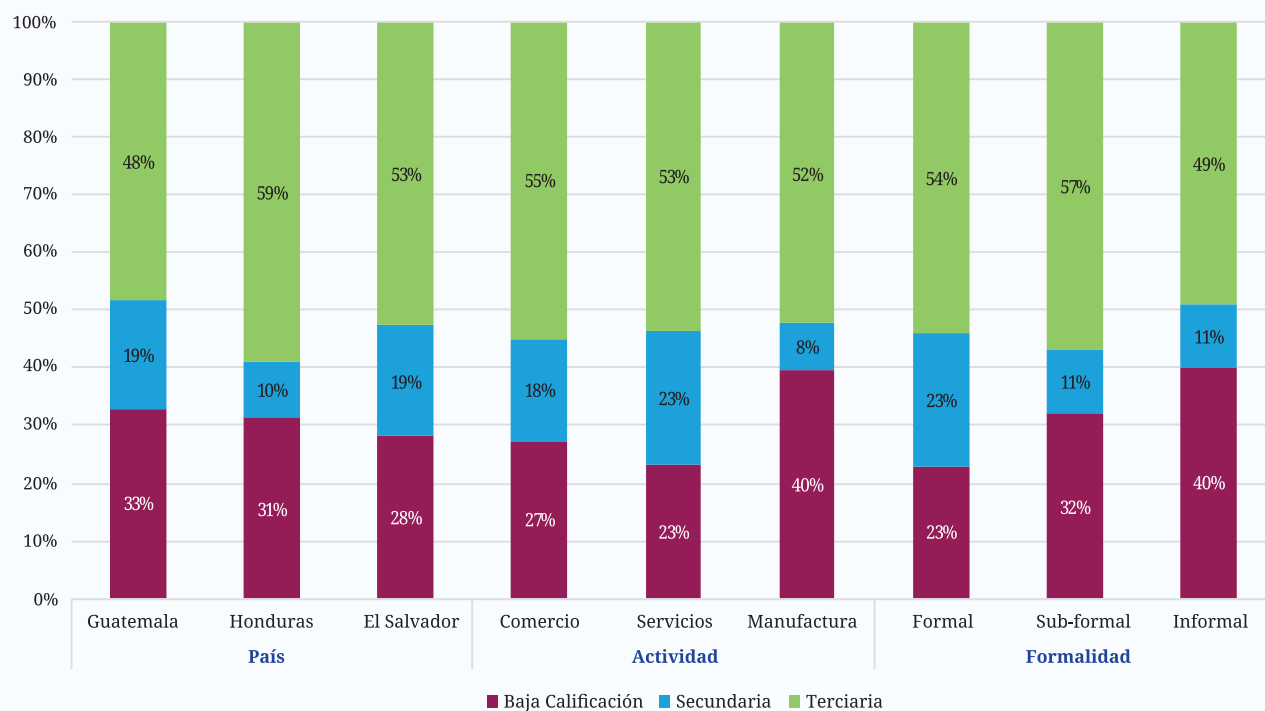
En esta sección, se describen las características de los empleados de los micronegocios, en términos de composición, nivel de escolaridad, y el parentesco con el dueño o encargado del negocio. Se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no, estadísticamente significativas.

► 1.6.1 NIVEL EDUCACIONAL DE LOS TRABAJADORES

En el gráfico 20, se muestran los niveles de educación de los empleados según los dominios de análisis. Para los tres países se presenta similar distribución de educación en los empleados; en promedio, el 53% de los empleados de los micronegocios tienen educación terciaria, lo cual supera de manera relevante el porcentaje de propietarios con educación terciaria analizada en el apartado anterior (promedio para la región del 12%). Además, en promedio para los tres países, el 31% de los empleados tienen baja calificación, es decir, no han estudiado o tienen educación primaria. En general, la distribución de educación en los empleados se mantiene en los extremos -educación terciaria o baja calificación-, lo cual contrasta con la educación de los propietarios del negocio, que se concentraba principalmente en educación secundaria (promedio del 49%).

GRÁFICO 20

Nivel de educación de los empleados, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de tamaño y zona (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

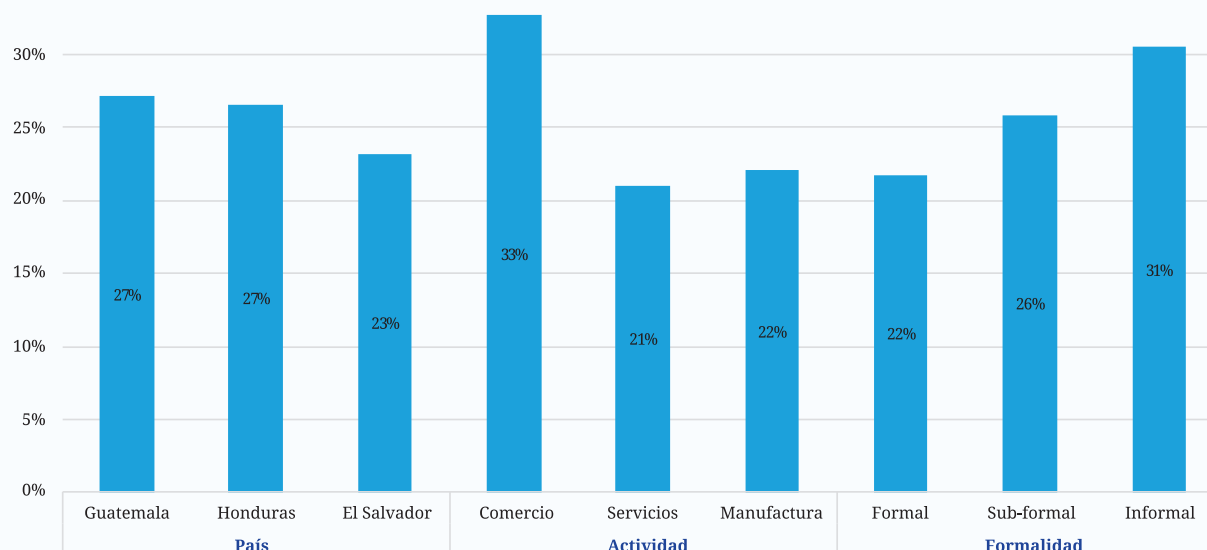
*Se clasifican como de baja calificación a los trabajadores que no tienen educación o no tienen educación primaria

► 1.6.2 PARENTESCO CON EL DUEÑO O ENCARGADO DEL NEGOCIO

En el gráfico 21 se muestra la relación de parentesco de los empleados con el dueño del negocio. En promedio para los países del norte de Centroamérica, el 26% de los micronegocios tienen empleados con parentesco con el dueño del negocio. Respecto a la actividad económica, el 33% del sector comercio tiene el mayor porcentaje de parentesco con los empleados, mientras que el sector servicios y manufactura tienen 10 puntos porcentuales menos; sin embargo, no se considera que estas diferencias sean estadísticamente significativas. Por otro lado, respecto al dominio de formalidad, a medida el negocio se formaliza se presenta menor porcentaje de parentesco entre los empleados y el propietario. Por ejemplo, el 31% de los micronegocios informales tienen empleados con parentesco, mientras que el 26% los micronegocios sub-formales tienen empleados con parentesco y finalmente el 22% de los micronegocios formales.

GRÁFICO 21

Micronegocios con trabajadores que tienen parentesco con el dueño, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de tamaño y zona (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

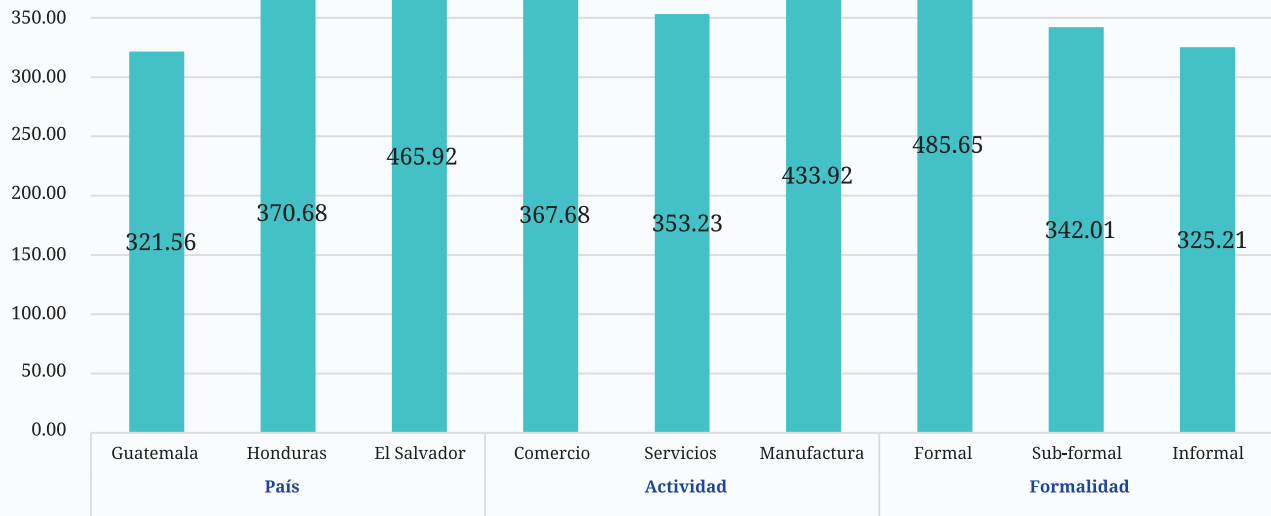
► 1.7 PRODUCTIVIDAD

En esta sección, se presenta un cómputo de la productividad media del trabajo, teniendo en cuenta que el trabajo es el principal recurso utilizado por este tipo de negocios. Como medida de la productividad media se ha calculado la razón entre el valor en dólares corrientes de las ventas promedio mensuales del micronegocio entre el número de trabajadores, incluyendo el dueño del negocio. El Salvador es el país con mayor productividad media, donde cada trabajador del negocio vende mensualmente un promedio de \$US466, mientras que en Guatemala se considera un promedio de \$US321 y en Honduras \$370. Por actividad económica, el sector manufactura tiene el valor más alto de productividad media en \$US434, mientras que el sector servicios es quien posee la productividad media más baja. Respecto al dominio de formalidad, se identifica que, ante mayor grado de formalidad, mayor nivel de productividad media. Los micronegocios informales tienen una productividad media de \$US325, mientras que los sub-formales de \$US342, y los formales de \$US485, es decir, la productividad media de un negocio formal es 49% más elevada que un micronegocio informal.

Cabe señalar sin embargo, que estas cifras deben ser tomadas con prudencia, ya que en el contexto de los países del norte de Centroamérica, los niveles de violencia pueden influir en que los entrevistados no brinden información precisa sobre sus ingresos, para evitar extorsiones por parte de los delincuentes, lo cual dificulta las estimaciones de productividad media.

GRÁFICO 22

Productividad media de los micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, dólares



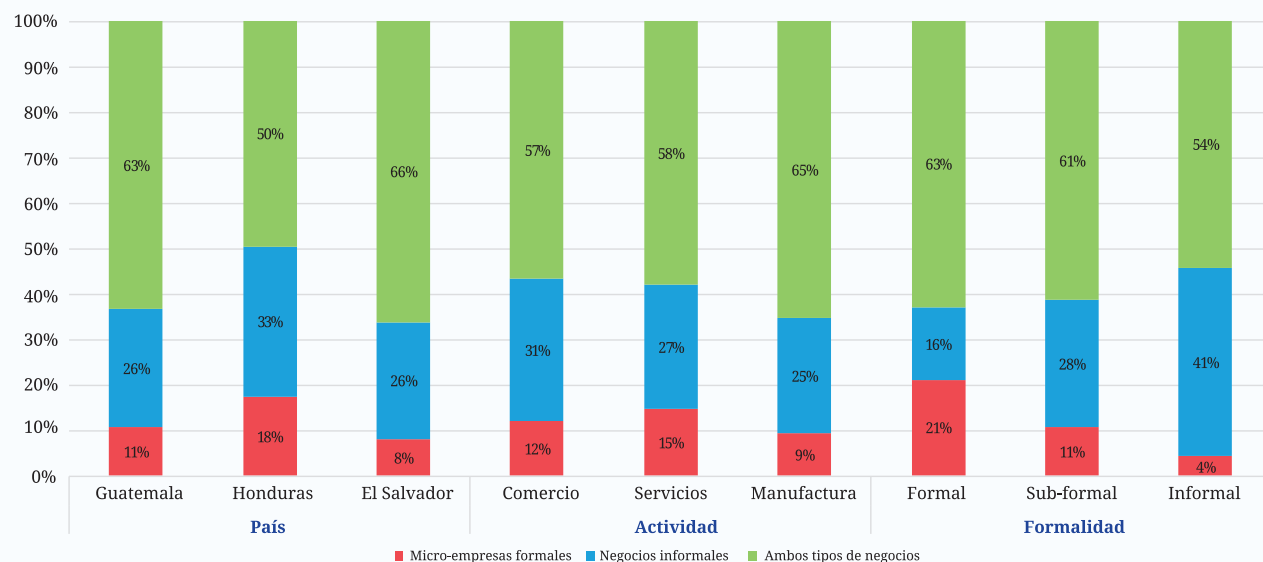
*Para calcular la productividad media se cambió a dólares el valor de la venta en lempiras, y quetzales, y luego se dividieron entre número de empleados incluyendo al dueño del negocio.

► 1.8 PRINCIPALES COMPETIDORES

En este apartado, se analizan si los principales competidores de cada estrato son los micronegocios formales, los informales o una mezcla de ambos. En promedio, el 60% de los micronegocios en los países del norte de Centroamérica tienen como competidores una mezcla tanto del sector formal como informal; además, el 28% considera como principal competidor únicamente a los negocios informales. Según formalidad, los micronegocios informales identifican el mayor porcentaje de competidores de su propio sector informal 41%, mientras que los micronegocios formales tienen el mayor porcentaje de competidores del mismo sector formal 21%. En otras palabras, los principales competidores toman relevancia desde el mismo sector al que pertenece el micronegocio (ver gráfico 23).

GRÁFICO 23

Principales competidores, según país, actividad y nivel de formalidad



Nota: De acuerdo a la Prueba Chi Cuadrado de Pearson, los cruces de variables que se presentan en este gráfico son estadísticamente significativos al 1%.

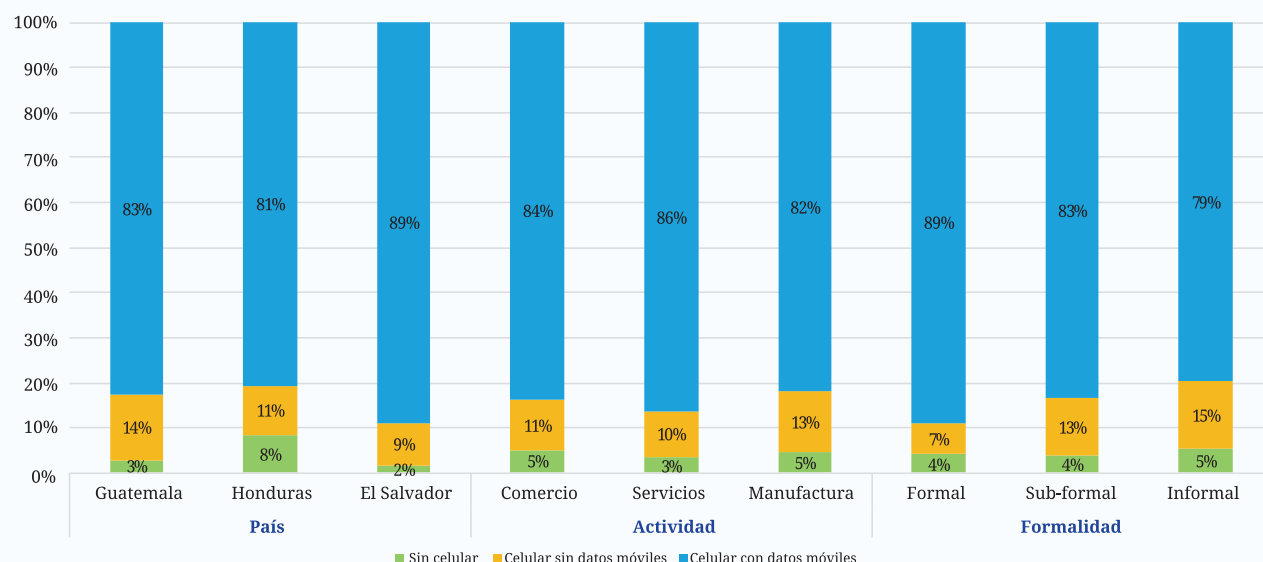
► 1.9 ACCESO A TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

En esta sección, se presentan los resultados de uso de celulares y acceso a Internet por parte de los micronegocios. Se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas.

En el gráfico 24 se muestra el porcentaje de micronegocios que tienen celular con o sin datos móviles. Independientemente del país, del sector económico o del grado de formalidad, los propietarios de los micronegocios tienen celular. En promedio, para los países del norte de Centroamérica, el 96% de los micronegocios tienen celular. Entre ellos, el 84% tiene acceso a datos móviles, y únicamente el 12% no tiene datos móviles. Respecto a la formalidad, el acceso al celular es independiente de la condición del negocio, pero el acceso a datos móviles se incrementa a mayor grado de formalidad.

GRÁFICO 24

Acceso de los micronegocios a tecnologías de información según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

► 1.10 MICRONEGOCIOS Y DISCRIMINACIÓN

En esta sección, se analizan las situaciones de discriminación que podrían estar vinculadas tanto al surgimiento del negocio como a su actual funcionamiento. Se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no significativas.

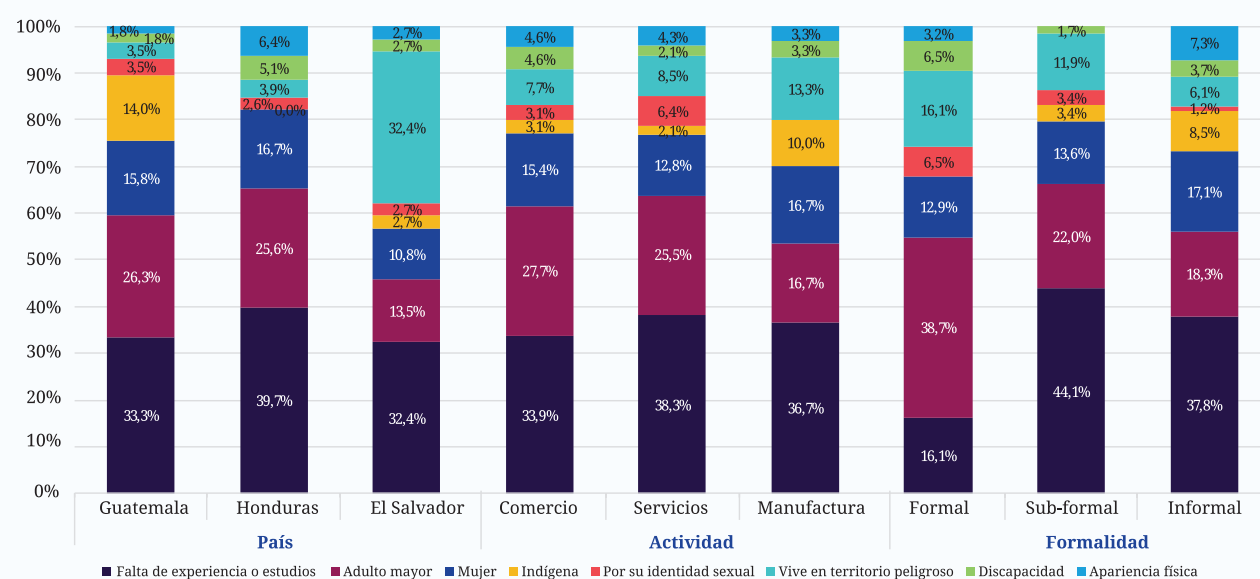
Únicamente el 14% de los entrevistados respondieron que fueron motivados a iniciar un negocio por motivo de discriminación laboral. Los dos principales tipos de discriminación laboral que son común a través de los dominios son: la falta de experiencia o estudios y el hecho de ser adulto mayor. En promedio, el 35% de los micronegocios en la región que iniciaron su negocio por motivo de discriminación laboral mencionan la falta de experiencia o estudios como un motivo, es decir, emprendieron su negocio por falta de capital humano. Respecto al segundo factor común, en promedio el 22% de los micronegocios de la región emprendieron un negocio porque se sintieron discriminados por ser adultos mayores.

Además, entre los motivos de discriminación, se distinguen dinámicas propias para cada país. Por ejemplo, en El Salvador el 32% de los propietarios mencionó como razón de discriminación “vivir en un territorio peligroso”. Por otro lado, en Guatemala toma un alto porcentaje de respuesta (14%) la discriminación al buscar empleo por ser indígena. Mientras que en Honduras se presentan porcentajes más altos que en los otros países respecto a discriminación por apariencia física (6%) y discapacidad (5%). En general, para los tres países, se menciona un porcentaje relevante de propietarios que se sintió discriminado al buscar empleo por ser mujer (promedio del 14%).

Respecto al dominio de formalidad, a medida incrementa el nivel de formalidad, disminuye la discriminación laboral por falta de experiencia o estudios, precisamente porque los micronegocios informales son quienes generalmente tienen propietarios con menores niveles educativos. Por otro lado, el 39% de los propietarios iniciaron su negocio porque se sintieron discriminados por ser adultos mayores; este porcentaje disminuye a través del grado de formalidad, por ejemplo, para los micronegocios informales representa el 18%. Una relación similar ocurre con discriminación por vivir en territorio peligroso, donde los micronegocios formales tienen el porcentaje más alto 16% que los informales 6%. De manera inversa, el motivo de discriminación por ser mujer tiene porcentajes más altos en los micronegocios informales (17%) que en los formales (13%). Finalmente, las diferencias entre sector económico se consideran que no son estadísticamente significativas.

GRÁFICO 25

Discriminación que motivó el surgimiento del micronegocio según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.



2. Estrategias gerenciales de los micronegocios

► 2.1 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

En este apartado se analizan las probabilidades de expansión del negocio en varios ámbitos. Para ello, se aplica una escala de respuestas ponderadas, coherente con los valores de la escala LÍkert con que se recopiló la información. Se avalúa si predomina o no un interés estratégico por mantener el negocio funcionando a pequeña escala. Además, se analiza si existen estrategias de coordinación con otros negocios pequeños para protegerse de la delincuencia o para acordar precios de venta y oferta de productos o servicios diferentes.

Entre otras variables, se analiza si la relación con otros micronegocios cercanos es más de coordinación o de rivalidad. Finalmente, se cruzan variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología.

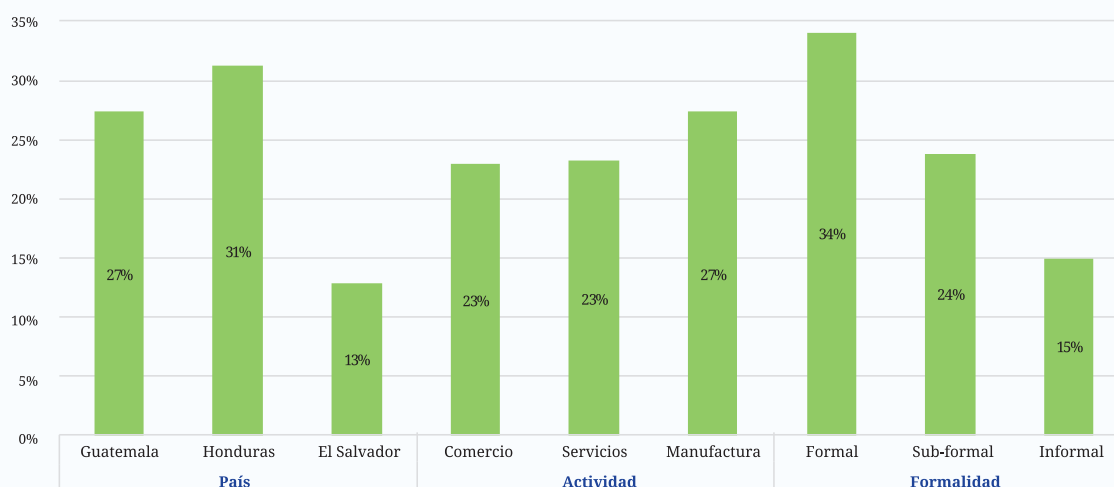
► 2.1.1 INTERÉS POR EXPANDIR EL NEGOCIO

Tal como se explicó antes, los saldos de opinión se construyen como: los porcentajes ponderados de las valoraciones positivas o favorables, menos los porcentajes ponderados de las valoraciones negativas o desfavorables. En el Gráfico 26 todos los saldos de opinión son positivos, lo cual significa que en todos los estratos la mayoría de las empresas encuestadas declararon que sus negocios se expandirán un día. Es decir, los micronegocios esperan expandirse, aunque no es clara la ruta para lograrlo o el momento en el que se pretende tal expansión, por lo cual es más que todo una declaración de intenciones o aspiraciones.

Se observan, asimismo, algunas diferencias de interés en cada dominio de análisis. En Guatemala y Honduras los micronegocios tienen proporcionalmente mayor proyección de expansión que en El Salvador. Por otro lado, se observa que los saldos de opinión de los micronegocios son menores según disminuye el nivel de formalidad. Es decir, los micronegocios informales tienen menor expectativa (saldo positivo de 13%) de expansión que los negocios formales (saldo positivo del 34%). Se puede asumir que los micronegocios que se formalizan lo hacen con la expectativa de expandirse y con la visión de fortalecer su negocio, confirmando la hipótesis de la dimensión cultural en cuanto a visión de mundo y expectativas de corto versus largo plazo. En lo que respecta al dominio de las actividades económicas, se aprecia que los saldos de opinión son similares para el sector comercio y servicio; sin embargo, manufactura muestra una leve diferencia, incrementando el porcentaje al 27%.

GRÁFICO 26

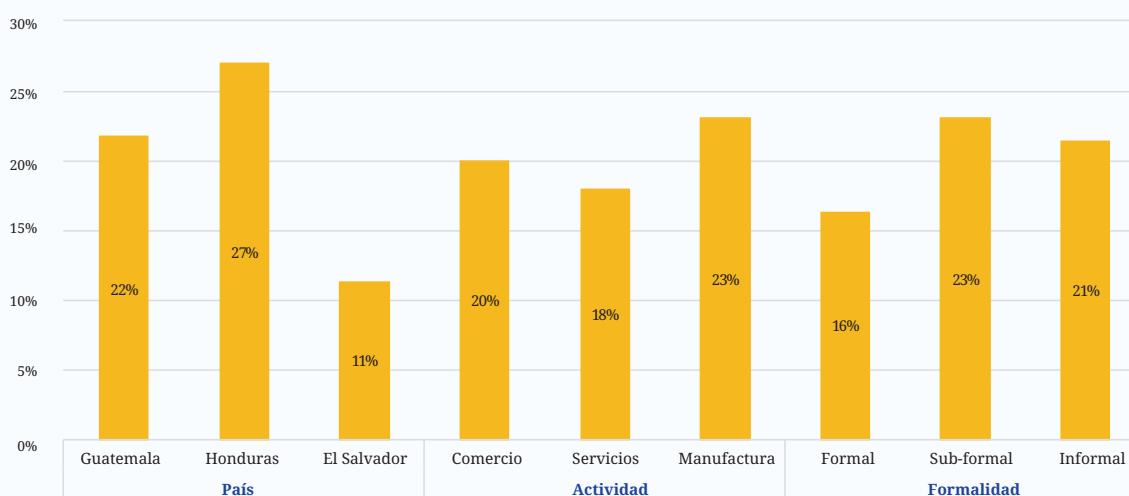
Empresas que declaran que el negocio se expandirá algún día, saldos de opinión



El gráfico 27 también muestra saldos de opinión positivos para todos los casos, sin embargo, existen diferencias en las magnitudes entre todos los dominios. Primero, a nivel país, El Salvador tiene el menor porcentaje de satisfacción con la actual operación del negocio (11%), mientras que Honduras tiene el mayor porcentaje de satisfacción (27%). Segundo, el sector manufactura tiene el mayor nivel de satisfacción al compararlo con comercio y servicio. Tercero, respecto a la formalidad, entre menor es su grado, mayor es el nivel de satisfacción con el tamaño actual de operaciones del negocio. Es decir que, los micronegocios formales probablemente tenían mayores expectativas de crecimiento que los resultados reales que lograron al formalizarse, mientras que el sector informal, al no tener mayores expectativas de crecimiento, el nivel de satisfacción es acorde a lo esperado.

GRÁFICO 27

Satisfacción con el tamaño actual de operaciones del negocio, saldos de opinión

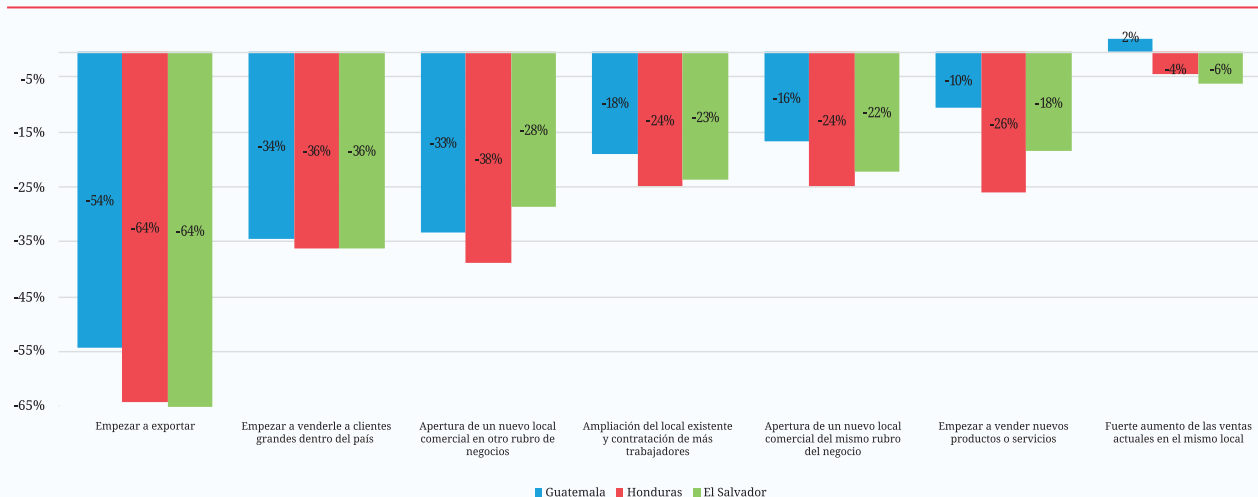


En el siguiente gráfico 28 se muestran diferentes perspectivas de expansión a 5 años según cada dominio de análisis. En todas las opciones se tuvieron saldos de opinión negativos, es decir, que las respuestas negativas o pesimistas superaron las respuestas positivas u optimistas. Esto contrasta ampliamente con los gráficos anteriores, donde la mayoría de empresas declaraban que se expandirían un día. Es decir, las empresas aspiran a expandirse, pero no tienen definida una hoja de ruta de desarrollo empresarial para hacerlo, ni se muestran en la disposición de expandirse en los próximos 5 años.

En promedio para los países del norte de Centroamérica, las opiniones negativas superan a las opiniones positivas de los dueños respecto a “empezar a exportar” en un 64%, es decir, la mayoría de micronegocios no tienen intenciones de exportar en los siguientes 5 años. Los otros aspectos de expansión no tienen mayor diferencia entre países, sin embargo, debe destacarse que Guatemala tiene los saldos de opinión con mayor balance entre los países, es decir la mitad a favor o en contra. Por ejemplo, las opiniones negativas solo superan en 10% a las opiniones positivas sobre “empezar a vender nuevos productos o servicios”. En general, para los tres países, los micronegocios no tienen perspectiva de ampliar sus clientes en el mercado local e internacional, ni de diversificar sus ventas actuales o expandir su negocio.

GRÁFICO 28

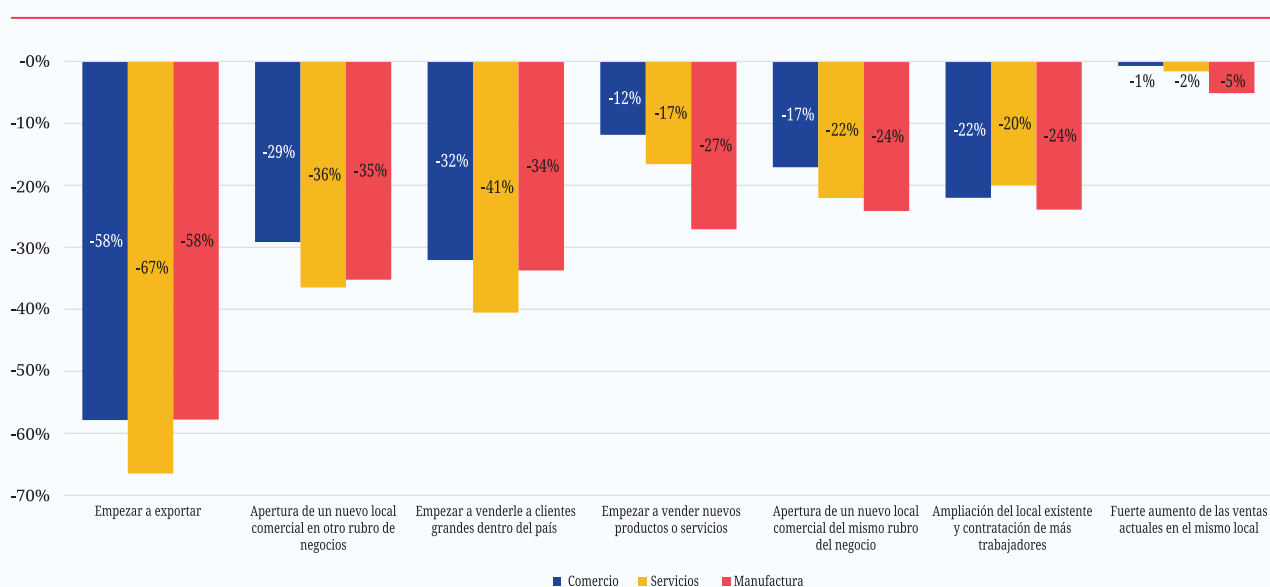
Intenciones de expansión a 5 años según país, saldos de opinión



Respecto al dominio de actividad económica, los saldos de opinión son negativos y no se identifican diferencias relevantes entre las magnitudes de cada sector, con excepción del aspecto “empezar a vender nuevos productos o servicios”, donde el sector manufactura tiene el mayor número de opiniones negativas. Por ello, se puede concluir que el sector comercio y servicios son más flexibles en diversificar las ventas, dado que el sector manufactura requiere mayor especialización en un bien específico. Por otro lado, el sector servicio destaca en dos aspectos. Primero, es el sector más reacio para exportar, probablemente por la misma naturaleza del sector, dado que las opiniones negativas superan en 67% a las positivas sobre este aspecto. Segundo, es el sector con menor perspectiva de vender a clientes grandes dentro del país.

GRÁFICO 29

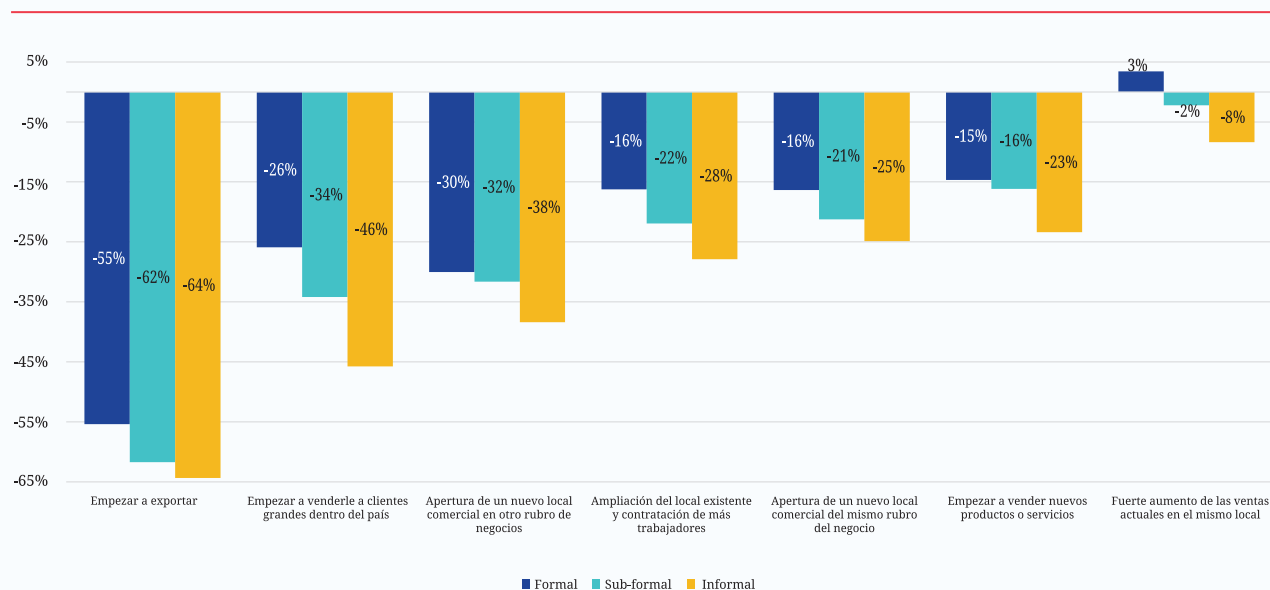
Intenciones de expansión a 5 años según actividad, saldos de opinión



Finalmente, en el dominio de formalidad se identifica en todas las opciones que, a mayor grado de informalidad más negativo es el saldo de opinión que refleja la intención de expansión en los siguientes 5 años. Es decir, los micronegocios informales no tienen visión empresarial de mediano o largo plazo, y a medida que se formalizan los micronegocios, las proyecciones de expandir y crecer se vuelven más predominantes. Por ejemplo, las opiniones negativas de los micronegocios informales respecto a vender a clientes grandes supera en 46% a las opiniones positivas; mientras que en los micronegocios formales únicamente superan en 26%. Similar es la expansión del local y la contratación de trabajadores, donde los micronegocios informales que no tienen expectativa de expandirse en los próximos 5 años superan en 28% a los informales que sí tienen intenciones de ampliar su local; esta relación disminuye a 16% para los micronegocios formales.

GRÁFICO 30

Intenciones de expansión a 5 años según nivel de formalidad, saldos de opinión



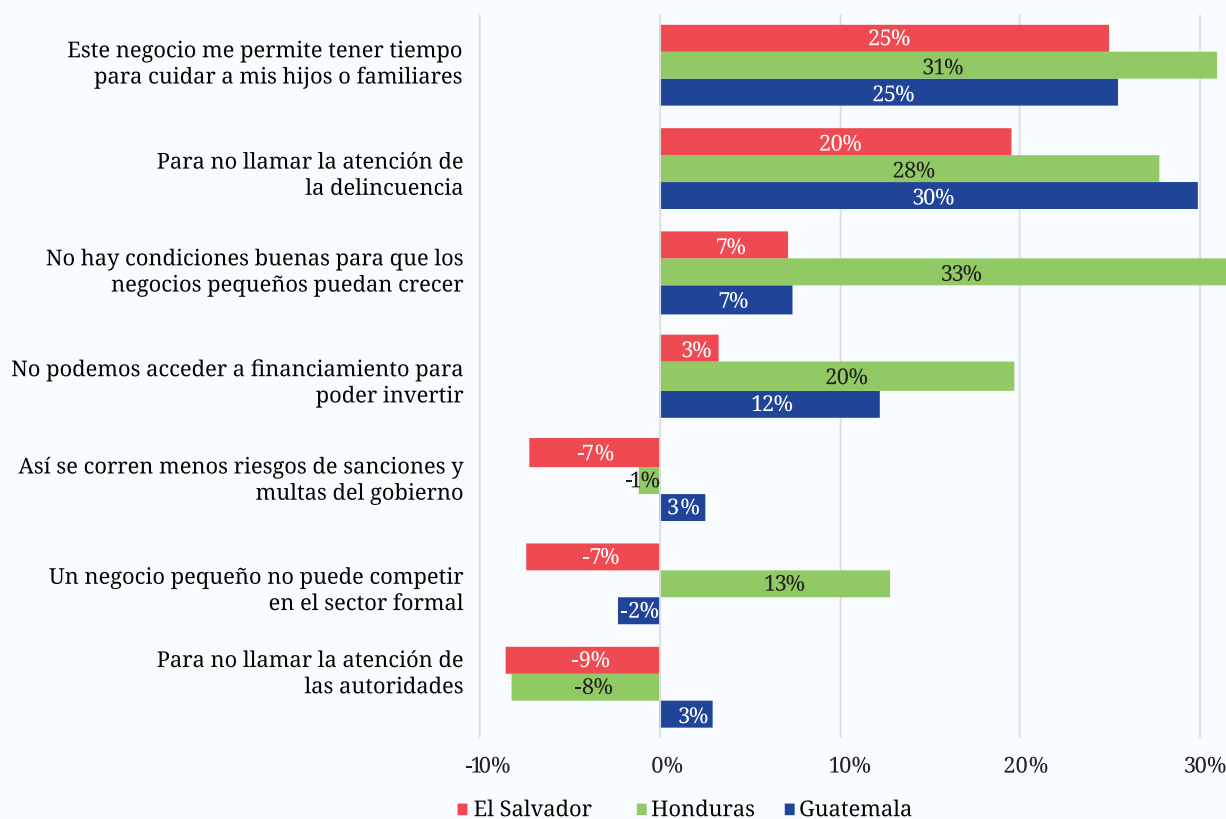
► 2.1.2 MOTIVOS PARA NO EXPANDIRSE

El gráfico 31 muestra los motivos o limitaciones que tienen los micronegocios para no expandirse. Primero, Honduras se diferencia de Guatemala y El Salvador en la mayoría de motivos. Por ejemplo, en Honduras, aquellos que consideran que no hay condiciones buenas para que los negocios pequeños puedan crecer superan en un 33% a los que consideran que sí existen tales condiciones para expandirse; mientras que para los otros países este porcentaje solo se supera en 7%. Además, en Honduras los micronegocios consideran en su mayoría que un negocio pequeño no puede competir con el sector formal, a diferencia de Guatemala y El Salvador. Honduras tienen una visión menos optimista en cuanto a la expectativa de crecimiento y la posibilidad de competir con el sector formal, siendo esto muy relevante para la estrategia de formalización porque cuanto supone que, ex ante, consideran que la formalidad es una ventaja de negocio.

Por otro lado, los 3 países tienen saldos de opinión similares para dos motivos principalmente. Primero, mayoritariamente los micronegocios no están de acuerdo en expandirse porque su condición actual les permite tener tiempo para cuidar a sus hijos o familiares, siendo en un 27% el porcentaje de opiniones más alto que quienes no consideran esto como un motivo para no expandirse. Por otro lado, la opinión de los micronegocios que consideran que no expanden su negocio por no llamar la atención de la delincuencia es mayor en 26% que los micronegocios que no consideran esto como un motivo. Finalmente, se tiene un saldo de opinión positivo respecto al acceso a financiamiento para inversión como una limitación para expandir el negocio, es decir, que los micronegocios consideran que la falta de financiamiento no les permite crecer. En general, los propietarios no expanden sus negocios por temas de cuidado familiar, por motivos de inseguridad ciudadana, y por acceso a financiamiento.

GRÁFICO 31

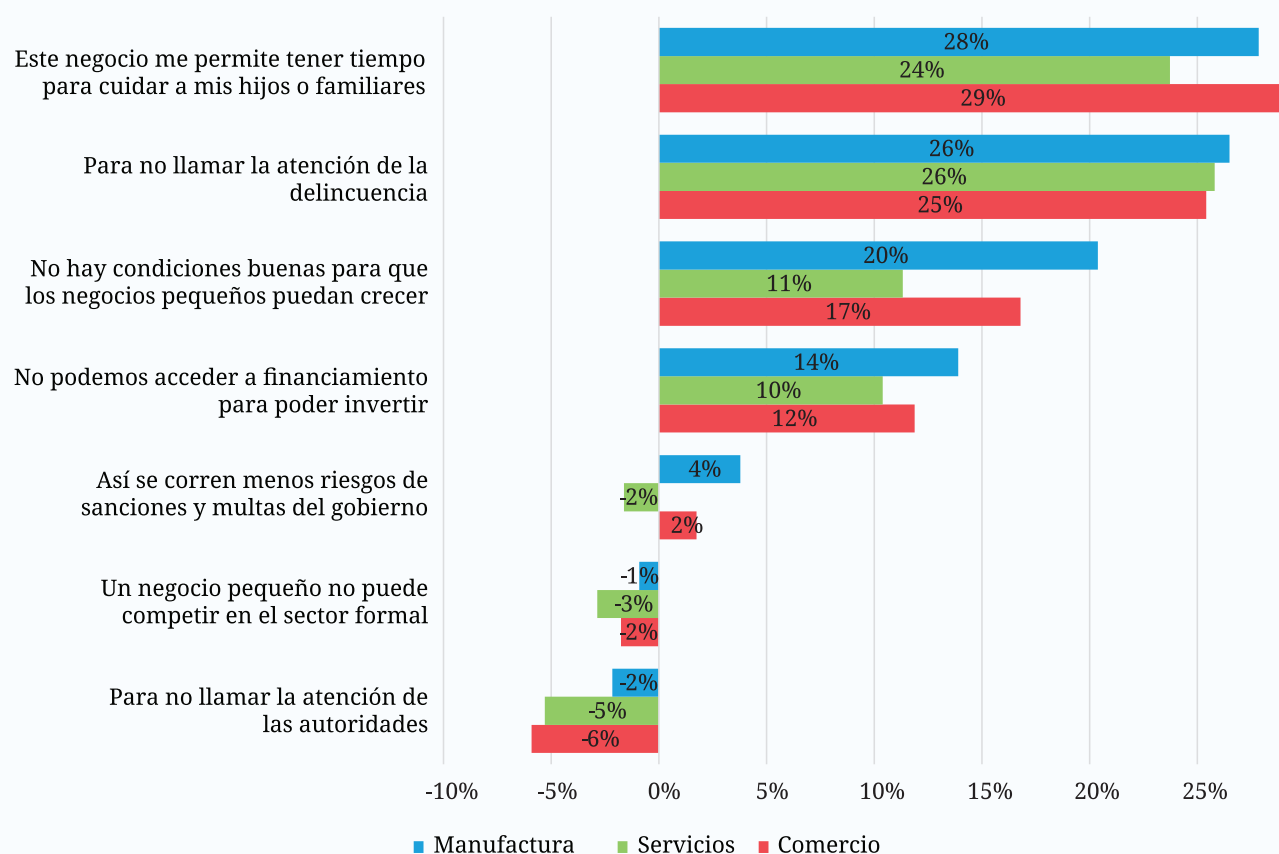
Motivos para no expandirse según país, saldos de opinión



Respecto a la actividad económica, independientemente del sector al que pertenezcan, los micronegocios están de acuerdo ampliamente que no expanden su negocio para no llamar la atención de la delincuencia. Por otro lado, las percepciones entre el sector manufactura y comercio son similares entre sí, pero no respecto al sector servicios, el cual tiene en general una percepción menos positiva que los otros sectores en relación a todos los motivos para no expandirse, es decir, es el sector más optimista ya que no le da tanto peso a los motivos de no expansión. Por ejemplo, el saldo de opinión positivo de los micronegocios del sector servicios es del 11% de acuerdo con que no hay condiciones buenas para que los negocios pequeños crezcan, pero en los otros sectores esta percepción incrementa el saldo hasta el 20% para el sector manufactura. Es decir, los micronegocios del sector servicio tienen una percepción del clima de negocio más favorable.

GRÁFICO 32

Motivos para no expandirse según actividad, saldos de opinión

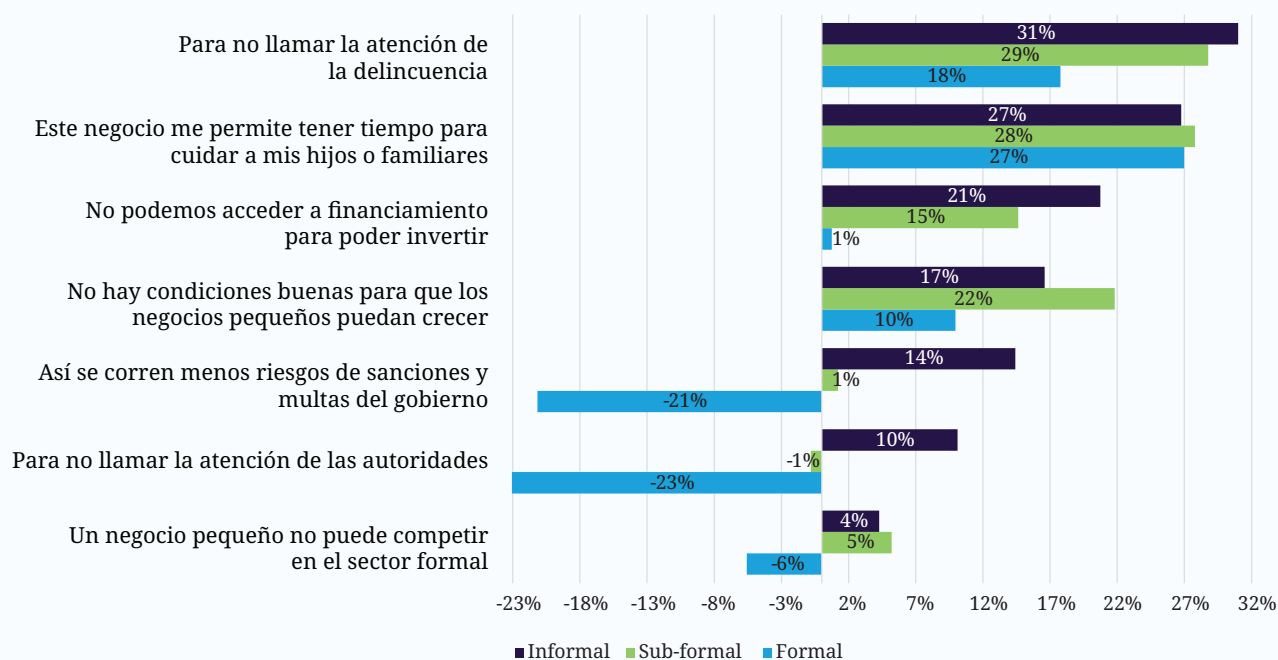


El único motivo que tienen en común los micronegocios para no expandir su negocio, independientemente del grado de formalidad, es porque el negocio actual les permite tener tiempo para cuidar a sus hijos o familiares (gráfico 33). Por otro lado, se tienen percepciones diferentes según se incrementa el grado de formalidad en todos los motivos para no expandir su negocio. Según el gráfico 33, las principales diferencias son:

- A medida que se incrementa el nivel de formalidad, los micronegocios perciben menor restricción de la delincuencia para expandir su negocio, siendo este motivo el que presenta mayor magnitud en los saldos de opinión.
- Entre mayor sea el grado de formalidad, menor es la restricción de acceso al financiamiento para invertir y expandir el negocio.
- Los micronegocios que están transitando hacia la formalidad son los que perciben condiciones más adversas para que los negocios pequeños puedan crecer.
- Los micronegocios informales no se expanden porque no quieren correr riesgos de sanciones o multas por parte del gobierno, ni llamar la atención de las autoridades, mientras que esto no es una limitante para los micronegocios formales, ni para los micronegocios que están transitando a la formalidad.

GRÁFICO 33

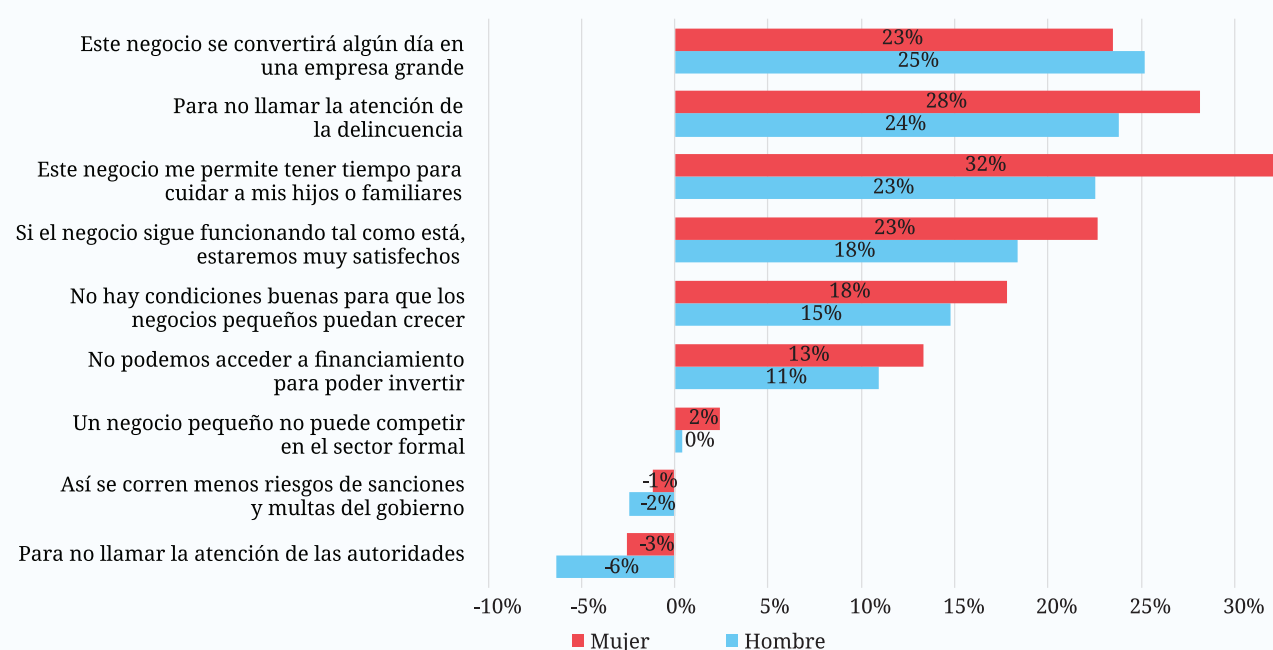
Motivos para no expandirse según nivel de formalidad, saldos de opinión



En el gráfico 34 se muestran los diferentes motivos para no expandir el negocio según sexo del dueño. En general, la diferencia más relevante entre hombres y mujeres es el motivo del cuidado familiar como una restricción para expandir el negocio. Las mujeres perciben en mayor medida el cuidado familiar como una limitante. Respecto a los otros motivos no existen diferencias tan amplias, aunque en general las mujeres tienen mayor percepción de factores de riesgo, por ejemplo frente a la delincuencia.

GRÁFICO 34

Motivos para no expandirse según sexo del dueño o encargado, saldos de opinión



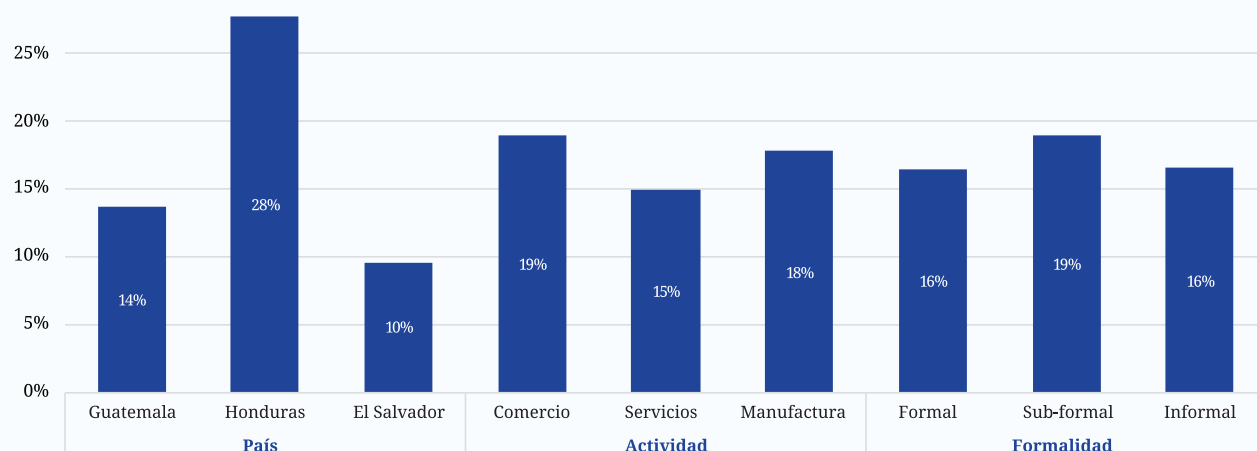
► 2.1.3 COORDINACIÓN ENTRE LOS Micronegocios

► 2.1.3.1 COORDINACIÓN PARA PROTEGERSE DE LA DELINCUENCIA

El gráfico 35 muestra el porcentaje de micronegocios que se coordinan entre sí para protegerse de la delincuencia. A nivel país, Honduras tiene el porcentaje más alto de negocios que se coordinan (28%), mientras que en El Salvador únicamente se coordinan para protegerse de la delincuencia el 10% de los micronegocios. Por otro lado, esta práctica es independiente del sector económico, y del nivel de formalidad de los micronegocios, dado que los porcentajes se mantienen con promedios similares (17%).

GRÁFICO 35

Coordinación entre micronegocios para protegerse de la delincuencia según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



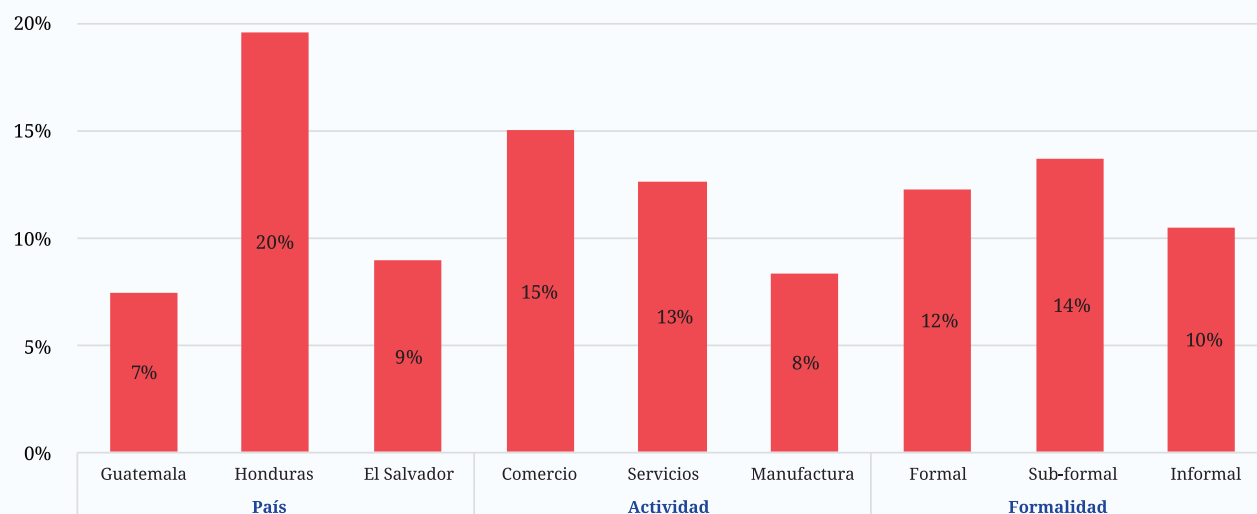
► 2.1.3.2 COORDINACIÓN EN LA OFERTA DE PRODUCTOS

Los resultados del gráfico 36 muestran la coordinación entre micronegocios para establecer la oferta de productos o servicios. Los resultados son similares a los obtenidos en la gráfica anterior, lo que indica que cuando existe coordinación en un tema, la coordinación se expande a otras temáticas. A nivel país, Honduras tiene el porcentaje más alto, representando el 20% de los micronegocios. Respecto a la actividad económica, el sector comercio tiene el mayor grado de coordinación para oferta de productos (15%), mientras que el sector manufactura tiene el menor porcentaje (8%). Finalmente, en el dominio de formalidad, los micronegocios sub-formales son los que tienen mayor coordinación, aunque las diferencias entre los negocios son bajas.

Destaca el hecho de que ante dos preguntas diferentes sobre niveles de colaboración (para protegerse de la inseguridad y para vender productos) se dan respuestas similares, con muy bajos niveles de cooperación. Este es un dato no muy positivo y que genera importantes retos de cara al diseño de las estrategias de formalización en la región.

GRÁFICO 36

Coordinación entre micronegocios oferta de productos o servicios diferentes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



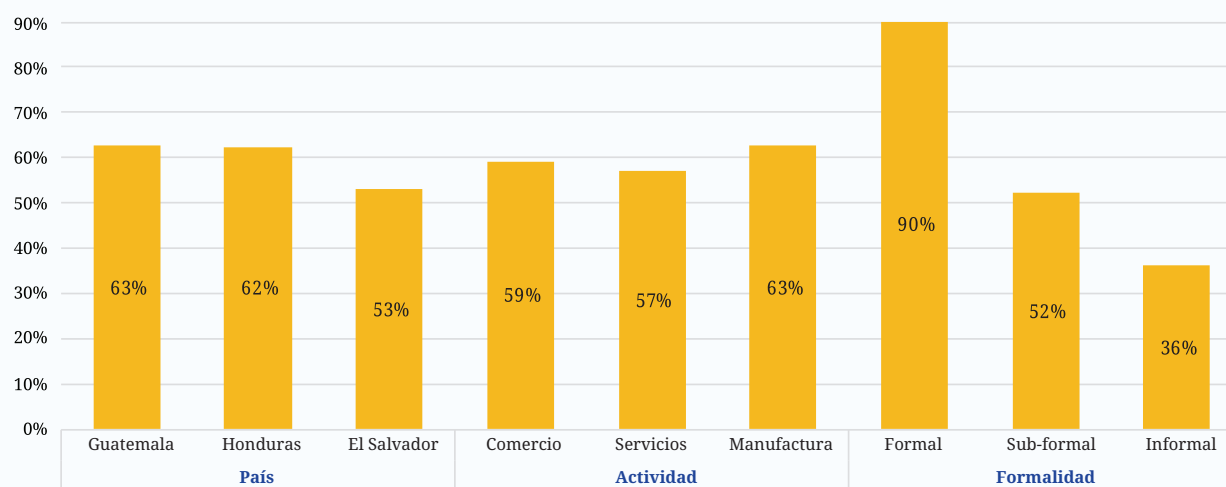
► 2.2 ADMINISTRACIÓN CONTABLE

Aquí se analizan las prácticas contables de los micronegocios en términos de si mantienen un registro formal de su contabilidad y las formas en que llevan los registros contables aquellos que aplican estas prácticas, así como acerca de la forma en que manejan las cuentas del negocio en relación con las cuentas de su hogar o familia. En el gráfico 37 se presenta el porcentaje de micronegocios que tienen contabilidad formal, siendo que El Salvador tiene el porcentaje más bajo, con el 53% de los micronegocios utilizando contabilidad formal.

Visto por nivel de formalidad, se observa que ante un mayor grado de formalidad, mayor es la presencia de contabilidad formal. El 90% de los micronegocios formales llevan una contabilidad formal, mientras que en los micronegocios sub-formales este porcentaje disminuye al 52%, y para los micronegocios informales al 36%. Respecto a la actividad económica, no se identifican mayores diferencias.

GRÁFICO 37

Presencia de contabilidad formal en micronegocios, según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

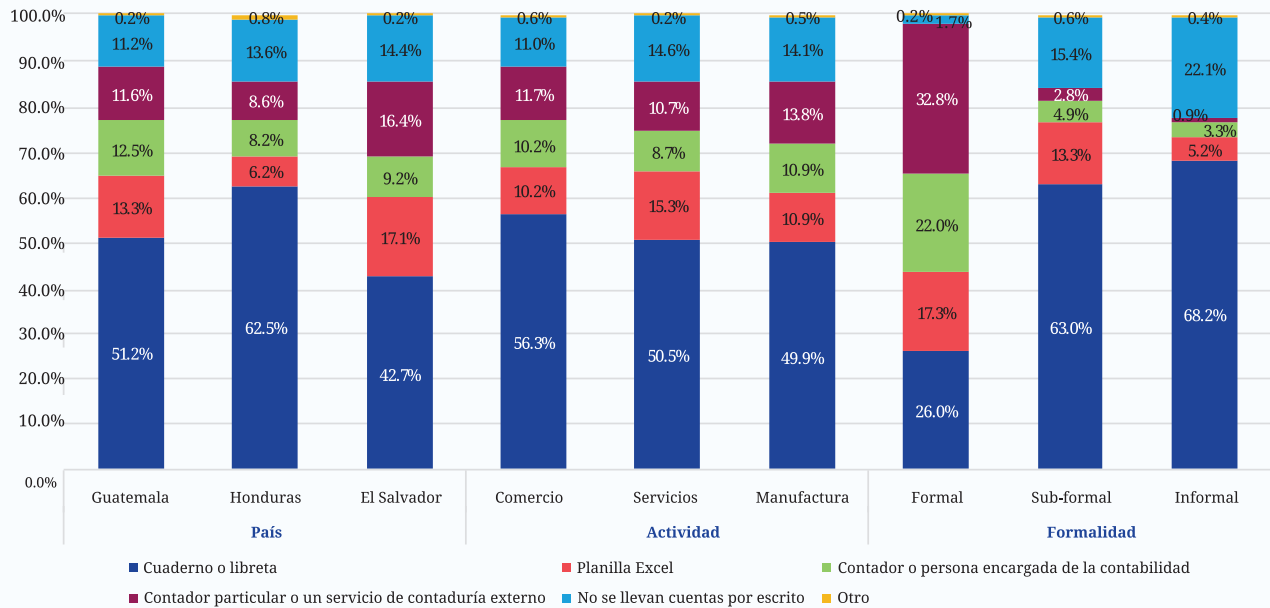


En promedio, según el gráfico 38, el 53% de los micronegocios de los países del norte de Centroamérica utilizan cuaderno o libreta para el registro contable, siendo El Salvador el país con menor porcentaje (43%). En Honduras, únicamente el 6% de los micronegocios utiliza una plantilla en Excel para llevar el registro contable, mientras que en promedio para los otros países se representa al 15%.

De acuerdo con el grado de formalidad se observa que, entre más formales mayor es el tecnicismo que utilizan los micronegocios para registrar la contabilidad. Por ejemplo, el 68% de los micronegocios informales registra la contabilidad a través de cuadernos, mientras que esta práctica solo es utilizada por el 26% de los micronegocios formales. Por otro lado, el 32% de los micronegocios formales utilizan un contador particular o un servicio de contaduría, mientras que en los micronegocios informales este porcentaje es casi nulo (0.9%). Respecto al dominio de actividad económica, las diferencias obtenidas entre sectores no son estadísticamente significativas.

GRÁFICO 38

Tipos de registros contables en micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

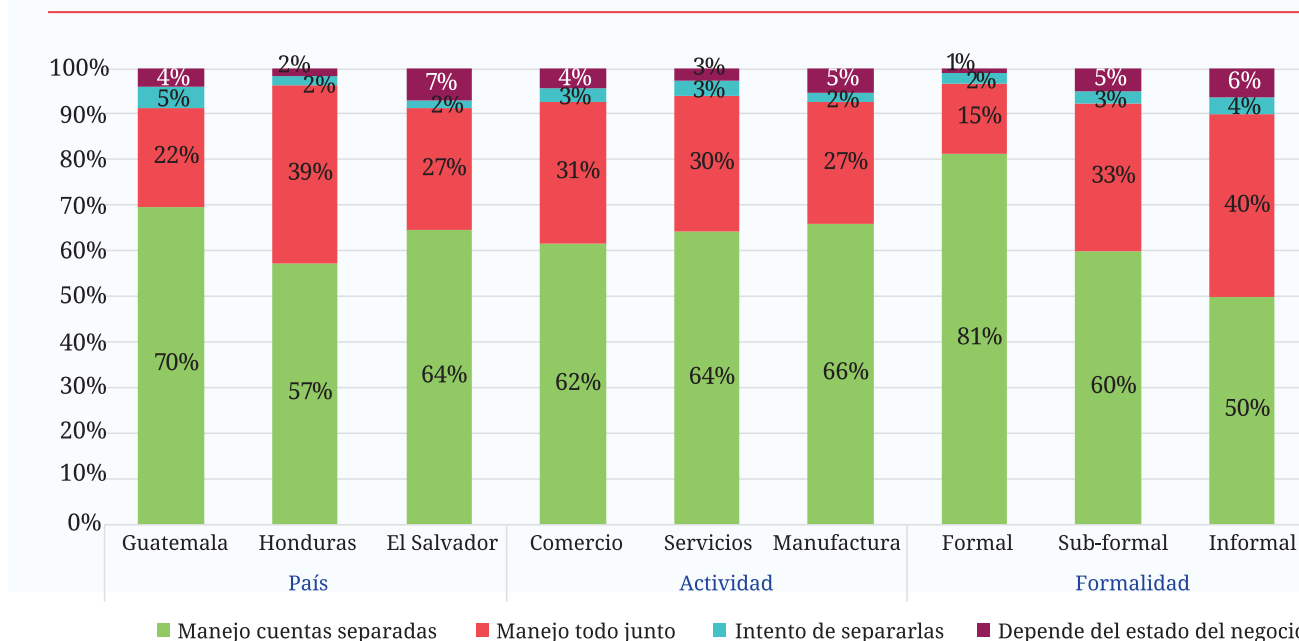


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

El gráfico 39 muestra la manera en que los micronegocios utilizan las cuentas del negocio y las cuentas familiares. En Honduras, el 39% de los micronegocios utilizan juntas las cuentas del negocio y el presupuesto familiar, mientras que en Guatemala este porcentaje disminuye al 22%. En el dominio de formalidad, se identifica que ante mayor grado de formalidad mejor es la administración de las cuentas, dado que solo el 15% de los micronegocios formales mezcla las cuentas del negocio con las familiares, mientras que este porcentaje incrementa al 40% para el sector informal. Finalmente, respecto a la actividad económica no se tuvo resultados estadísticamente significativos.

GRÁFICO 39

Separación de cuentas del negocio y presupuesto familiar según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

► 2.3 ESTRATEGIAS DE MARKETING

En este apartado, se analizan el tipo de estrategias de marketing más frecuentemente utilizadas, así como el nivel de efectividad que se atribuye a tales estrategias. Se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no, estadísticamente significativas.

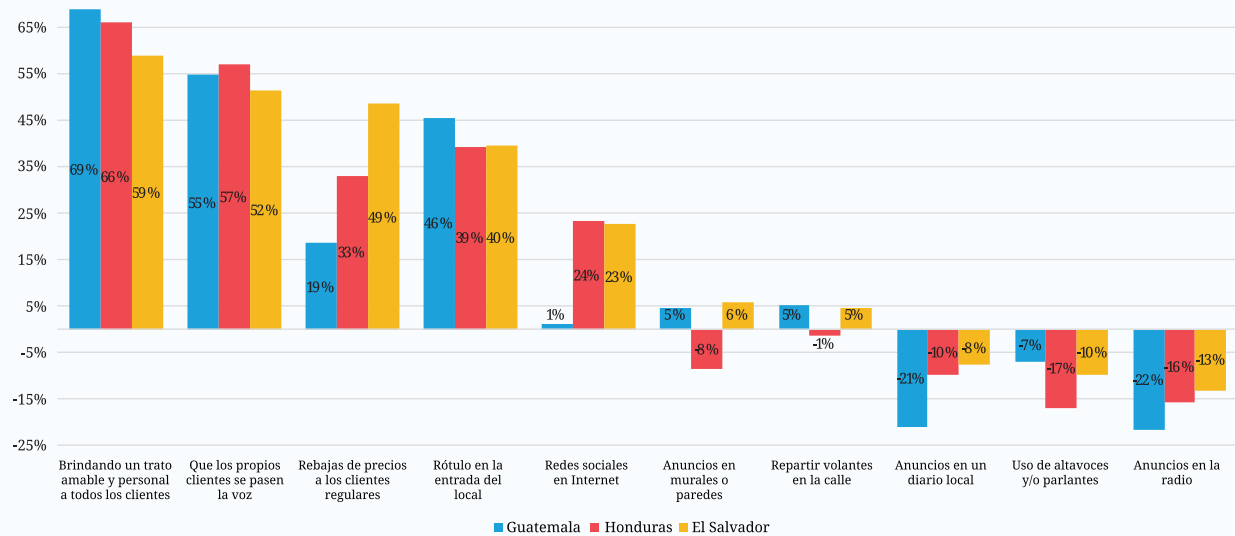
► 2.3.1 ESTRATEGIAS DE MARKETING CONSIDERADAS MÁS EFECTIVAS

En el gráfico 40 se muestran los saldos de opinión respecto a las estrategias de marketing más afectiva a nivel país. Existe un alto consenso para los micronegocios en los países del norte de Centroamérica, respecto al uso efectivo de brindar un trato amable y personal a los clientes, así como que los propios clientes se pasen la voz para conseguir más clientes, y utilizar un rótulo en la entrada del local. Por otro lado, el uso efectivo de redes sociales como estrategia de marketing tiene un saldo positivo en Honduras y El Salvador del 24%, pero en Guatemala los micronegocios son indiferentes ante esta herramienta.

Respecto a las estrategias de marketing que no se consideran efectivas, destacan los anuncios en un diario local, el uso de altavoces y los anuncios en la radio. Mientras que repartir volantes en la calle tiene una opinión neutral para los tres países.

GRÁFICO 40

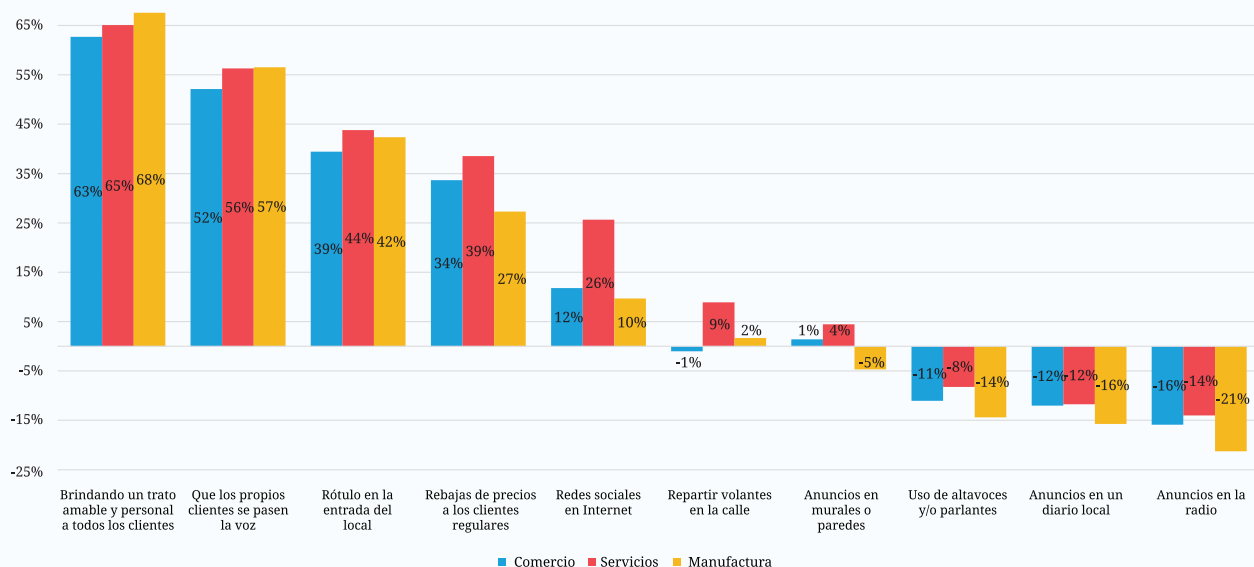
Estrategias de marketing consideradas más efectivas según país, saldos de opinión



Respecto a la actividad económica, los saldos de opinión entre sectores son similares, con excepción del sector servicios, quien tiene una opinión más optimista en todas las herramientas de marketing, particularmente en las redes sociales, así como repartir volantes en las calles, y realizar rebajas de los precios a los clientes regulares (gráfico 41).

GRÁFICO 41

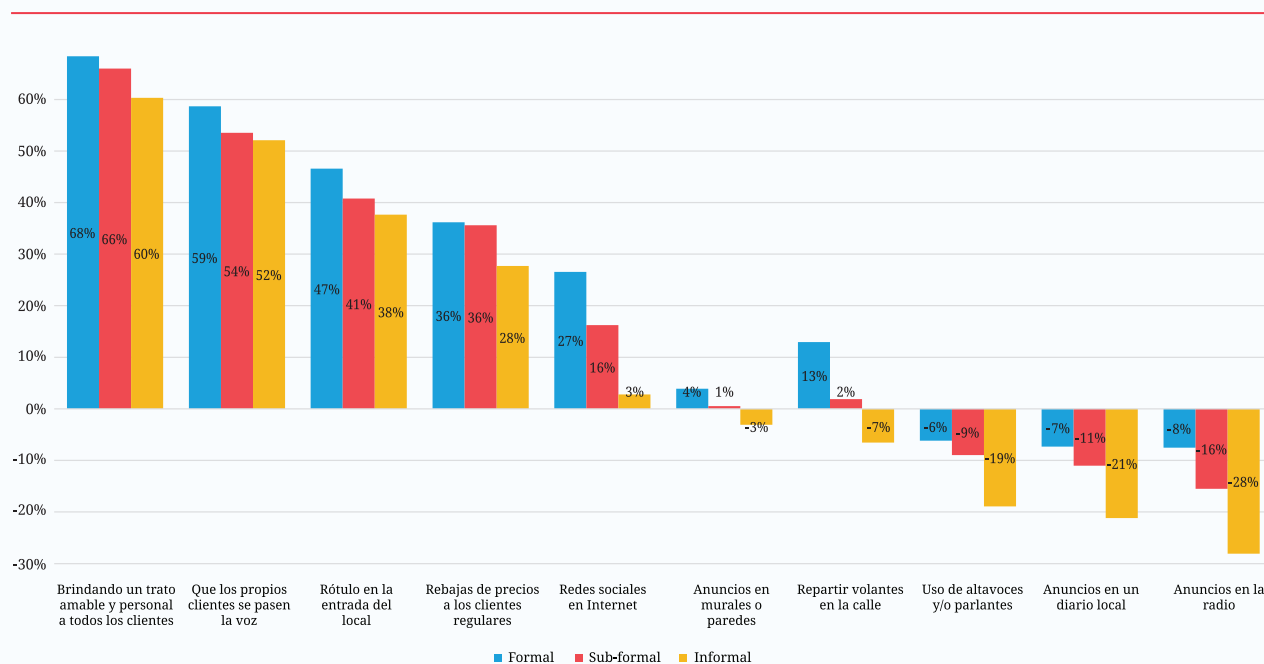
Estrategias de marketing consideradas más efectivas según actividad, saldos de opinión



En el gráfico 42 se muestran las diferentes estrategias de marketing según el nivel de formalidad. En general, el sector informal tiene una opinión menos optimista respecto a la efectividad de las diferentes estrategias de marketing al compararlo con los saldos de opinión de los micronegocios sub-formales y formales. La diferencia más grande entre sectores es respecto al uso de redes sociales, y repartir volantes en las calles.

GRÁFICO 42

Estrategias de marketing consideradas más efectivas según nivel de formalidad, saldos de opinión



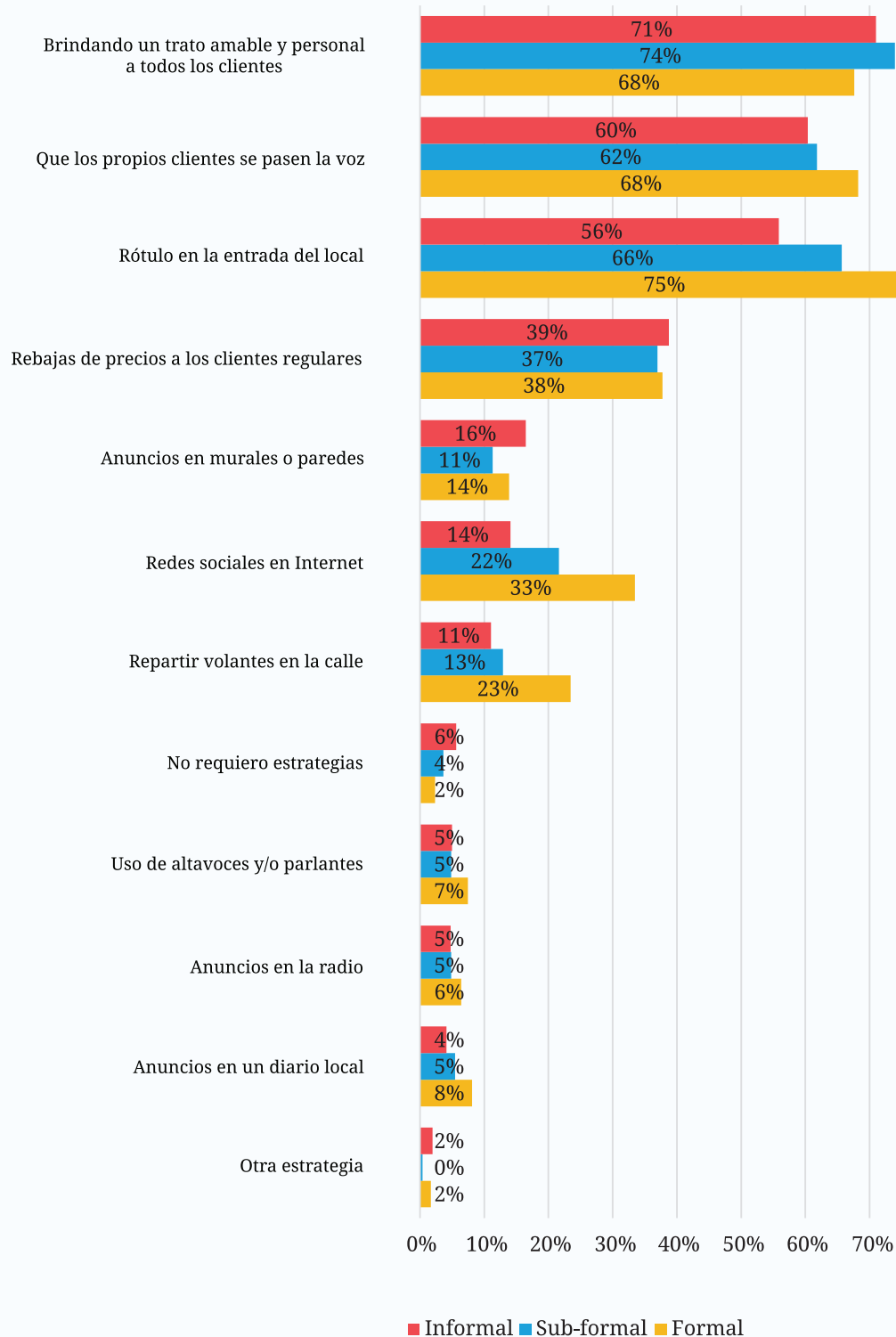
► 2.3.2 ESTRATEGIAS DE MARKETING MÁS UTILIZADAS

A pesar de la diferente percepción de efectividad de las estrategias de marketing que tienen los micronegocios según su nivel de formalidad, las priorizaciones de las estrategias de marketing coinciden entre los negocios. La gráfica 43 indica las estrategias de marketing más utilizadas según nivel de formalidad, donde coinciden con las que tienen mayor efectividad, identificadas en el gráfico anterior, es decir: brindar trato amable y personal a los clientes, pasar la voz entre los clientes, rotulo de entrada, y rebajas de precios a los clientes regulares.

Respecto al uso de redes sociales, el 33% de los micronegocios formales utilizan esta estrategia de marketing mientras que solo el 14% de los informales lo utiliza. En general, el uso de redes sociales no es generalizado en el marketing de los micronegocios, pero se percibe mayor apertura a utilizarlo según el grado de formalidad.

GRÁFICO 43

Estrategias de marketing más utilizadas según nivel de formalidad, porcentajes



► 2.4 POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS

En este apartado, se analiza si el dueño o el personal a cargo del negocio se ha capacitado y si estaría interesado en capacitarse en el desarrollo de habilidades para el manejo de personal y del negocio. Se analiza también si existe interés en la capacitación de los trabajadores para aumentar la eficiencia del personal, así como los posibles beneficios que reciben los trabajadores, distintos al salario.

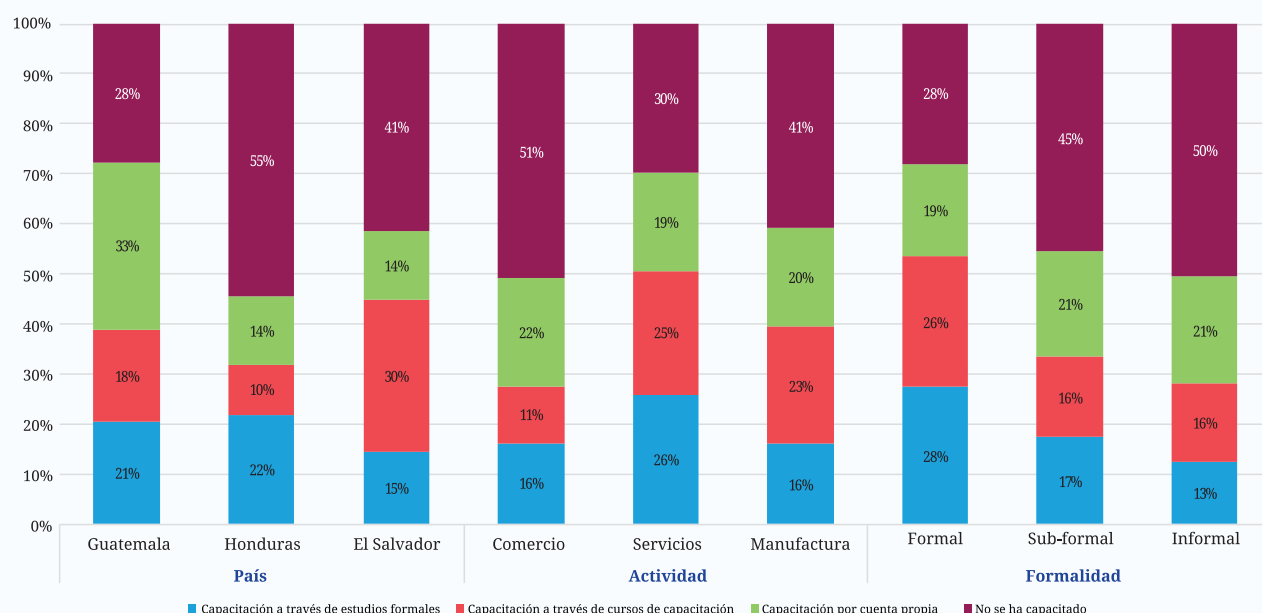
► 2.4.1 CAPACITACIÓN

El gráfico 44 muestra el porcentaje de propietarios con capacitaciones según dominios. Primero, en Honduras el 55% de los propietarios de micronegocios no se ha capacitado, en El Salvador este porcentaje disminuye a 41% y en Guatemala al 28%. Se percibe que en Guatemala existe una cultura más autodidacta, ya que el 33% de los propietarios se ha capacitado por su cuenta, mientras que en El Salvador el 30% utiliza cursos de capacitación, y Honduras utiliza la capacitación a través de estudios formales (22%). Segundo, a nivel de actividad económica, el sector comercio posee el porcentaje más alto de no capacitación (51%), mientras que el sector servicios ha recibido mayor capacitación entre los sectores.

Tercero, a medida incrementa el nivel de formalidad, incrementa el porcentaje de propietarios capacitados. Por ejemplo, el 50% de los propietarios del sector informal no se han capacitado de ninguna manera, mientras que este porcentaje disminuye al 28% en el sector formal. Respecto a los propietarios que se han capacitado, la manera más usual de hacerlo para el sector formal es a través de estudios formales, mientras que en el sector sub-formal e informal la manera más frecuente es a través de cuenta propia.

GRÁFICO 44

Capacitación de propietarios de micronegocios según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

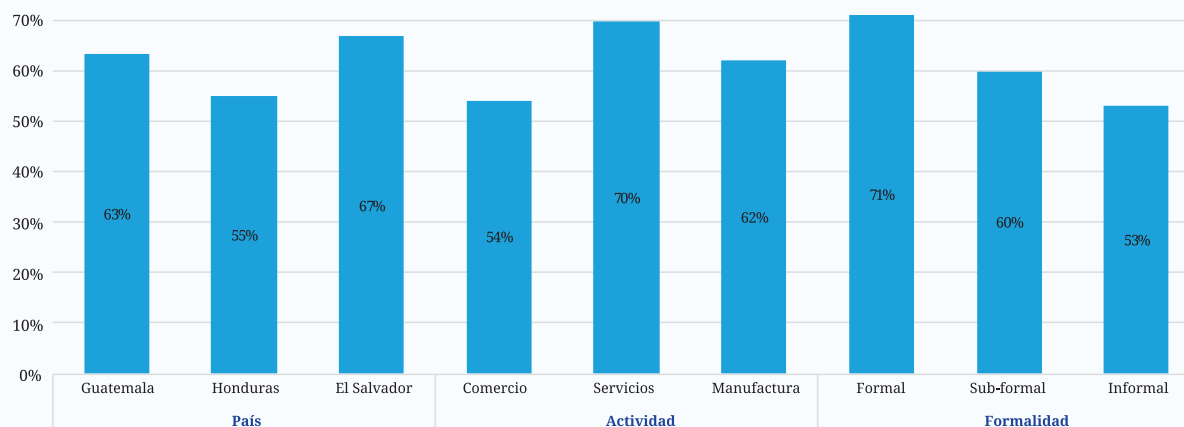


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%.

Se consultó a los propietarios de los micronegocios si estarían interesados en capacitar a sus trabajadores en el desarrollo de habilidades para el manejo del personal y del negocio. En promedio para los países del norte de Centroamérica, el 62% está interesado en capacitar a sus trabajadores. A nivel de actividad económica existe mayor interés (70%) por parte del sector servicios que del sector comercio o manufactura. Finalmente, en el dominio de la formalidad, a medida incrementa el grado de formalidad existe mayor interés en capacitar a los trabajadores del negocio (gráfico 45).

GRÁFICO 45

Interés en capacitar a los trabajadores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



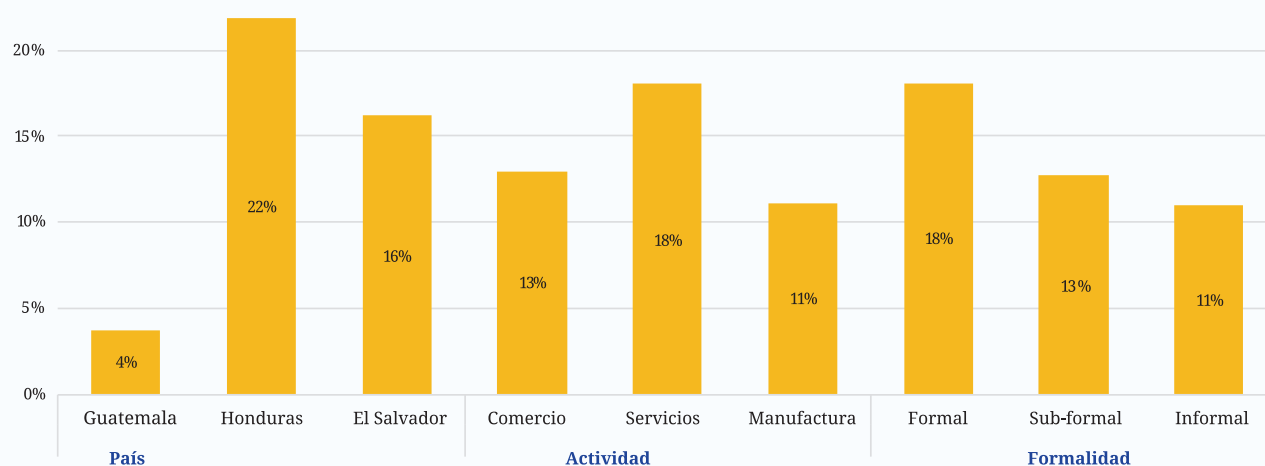
Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%.

► 2.4.2 TRABAJADORES TEMPORALES

En el gráfico 46 aparece el porcentaje de trabajadores temporales o por servicios facturados según dominio. En Honduras, el 22% de los micronegocios utilizan trabajadores temporales, mientras que en Guatemala este porcentaje se reduce a 4%. Respecto a la actividad económica, el sector que más utiliza esta forma de contratación es el sector servicios con 18%. Por otro lado, a medida incrementa el nivel de formalidad, esta práctica de contratación incrementa.

GRÁFICO 46

Negocios que emplean trabajadores temporales o por servicios facturados según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%.

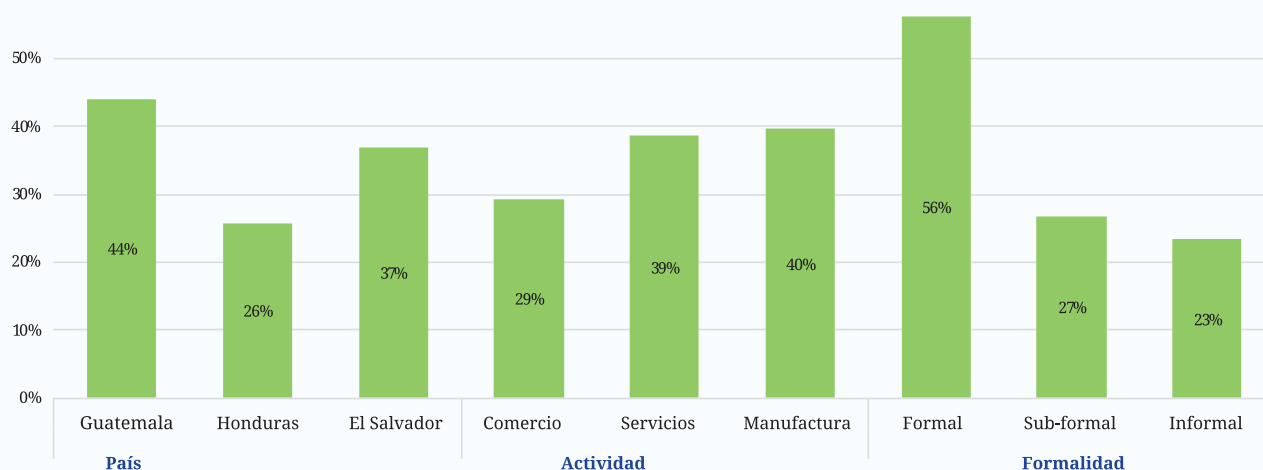
► 2.4.3 BENEFICIOS EXTRA RECIBIDOS POR LOS TRABAJADORES

Se consultó a los propietarios si proporcionan algún beneficio a sus trabajadores aparte del salario que reciben. En Honduras, únicamente el 26% de los micronegocios entregan un beneficio adicional al pago del salario, mientras que en El Salvador incrementa al 37%, y en Guatemala hasta un porcentaje del 44% (gráfico 47).

Por otro lado, el sector económico con menor porcentaje de propietarios que entregan beneficios adicionales es comercio (29%). Finalmente, en el dominio de la formalidad se identifica que a medida incrementa el grado de formalidad, incrementan el porcentaje de propietarios que otorgan beneficios adicionales a los trabajadores.

GRÁFICO 47

Negocios que entregan beneficios extras a trabajadores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



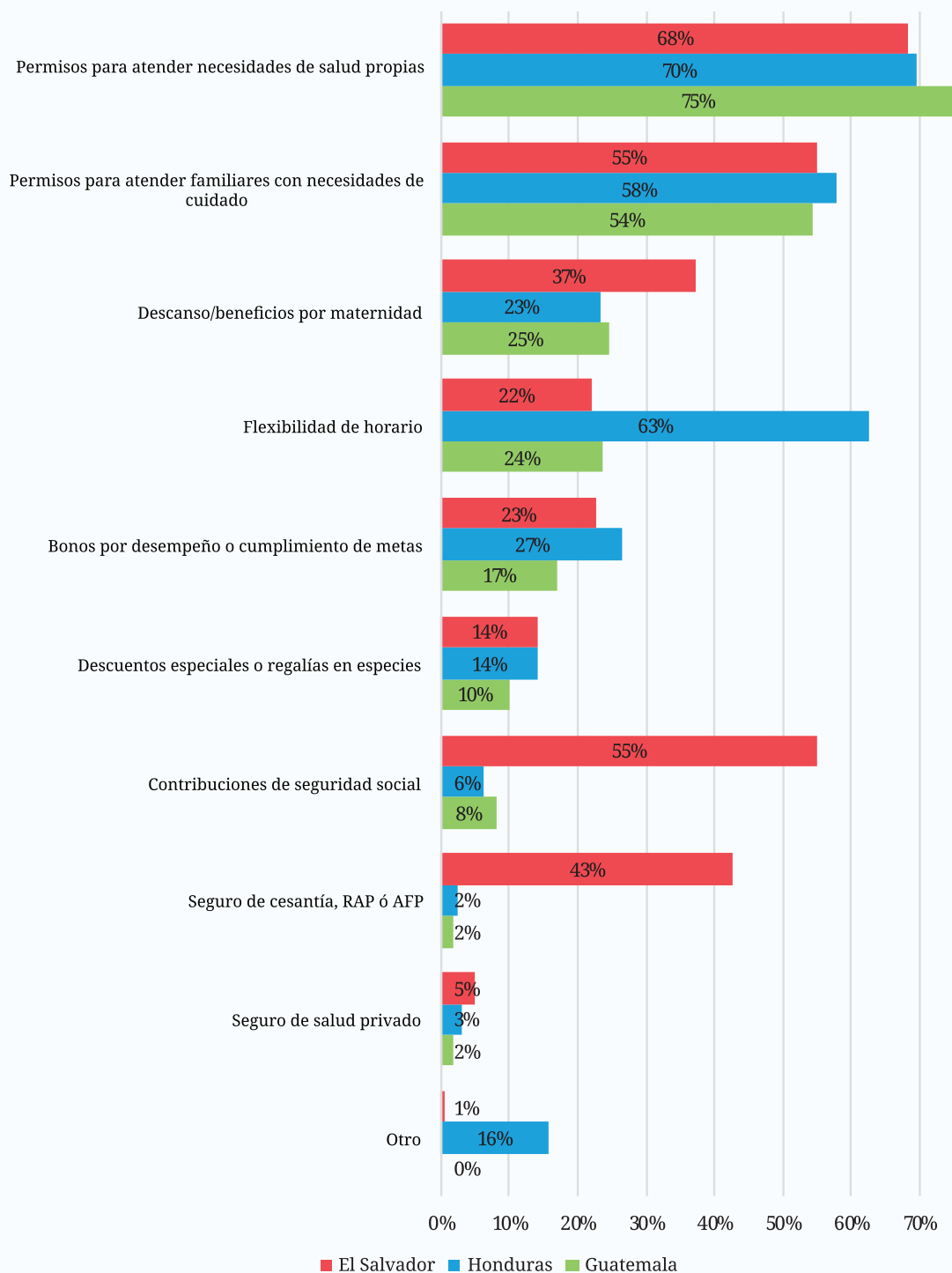
Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%.

Respecto al tipo de beneficios adicionales al salario que otorgan los propietarios a sus trabajadores a nivel país, destacan dos aspectos en común. Primero, en promedio, el 71% de los micro-empresarios de los países del norte de Centroamérica otorgan permisos a sus trabajadores para atender necesidades de salud propias. Segundo, también en promedio, el 56% de los micronegocios otorga a sus trabajadores permiso para atender familiares con necesidades de cuidado (gráfico 48).

Por otro lado, existen ciertas particularidades a nivel país: en Honduras el 63% de los propietarios otorga flexibilidad de horario a sus trabajadores, mientras que, en El Salvador, el 53% otorga contribuciones a la seguridad social y un 43% contribuciones a las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP).

GRÁFICO 48

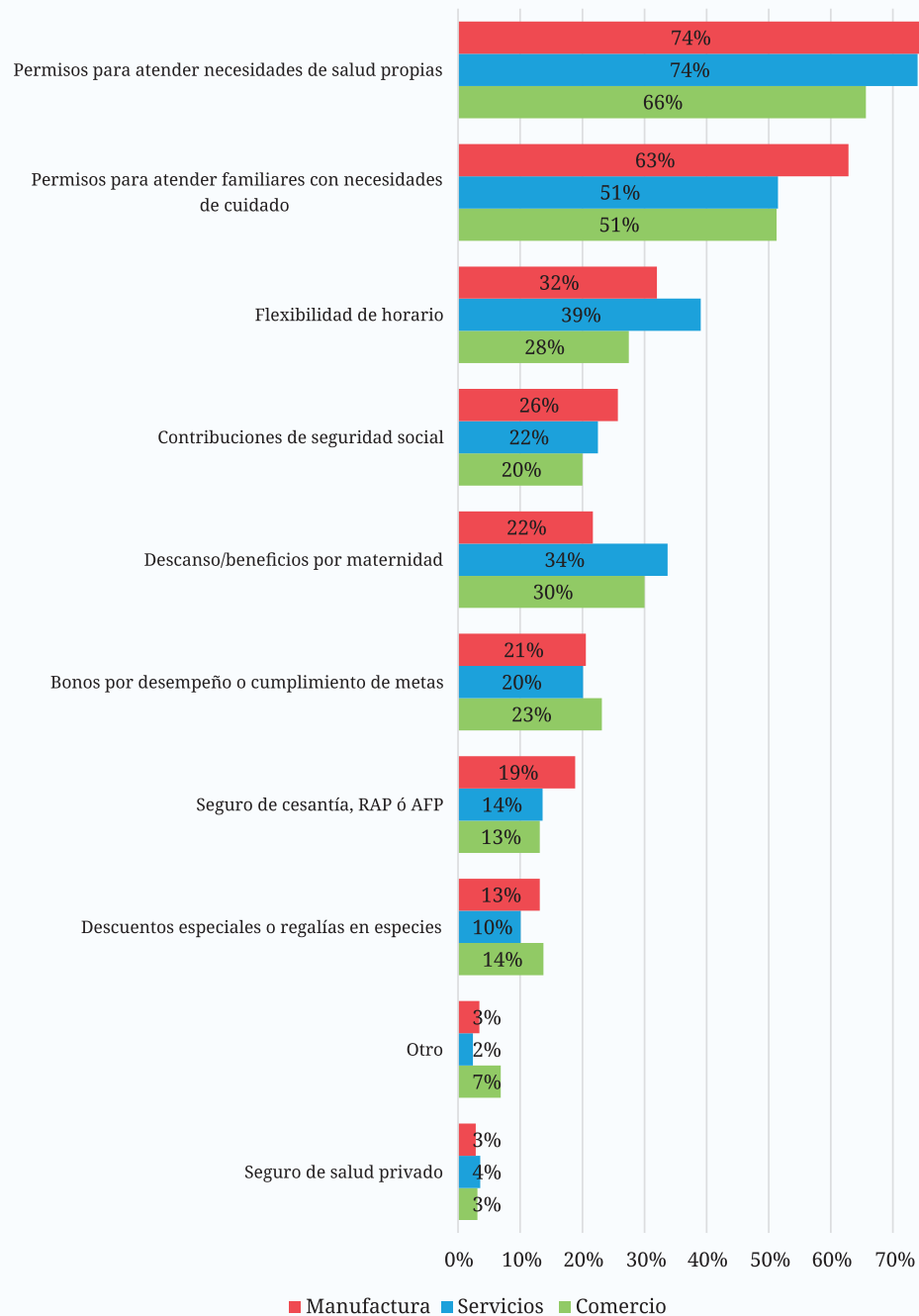
Tipo de beneficios entregados a trabajadores según país, porcentajes



Por otro lado, los tipos de beneficios entregados según actividad económica mantienen similar distribución entre los sectores, siendo en general el sector comercio el que entrega menor porcentaje en todos los beneficios, con excepción de bonos por cumplimiento de ventas y descuentos especiales. Entre otras diferencias, el sector servicios otorga mayor flexibilidad de horario que los otros sectores, así como descanso por maternidad (gráfico 49).

GRÁFICO 49

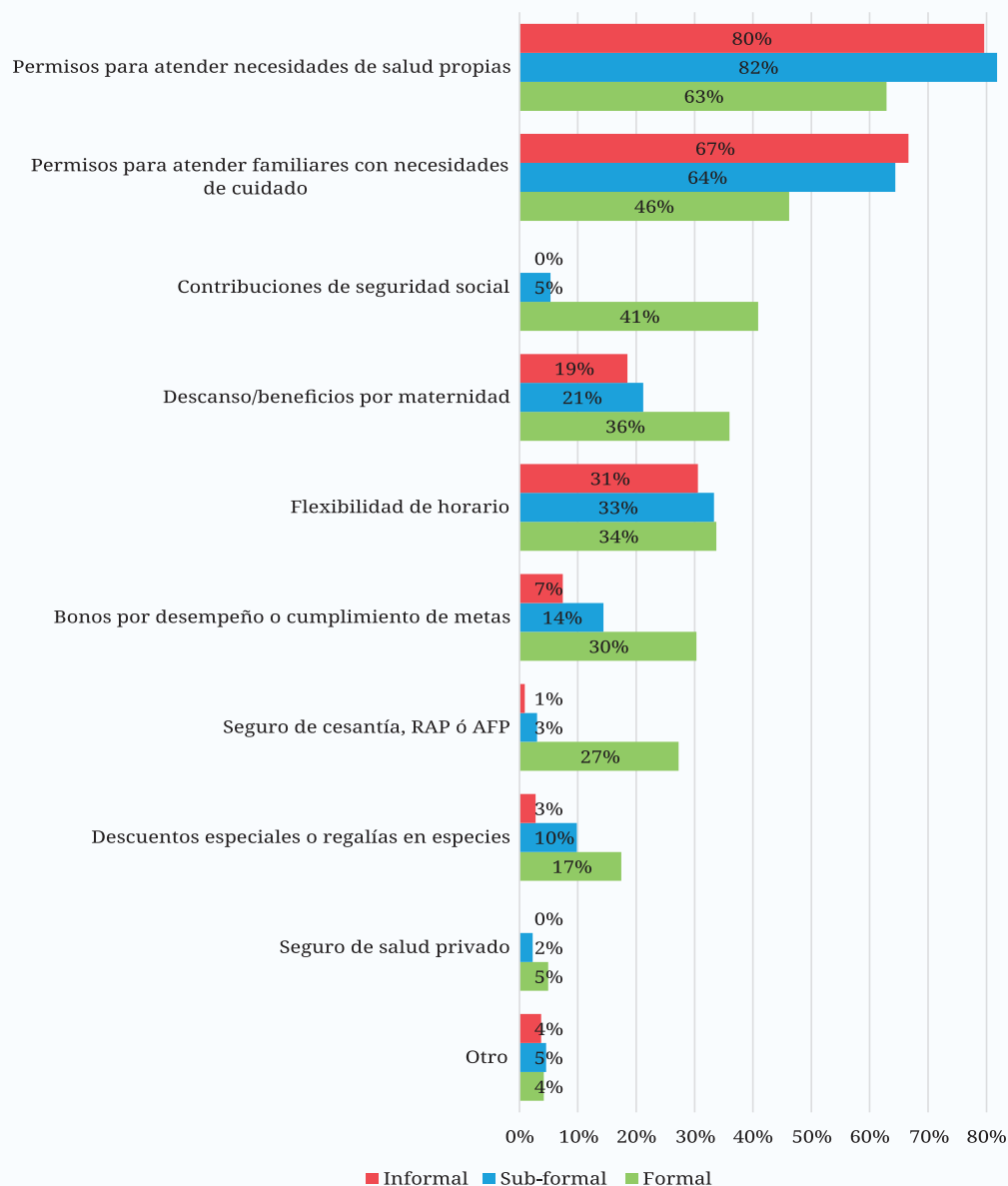
Tipo de beneficios entregados a trabajadores según actividad, porcentajes



Las mayores diferencias entre tipos de beneficios otorgados se encuentran en el dominio de la formalidad. Primero, entre mayor es el nivel de formalidad del negocio, los beneficios otorgados son relacionados a protección social. Por ejemplo, el 40% de los micronegocios formales otorgan contribuciones a la seguridad social, mientras que nadie del sector informal otorga este beneficio. Segundo, entre menor es el nivel de formalidad, mayor son los beneficios otorgados para permisos personales. Por ejemplo, el 67% de los micronegocios informales brindan permisos a sus trabajadores para que cuiden a sus familiares con necesidades, mientras que este porcentaje se reduce al 46% en el sector formal. Tercero, independientemente del nivel de formalidad, el 30% de los micronegocios otorgan flexibilidad laboral (gráfico 50).

GRÁFICO 50

Tipo de beneficios entregados a trabajadores según nivel de formalidad, porcentajes



► 2.5 CADENA DE SUMINISTROS

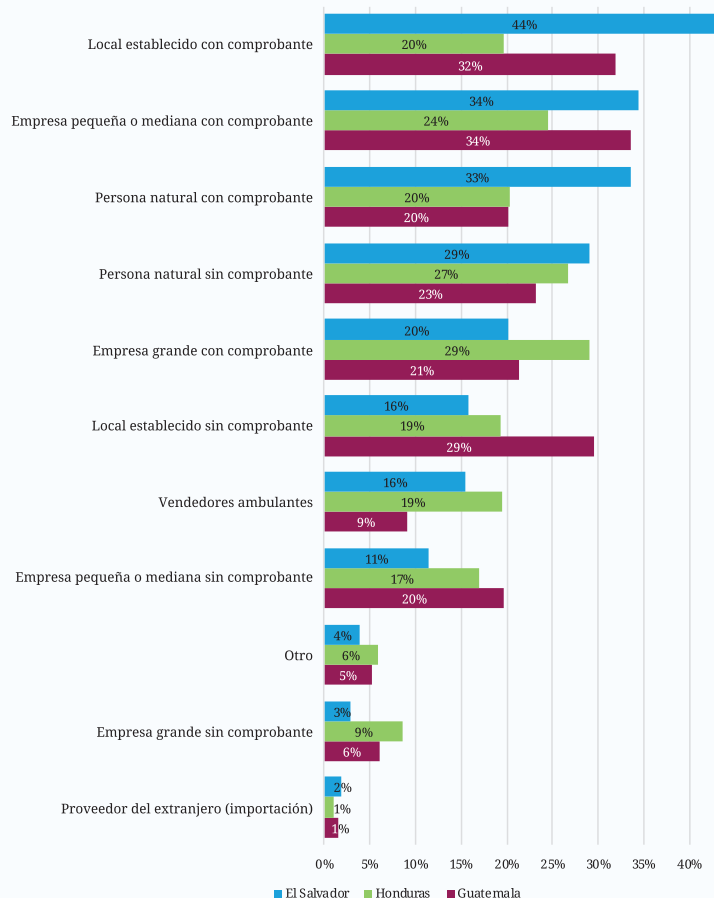
En este capítulo, se analiza la cadena de suministros en términos del tipo de proveedores y el tipo de clientes con que están relacionados los micronegocios. Se analiza también el tipo de transacciones más frecuentemente utilizada en términos de formas de pago. Además, se implementan cruces de variables para los tres dominios de análisis definidos en la metodología y se aplican las pruebas estadísticas pertinentes para saber si las diferencias encontradas son o no, estadísticamente significativas.

► 2.5.1 TIPOS DE PROVEEDORES

En el gráfico 51 aparecen los resultados según país respecto a los tipos de proveedores de los micronegocios. Para El Salvador, los 3 proveedores principales son: locales establecidos que brindan comprobante por sus ventas (44%), empresa pequeña o mediana que brindan comprobante (34%), persona natural con comprobante (33%). Por otro lado, para Honduras, los 3 proveedores principales son: empresas grandes con comprobante (29%), persona natural sin comprobante (27%), empresa pequeña o mediana con comprobante (24%). Finalmente, para Guatemala los principales son: empresa pequeña o mediana con comprobante (34%), local establecido con comprobante (32%), y local establecido sin comprobante (29%).

GRÁFICO 51

Tipos de proveedores según país, porcentajes

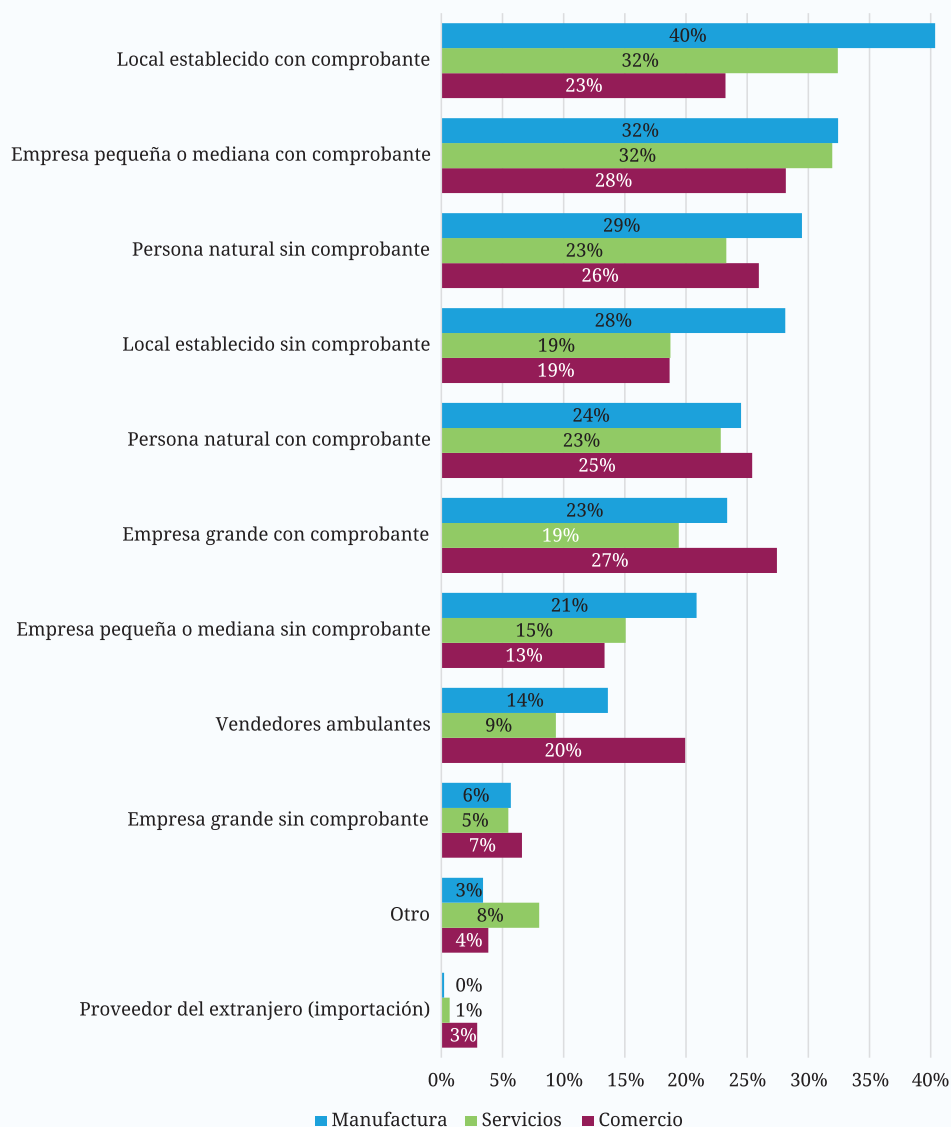


Respecto a la actividad económica, los porcentajes difieren entre sectores. En el sector manufactura, el 40% de los micronegocios tienen como proveedor un local establecido con comprobante, el 32% a las empresas pequeñas con comprobante, y el 29% a personas naturales sin comprobante. Por otro lado, para el sector servicio, el 32% de los micronegocios tienen como proveedores locales establecidos y a empresas pequeñas con comprobantes, y un 23% utiliza como proveedor personas naturales con comprobantes.

Finalmente, el sector comercio tiene una lógica diferente, donde el 28% de los micronegocios tiene como proveedor empresas pequeñas con comprobantes, el 27% a empresas grandes con comprobantes, y aproximadamente el 25% a personas naturales con y sin comprobante. Es interesante resaltar que el sector comercio tiene mayor porcentaje de micronegocios que utilizan a vendedores ambulantes como proveedores (20%) que los otros sectores (gráfico 52).

GRÁFICO 52

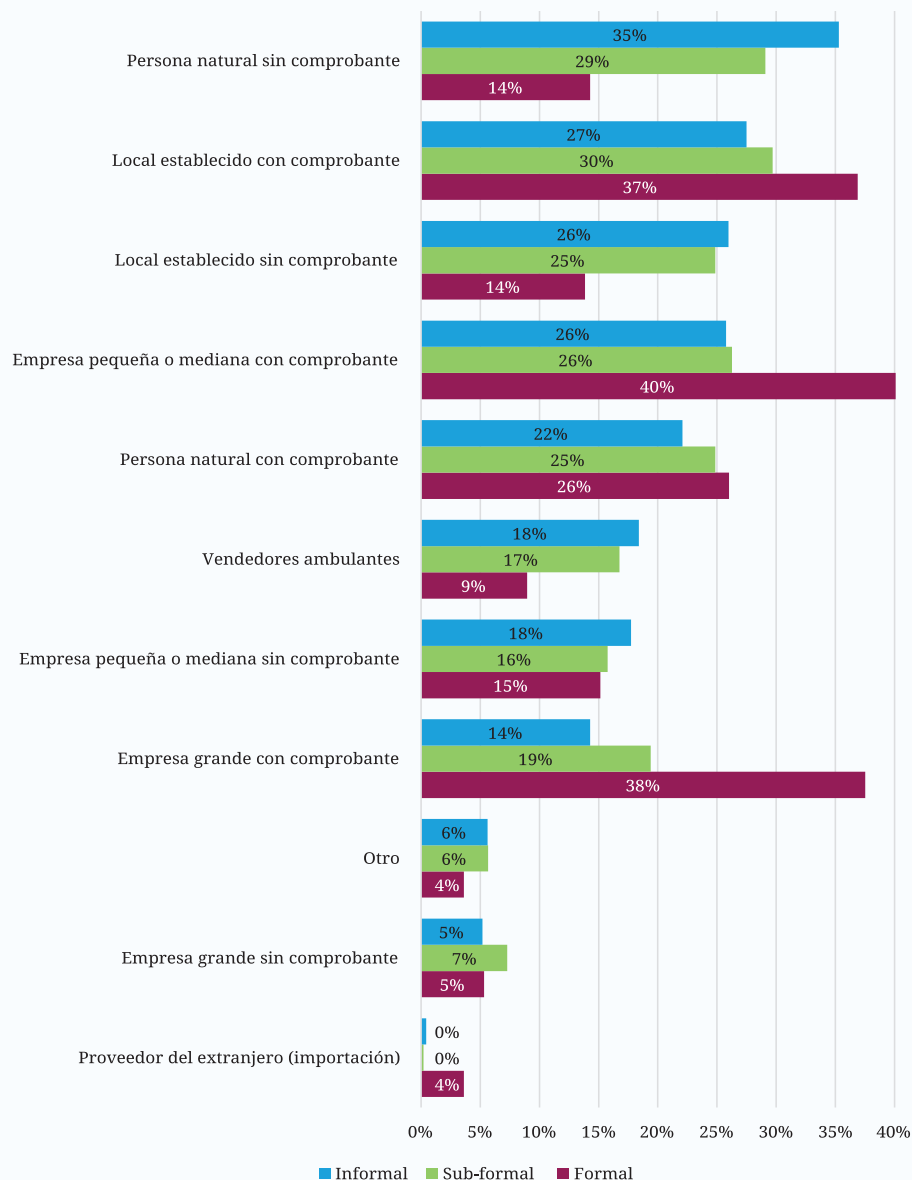
Tipos de proveedores según actividad, porcentajes



El gráfico 53 muestra los proveedores que tienen los micronegocios según nivel de formalidad. El sector formal concentra mayor porcentaje en tipos de proveedores que tienen comprobante, sin importar su naturaleza jurídica. Por ejemplo, el 38% de los micronegocios formales tienen como proveedores empresas grandes con comprobante, mientras que para los micronegocios informales solo representan el 14%. En general, el sector sub-formal tiene un comportamiento con mayor similitud al sector informal que al sector formal respecto a los proveedores. Además, se puede concluir que entre menor es el nivel de formalidad, mayor es la participación con proveedores sin comprobantes. Por ejemplo, el 18% del sector informal utiliza como proveedores a los vendedores ambulantes, mientras que en el sector formal es solo el 9%.

GRÁFICO 53

Tipos de proveedores según nivel de formalidad, porcentajes



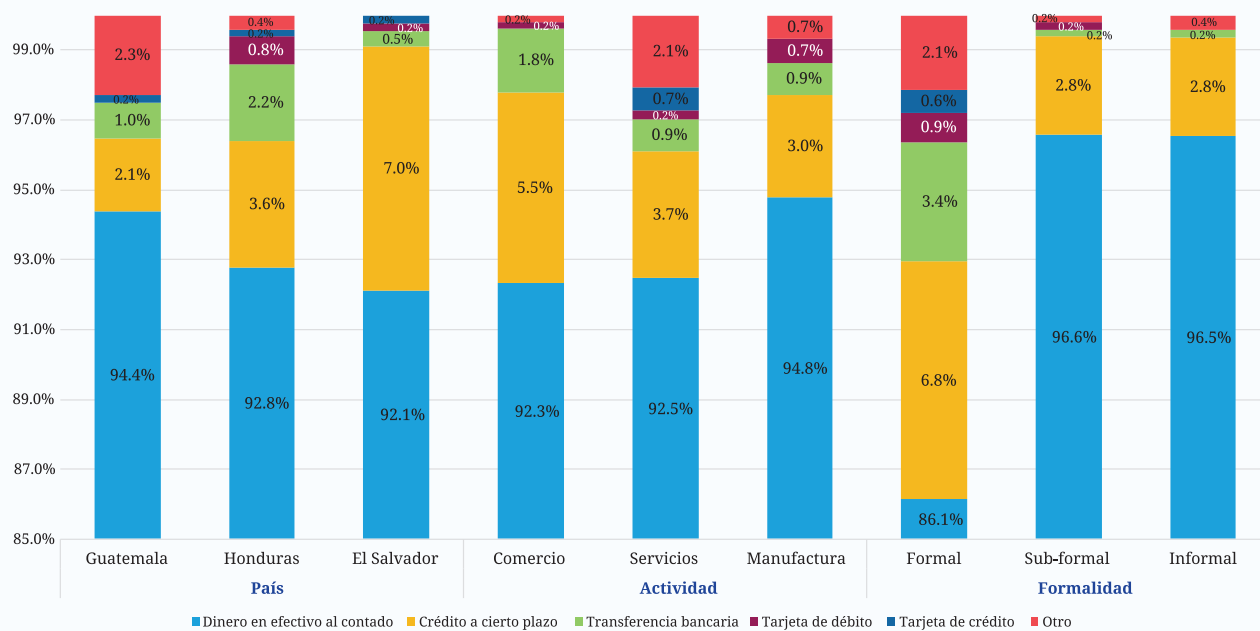
► 2.5.2 FORMAS DE PAGO A PROVEEDORES

El gráfico 54 muestra las formas de pago a proveedores que utilizan los micronegocios según cada dominio. Primero, los micronegocios de los países del norte de Centroamérica utilizan en más del 90% dinero en efectivo al contado como forma de pago, siendo Guatemala el país con mayor porcentaje (94%). Cabe señalar que El Salvador utiliza el mayor porcentaje de crédito a cierto plazo (7%), y que las transferencias bancarias tienen un uso limitado por parte de los tres países, donde Honduras tiene el mayor porcentaje 2% de los micronegocios.

Segundo, respecto a la actividad económica, el sector comercio tiene el mayor porcentaje de micronegocios que utilizan crédito a plazo para pagar a sus proveedores (5.5%), y las transferencias bancarias (1.8%). Tercero, respecto al dominio de formalidad, los micronegocios sub-formales y los informales tienen un comportamiento similar en la forma de pago a proveedores, donde el 96% de los micronegocios utiliza dinero en efectivo al contado como forma de pago, lo cual difiere del comportamiento del sector formal, donde el 86% de los micronegocios utilizan esta forma de pago. Por otro lado, los micronegocios formales son más propensos a utilizar crédito a plazo y transferencias bancarias que los micronegocios sub-formales e informales.

GRÁFICO 54

Forma de pago a proveedores según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



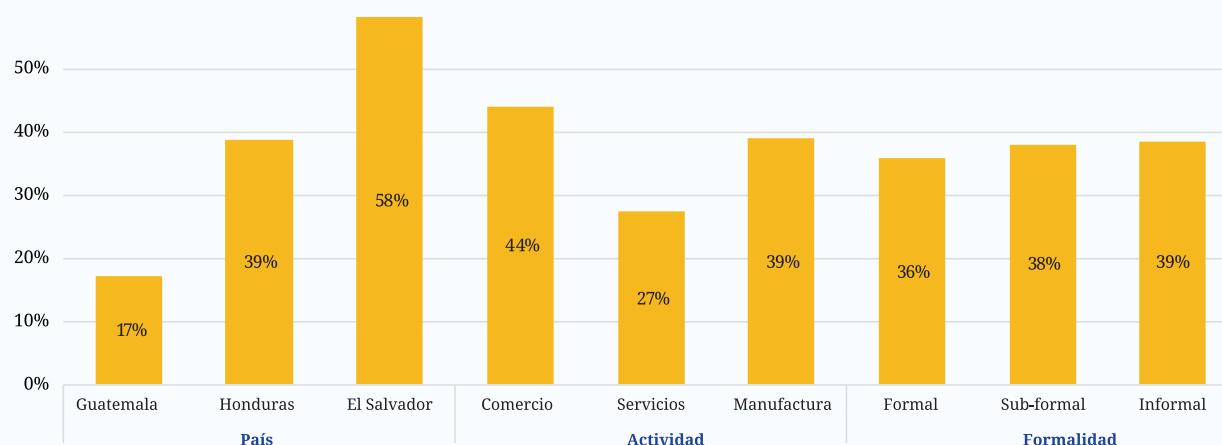
Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%

► 2.5.3 TIPOS DE CLIENTES

En el gráfico 55 se muestra el porcentaje de micronegocios que tienen como clientes a los vendedores ambulantes según dominio; sin embargo, la información no es estadísticamente significativa para el dominio de la formalidad, aunque sí para el dominio país y actividad económica. Respecto a las diferencias entre países, el 58% de los micronegocios en El Salvador tienen como clientes a vendedores ambulantes, mientras que en Honduras este porcentaje disminuye al 39% y en Guatemala al 17%. Por otro lado, respecto a la actividad económica, el sector servicios tiene el menor porcentaje de vendedores ambulantes como clientes del negocio (27%), mientras que manufactura incrementa su participación al 39%, y el sector comercio al 44%.

GRÁFICO 55

Negocios que venden a vendedores ambulantes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

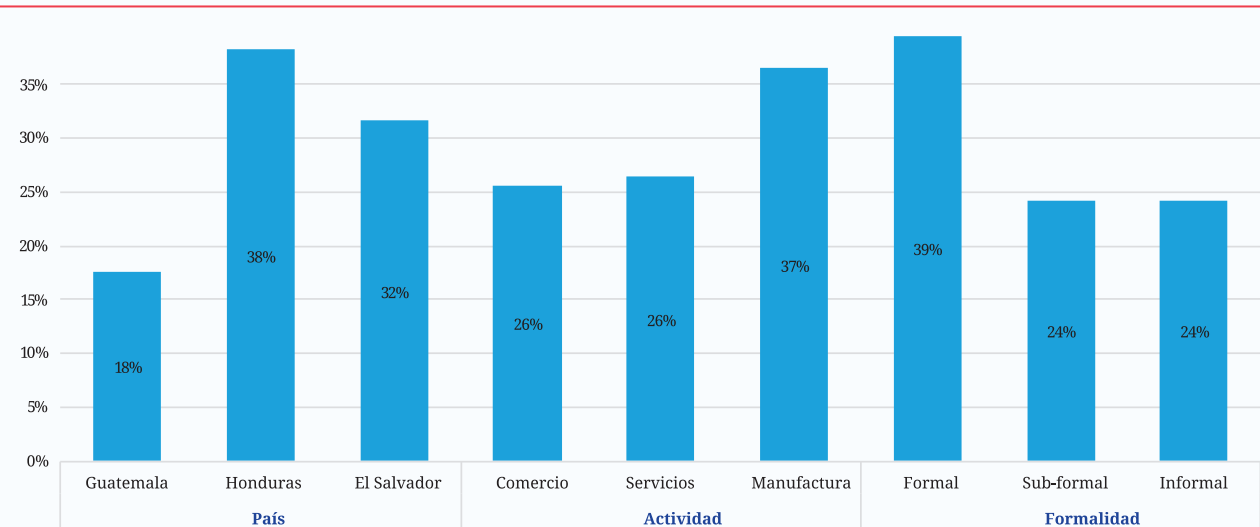


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, los dominios país y actividad económica son estadísticamente significativos al 5%, pero no así el dominio formalidad.

En el gráfico 56 se identifican los micronegocios que tienen como clientes a otros negocios/empresas para los tres dominios de análisis, lo cual permite identificar cadenas de suministros entre los negocios. Primero, a nivel país, el 38% de los micronegocios en Honduras les venden a otras empresas, mientras que en Guatemala este porcentaje se reduce al 18%. Segundo, a nivel de actividad económica, el sector manufactura tiene el mayor porcentaje de ventas a otras empresas, representando el 37% de los micronegocios, mientras que el sector comercio y servicio tienen similar porcentaje del 26%. Finalmente, en el dominio de formalidad, se identifica que no existe un punto medio en la transición a la formalidad y la mayor participación de venta con otros negocios, únicamente incrementa el porcentaje de ventas a empresas cuando los micronegocios son totalmente del sector formal (39%).

GRÁFICO 56

Negocios que venden a otros negocios o empresas según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

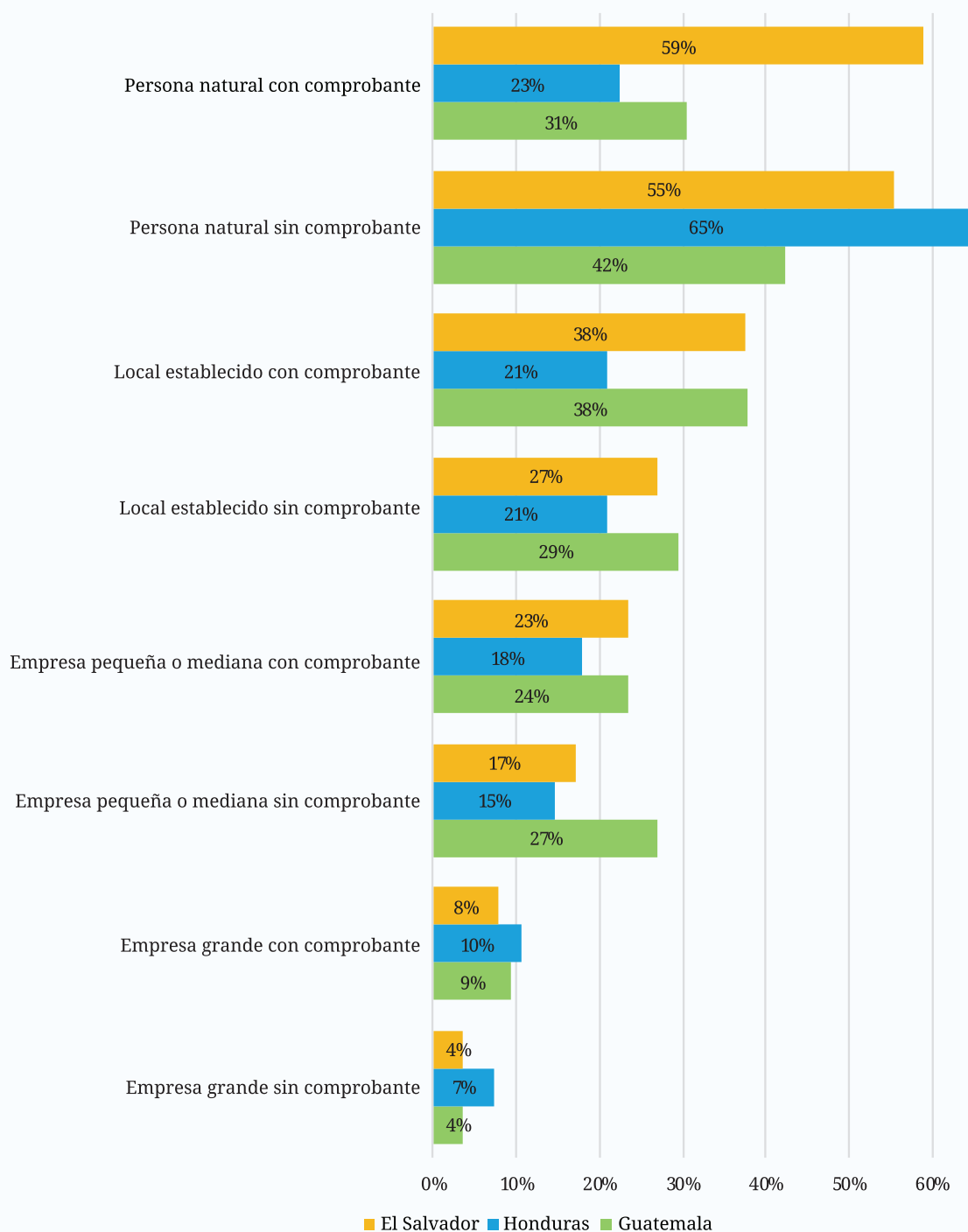


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, todos los dominios son estadísticamente significativos al 5%.

En el siguiente gráfico 57 se identifican los diferentes tipos de clientes que tienen los micronegocios según país. En El Salvador, los clientes de los micronegocios se enfocan principalmente en personas naturales, ya sea con o sin comprobante (57% en promedio), y respecto a las empresas, el porcentaje de clientes disminuye a través que aumenta el tamaño de la empresa a la que se le vende. Por otro lado, en Honduras, el mayor porcentaje de clientes se concentra en persona natural sin comprobante (65%). Finalmente, en Guatemala, los clientes principales son persona natural y local establecido; cuando se trata de persona natural, los micronegocios venden sin comprobante (42%), mientras que cuando es un local establecido, se vende principalmente con comprobante (38%).

GRÁFICO 57

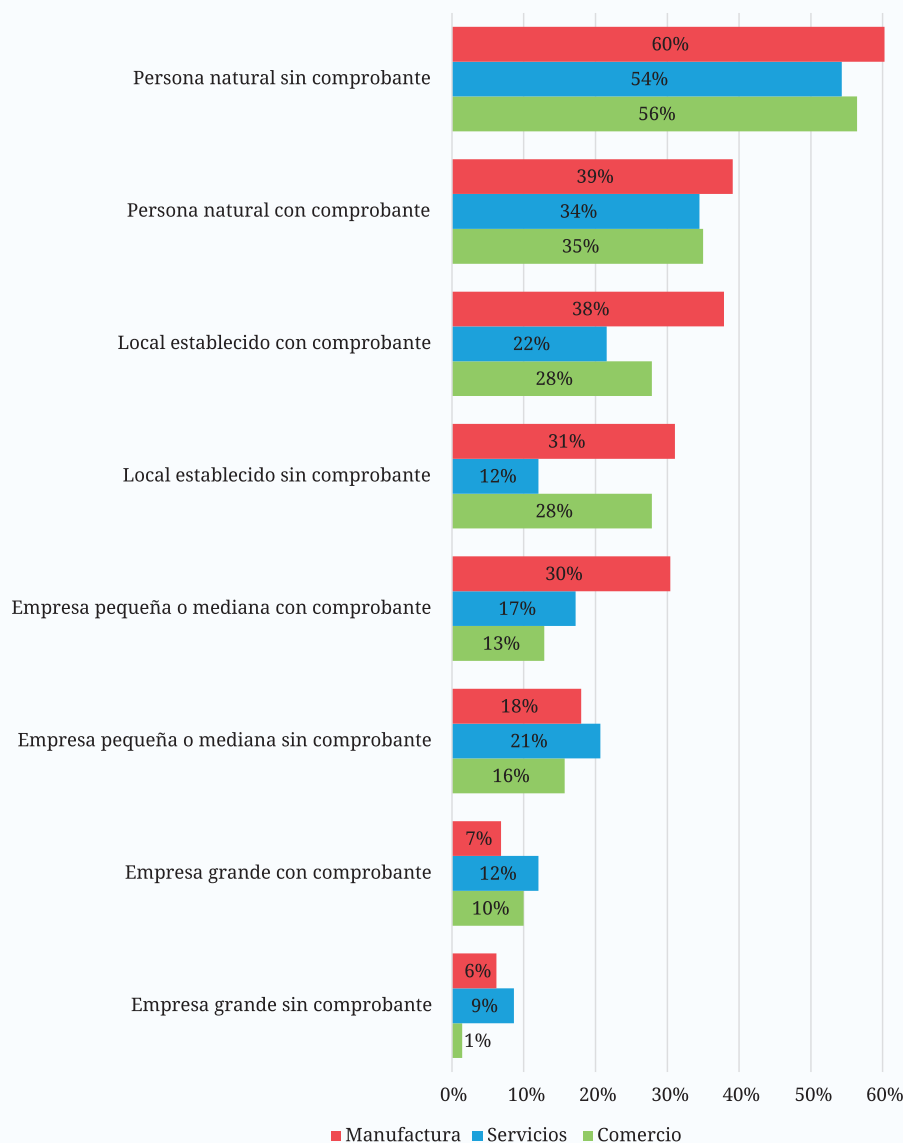
Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según país, porcentajes



En el gráfico 58 se muestran los clientes de los micronegocios según actividad económica. El sector manufactura se diferencia en la mayoría de las opciones respecto a los sectores, ya que en este sector no existen mayores diferencias entre los clientes que tienen comprobante o no, con excepción de las personas naturales, donde se prefiere sin comprobante. En general, se observa que los micronegocios tienen el mayor porcentaje de clientes a las personas naturales sin comprobantes. Además, es interesante señalar que el sector servicio es quien tiene mayor porcentaje de clientes a empresas grandes con o sin comprobante.

GRÁFICO 58

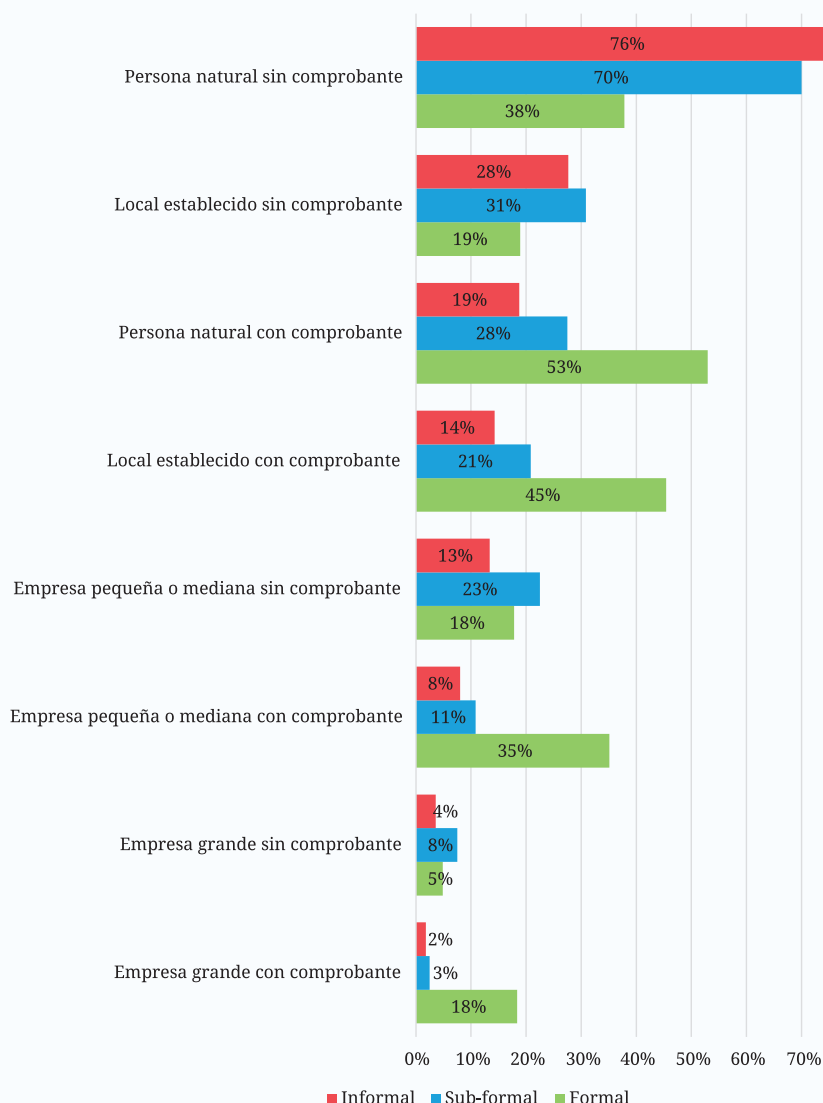
Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según actividad, porcentajes



En el gráfico 59 se muestran los clientes según el dominio de formalidad. A medida incrementa el nivel de formalidad, también incrementa el porcentaje de clientes con comprobante, en todas las modalidades, así como la participación con empresas. Por ejemplo, el 76% de los micronegocios informales tiene como clientes a personas naturales sin comprobante, mientras que solo el 38% de los negocios formales. Por otro lado, cuando se trata de personas naturales con comprobante, la relación es inversa, ya que el 53% de los negocios formales tienen este tipo de clientes, mientras que solo el 19% de los negocios informales. Asimismo, el 35% de los micronegocios formales tiene como clientes empresas pequeñas o medianas con comprobante, mientras que solo el 8% de los negocios informales los tiene como clientes, aunque cuando se trata de empresas pequeñas sin comprobante, este porcentaje incrementa al 13% para el sector informal.

GRÁFICO 59

Tipos de negocios o empresas a los que se proveen productos o servicios según nivel de formalidad, porcentajes



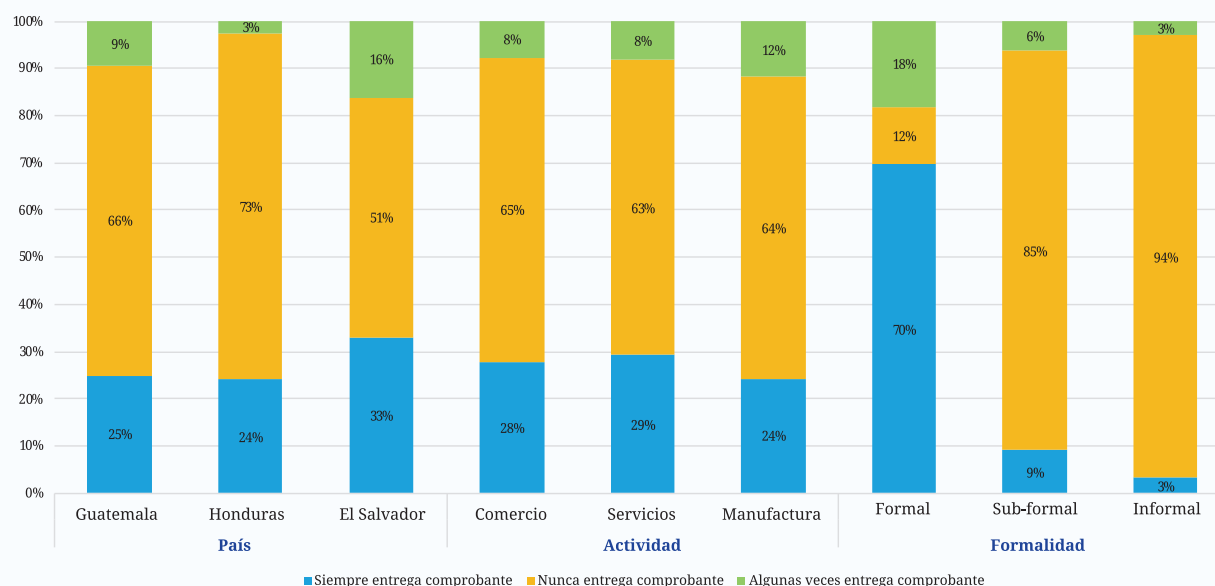
► 2.5.4 PRÁCTICA DE ENTREGA DE COMPROBANTE DE VENTAS

En los apartados anteriores se ha identificado que, en general, un tercio de los micronegocios de los países del norte de Centroamérica tiene como proveedores a las empresas pequeñas o local establecido con comprobante, y respecto a los clientes, el 54% de los micronegocios utiliza como clientes personas naturales sin comprobante. El siguiente gráfico refuerza la información anterior, donde el 63% de los micronegocios en los países del norte de Centroamérica nunca entrega comprobante de ventas a sus clientes (gráfico 60).

Por otro lado, respecto a la formalidad, mientras mayor sea el grado de formalidad, mayor será la práctica de entregar comprobante. Por ejemplo, el 70% de los micronegocios formales declaran que siempre entregan comprobantes de ventas a sus clientes, mientras que este porcentaje disminuye hasta el 9% para los sub-formales, y 3% para los informales. Respecto al sector económico, los resultados obtenidos al realizar el cruce de datos no son estadísticamente significativos.

GRÁFICO 60

Negocios que entregan comprobantes de ventas a sus clientes según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



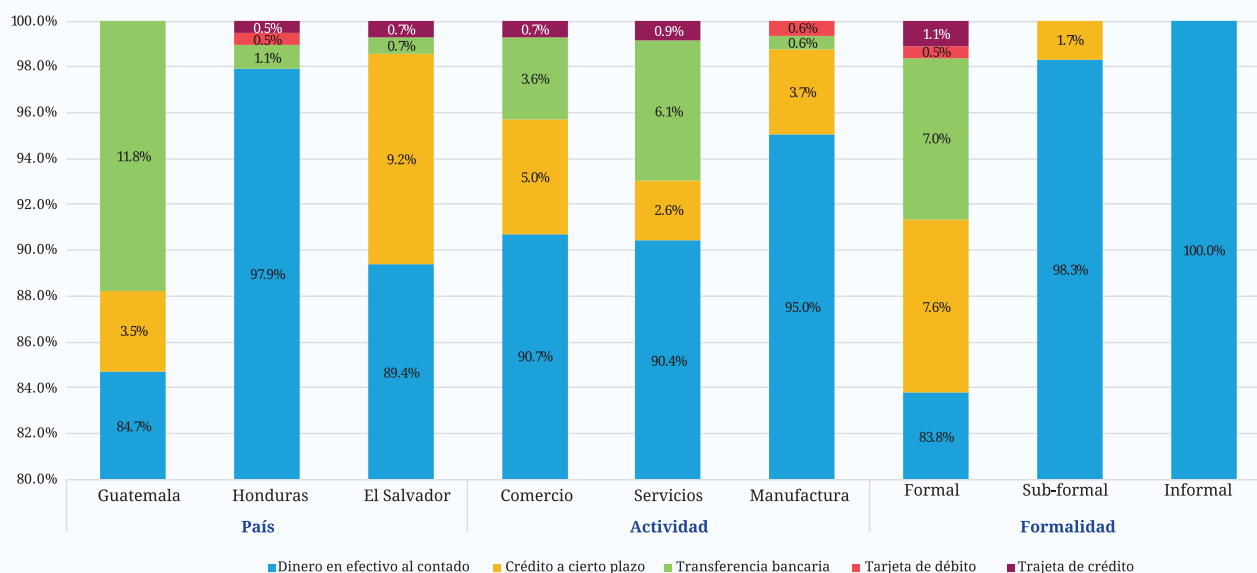
Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

► 2.5.5 FORMAS DE PAGO CON QUE REALIZAN LAS VENTAS

En el gráfico 61 se presentan las formas de pago de las ventas que le realizan a las empresas que son clientes de los micronegocios según los diferentes dominios. Primero, a nivel país, Honduras tiene porcentajes superiores al 95% de los micronegocios que reciben como forma de pago el dinero en efectivo al contado, mientras que en Guatemala este porcentaje continúa siendo la principal forma de pago, pero con un porcentaje del 85% de los micronegocios. Por otro lado, en el dominio de la formalidad, los micro-negocios formales son los únicos que utilizan formas de pago como crédito a plazo y transferencias bancarias por parte de las empresas que tienen como clientes, aunque con un porcentaje limitado. Los micronegocios informales usan en su totalidad como formas de pago el dinero en efectivo al contado. Los resultados del dominio actividad económica no son estadísticamente significativos, por lo cual no se puede concluir que las diferencias de pago entre sectores sean relevantes.

GRÁFICO 61

Formas de pago con que realiza ventas a negocios o empresas según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

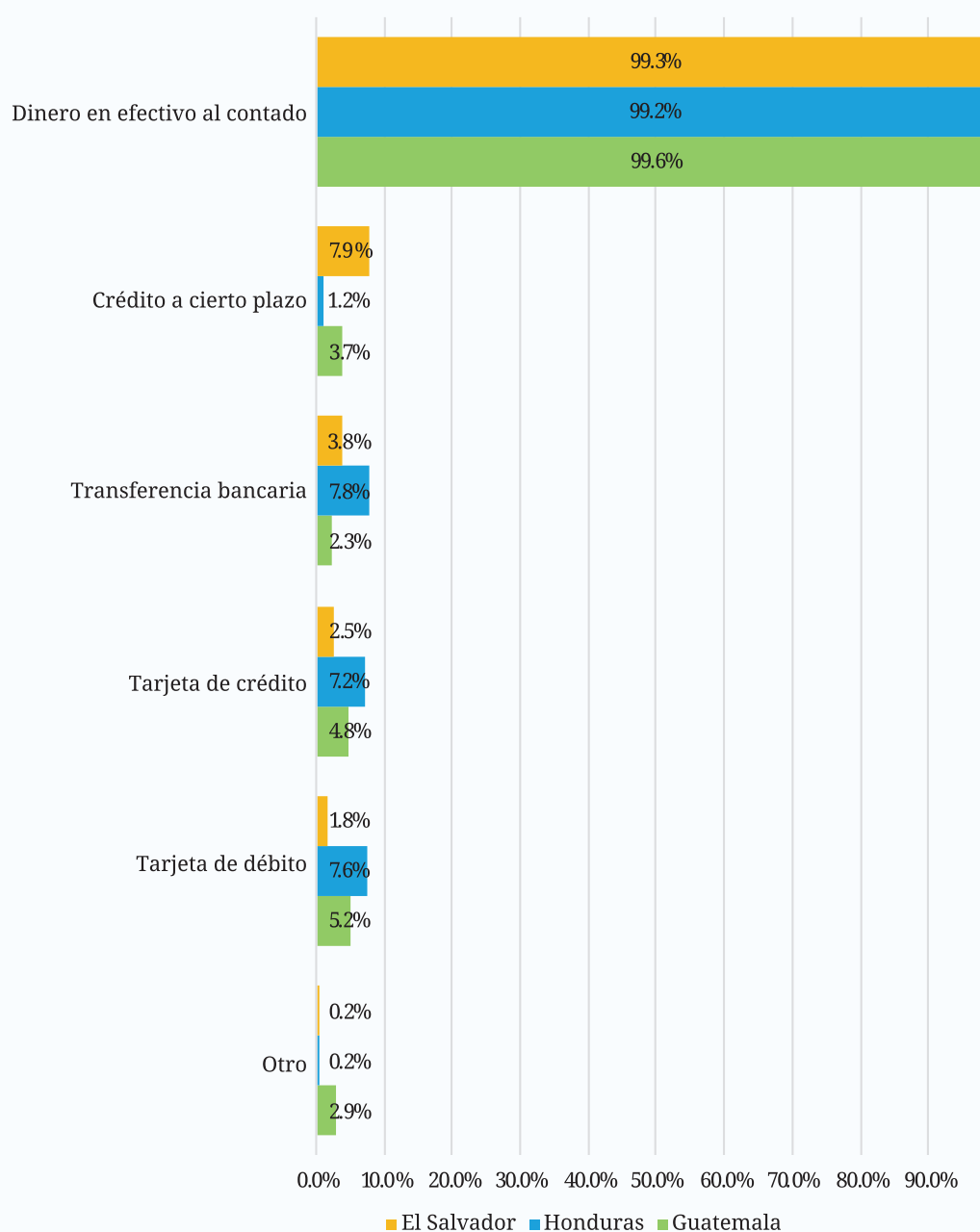


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo son estadísticamente significativos al 5% los correspondientes a los dominios de país y formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico.

Por otro lado, el gráfico 62 muestra las formas de pago que los micronegocios reciben por parte de clientes habituales. En los países del norte de Centroamérica, aproximadamente el total de micronegocios reciben dinero en efectivo al contado por parte de sus clientes. Respecto a las otras formas de pago, en El Salvador, el 8% de los micronegocios reciben como forma de pago crédito a plazo, mientras que en Honduras el 8% de los micronegocios reciben transferencias bancarias, así como tarjetas de débito o crédito.

GRÁFICO 62

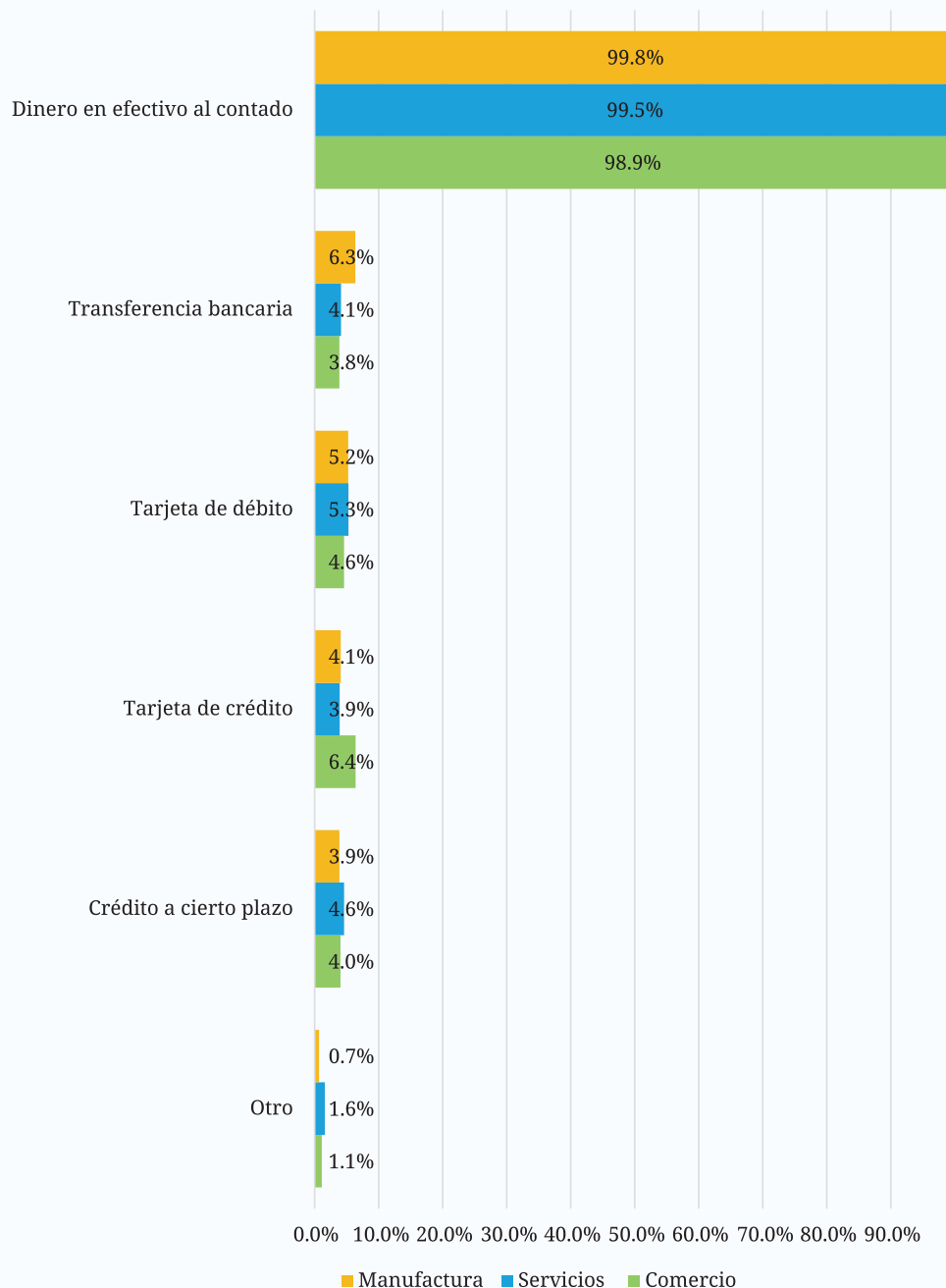
Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según país, porcentajes



Respecto a la actividad económica, independientemente del sector, todos los micronegocios reciben dinero en efectivo al contado, pero únicamente el 5% aproximadamente utiliza otro tipo de pagos, como tarjetas de crédito o débito (gráfico 63).

GRÁFICO 63

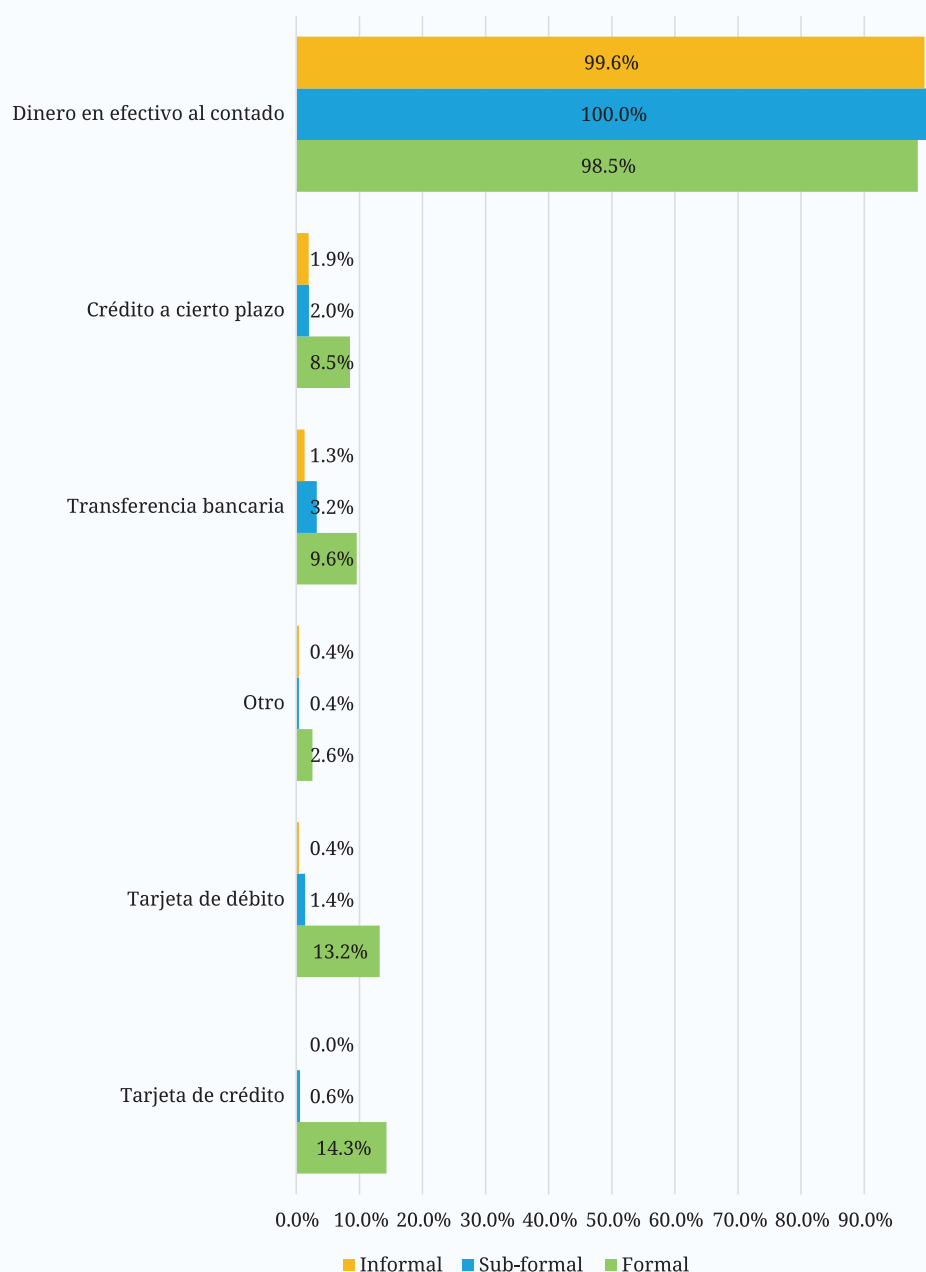
Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según actividad, porcentajes



Finalmente, en el dominio de la formalidad, se identifica que, a medida incrementa el nivel de formalidad se diversifican las formas de pago que se reciben por parte de clientes habituales, más allá de la forma tradicional de dinero en efectivo. Por ejemplo, el 14% aproximadamente de los micronegocios formales utilizan ya sea tarjeta de débito o crédito, mientras que este porcentaje es nulo para los micronegocios informales (gráfico 64).

GRÁFICO 64

Formas de pago con que realiza ventas a clientes habituales según nivel de formalidad, porcentajes

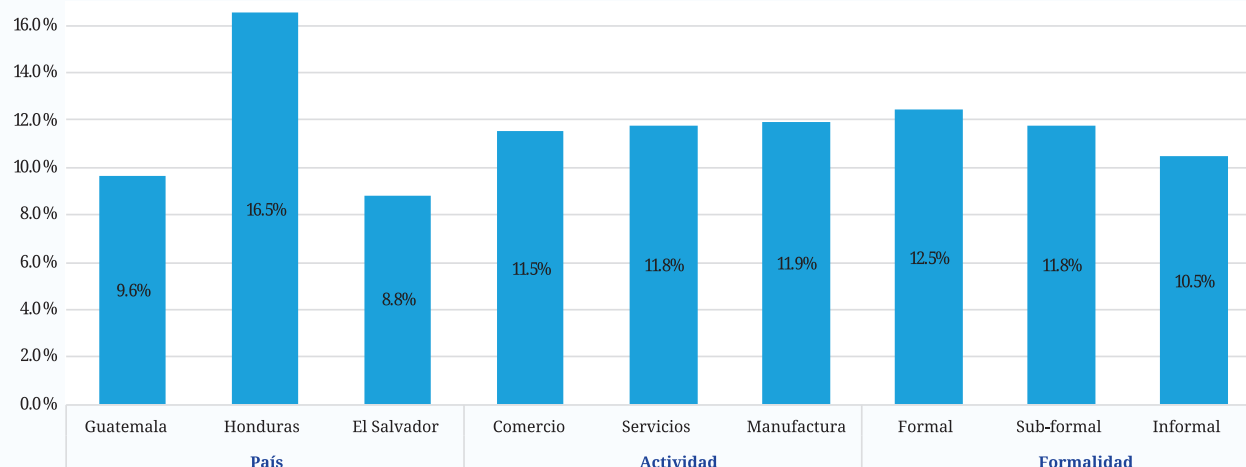


► 2.6 GASTO EN SEGURIDAD

En esta sección, se presenta el resultado del gasto en seguridad como porcentaje de los costos de operación del negocio. A nivel país, proporcionalmente Honduras es el país que gasta más en seguridad respecto a los costos de operación de los micronegocios, representando el 17%, mientras que en Guatemala los gastos de seguridad representan el 10% de los costos de operación, y en El Salvador el 9%. Estos gastos de seguridad indican ser generalizados en los micronegocios, independientemente del sector económico al que pertenezcan. Por otro lado, respecto a la formalidad, se visualiza levemente que, ante mayor grado de formalidad, mayor gasto en seguridad respecto a los costos de operación (gráfico 65).

GRÁFICO 65

Gasto en seguridad promedio como porcentaje de los costos de operación según país, actividad y nivel de formalidad



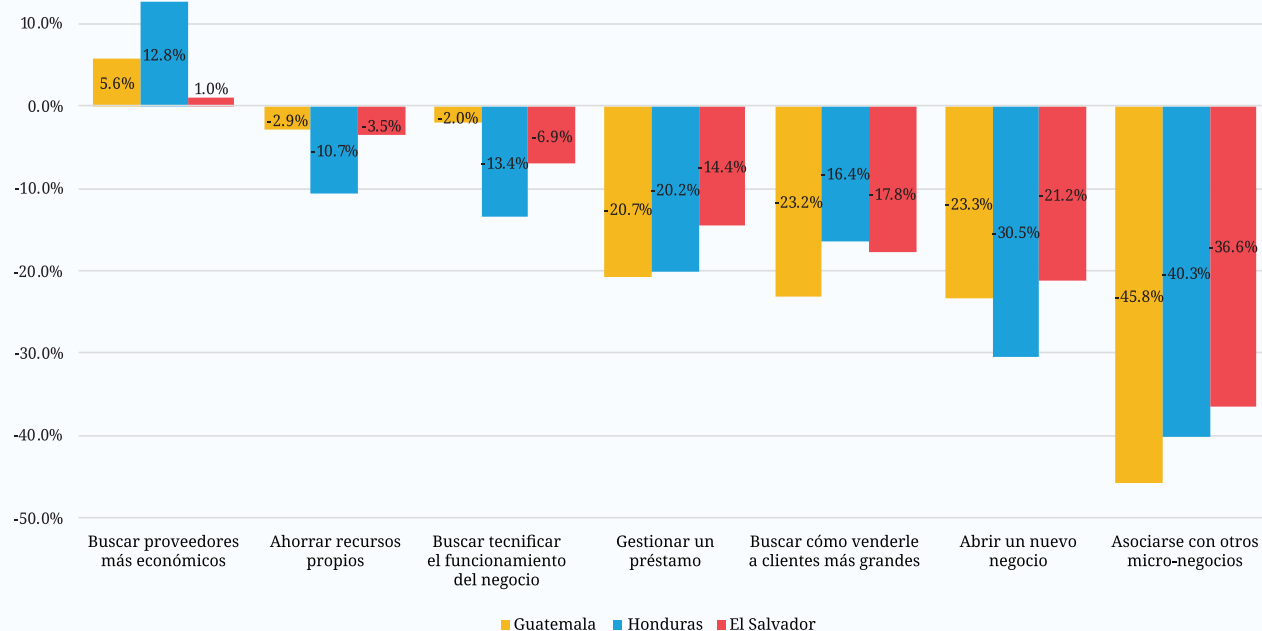
► 2.7 ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

En esta sección, se analizan las posibles estrategias de emprendimiento e innovación que podrían ser implementadas por los micronegocios. En general, según el gráfico 66 de saldos de opinión, las diferentes iniciativas de emprendimiento tienen un saldo de opinión negativa, con excepción de la opción de “buscar proveedores más económicos”, principalmente por parte de Honduras.

Respecto a los saldos de opinión negativa, la magnitud más grandes se tienen en asociarse con otros micronegocios, y en general, El Salvador es el país con la opinión menos negativa, mientras que Guatemala tiene los saldos negativos más amplios. Por otro lado, las opiniones están más balanceadas respecto a ahorrar recursos propios, y buscar tecnificar el negocio, por lo cual esta podría ser una opción de iniciativas a futuro. Contrario a lo que se esperaría, la iniciativa de gestionar un préstamo no parece ser una prioridad en las proyecciones de los micronegocios.

GRÁFICO 66

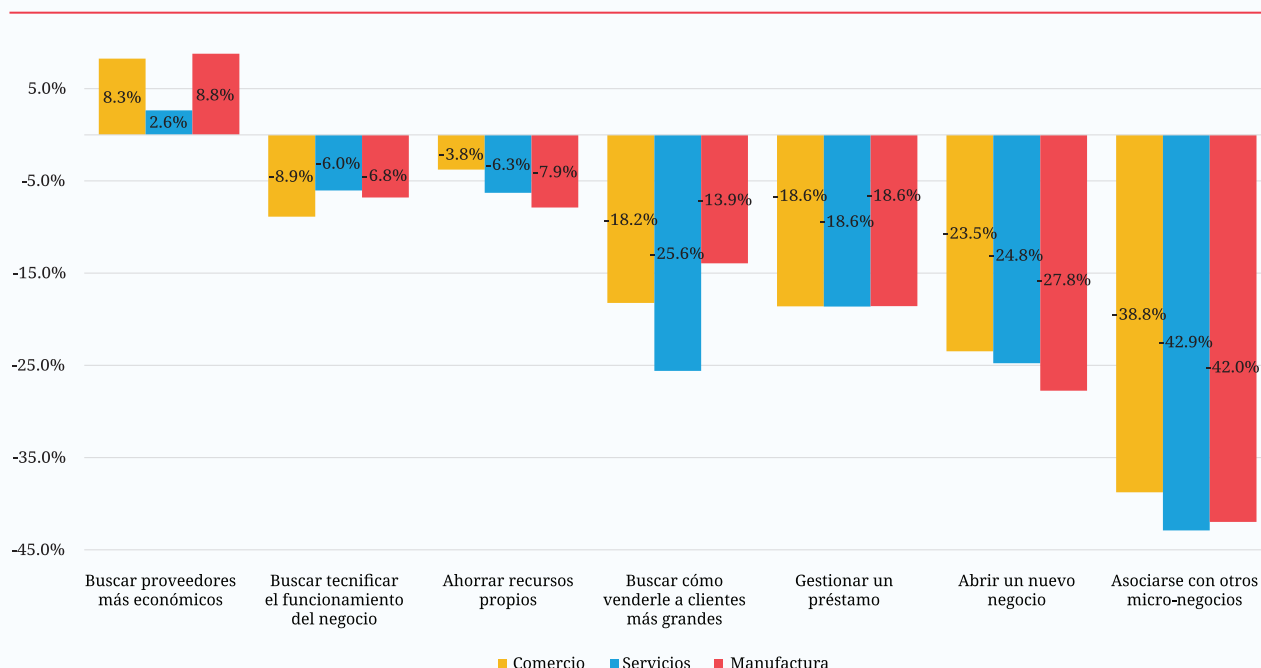
Iniciativas de emprendimiento e innovación según país, saldos de opinión



En el gráfico 67 aparecen las iniciativas de emprendimiento e innovación según actividad. Independientemente del sector, no existen expectativas de gestionar un préstamo, abrir un negocio o asociarse con otros micronegocios. Por otro lado, existen diferencias con el sector servicio, donde se presentan opiniones más negativas respecto a buscar vender a clientes más grandes, pero sí existe más disposición que los otros sectores respecto a tecnificar el funcionamiento. Mientras que el sector comercio y manufactura son los más interesados en buscar proveedores más económicos, y los que tienen mayor balance de opinión respecto a ahorrar recursos propios.

GRÁFICO 67

Iniciativas de emprendimiento e innovación según actividad, saldos de opinión

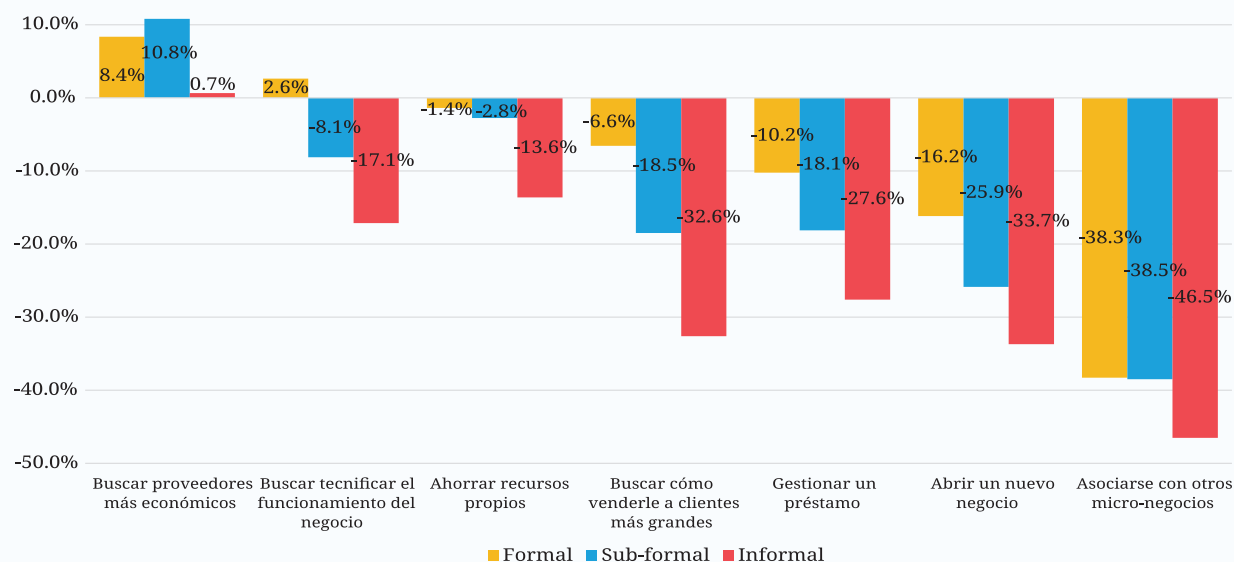


En el gráfico 68 se muestran las iniciativas de emprendimiento respecto al nivel de formalidad. En general, mientras menor sea el nivel de formalidad, más conservadora y negativas son las expectativas de emprendimiento e innovación. Por ejemplo, el sector informal es el menos interesado en tecnificar su funcionamiento, mientras que el sector formal es el más favorable. Asimismo, el sector informal no está interesado en ahorrar recursos propios o gestionar préstamos, mientras que el sector formal tiene una posición menos pesimista, aunque sigue siendo negativa.

Contrario a lo que se pensaría, el sector informal tiene poco interés en buscar cómo venderles a clientes más grandes o en asociarse con otros micronegocios, evidenciando una particular visión de mundo de los negocios “modesta”. Por tanto, como posible incentivo para el sector informal respecto a sus futuras iniciativas, el factor más favorable es: buscar proveedores más económicos. Es decir, los micronegocios buscan obtener un menor costo antes que el aumento del volumen de las ventas.

GRÁFICO 68

Iniciativas de emprendimiento e innovación según nivel de formalidad, saldos de opinión



▶ 3. Incentivos para la informalidad

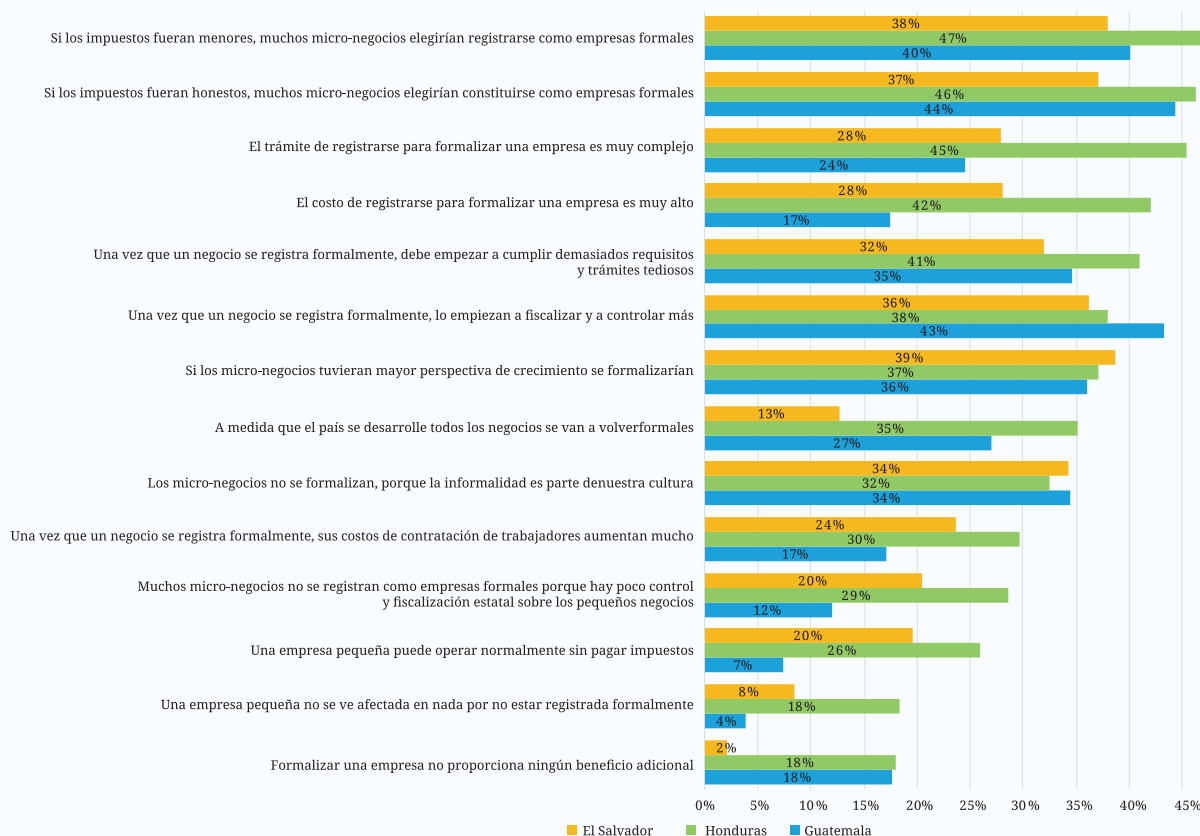
► 3.1 RAZONES QUE INCENTIVAN LA INFORMALIDAD

En este apartado, se analizan las posibles razones que incentivan la decisión de muchos micronegocios de mantenerse como informales. Primero se muestran los resultados a nivel país en el gráfico 69, donde Honduras es en promedio el país con opiniones más positivas, mientras que El Salvador tiene los saldos de opinión con las magnitudes más bajas. Los saldos de opinión con menor magnitud para los tres países son respecto a que formalizar una empresa no proporciona beneficios adicionales, a que una empresa pequeña no se ve afectada en nada por no estar registrada, y en que una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos. En conclusión, los micronegocios no perciben que estar en el sector formal sea una condición favorable para el funcionamiento adecuado de sus operaciones.

Por otro lado, los saldos de opinión con mayor magnitud para los tres países son respecto a que: una vez que un negocio se registra formalmente, lo empiezan a fiscalizar y a controlar más; además, los micronegocios están ampliamente de acuerdo en que, si los gobiernos fueran honestos, los impuestos fueran menores, y los micronegocios tuvieran mayor perspectiva de crecimiento, entonces muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales. Los saldos de opinión con magnitudes intermedias, es decir, que son importantes, pero no son prioritarios, destacan en promedio la importancia el ser sujetos de inspección, la complejidad de la tramitología y el alto costo de formalizarse.

GRÁFICO 69

Incentivos a la informalidad según país, saldos de opinión

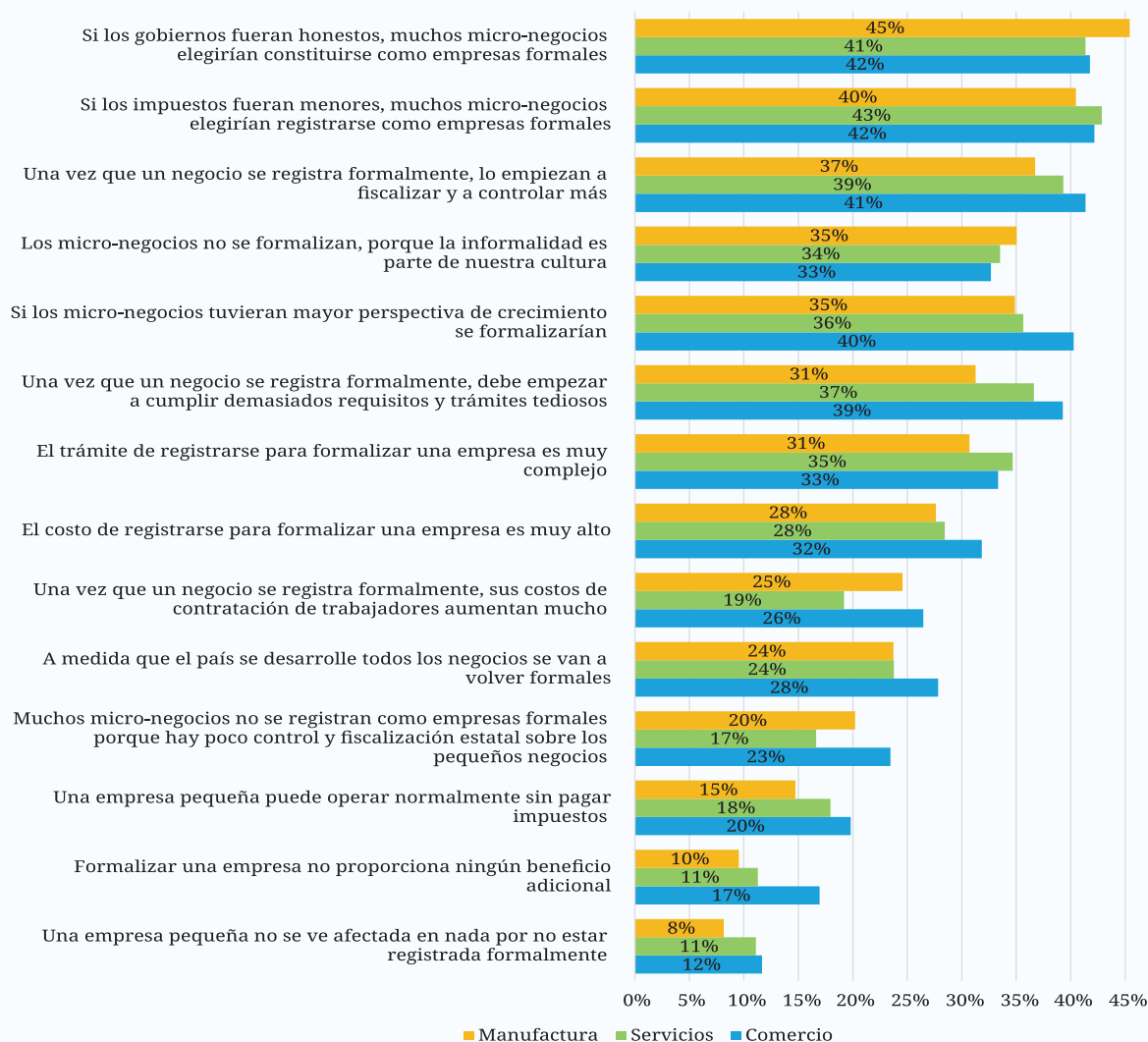


En el gráfico 70 se muestran los incentivos para permanecer en la informalidad según actividad económica. Se observa que los saldos de opinión no son muy diferentes en magnitud entre los sectores, siendo el sector manufactura el que tiene menor magnitud, indicando que tiene mayores incentivos para formalizarse. Mientras que el sector comercio tiene la mayor magnitud, es decir, el menor incentivo a formalizarse. Por otra parte, el sector servicio tiene mayor percepción de que los costos de contratación aumentan mucho al formalizar un negocio.

Respecto a las opiniones en las que convergen los sectores destacan tres aspectos. Primero, independientemente del sector económico los sectores consideran que, si los impuestos fueran menores, muchos micronegocios se formalizarían. Segundo, los sectores coinciden -en la magnitud de opinión- que la informalidad es parte de la cultura. Tercero, la opinión en los sectores es balanceada respecto a que una empresa pequeña no se ve afectada en nada por no estar registrada formalmente, es decir, la mitad de los micronegocios independientemente de su sector identifica dificultades al operar en la informalidad.

GRÁFICO 70

Incentivos a la informalidad según actividad, saldos de opinión



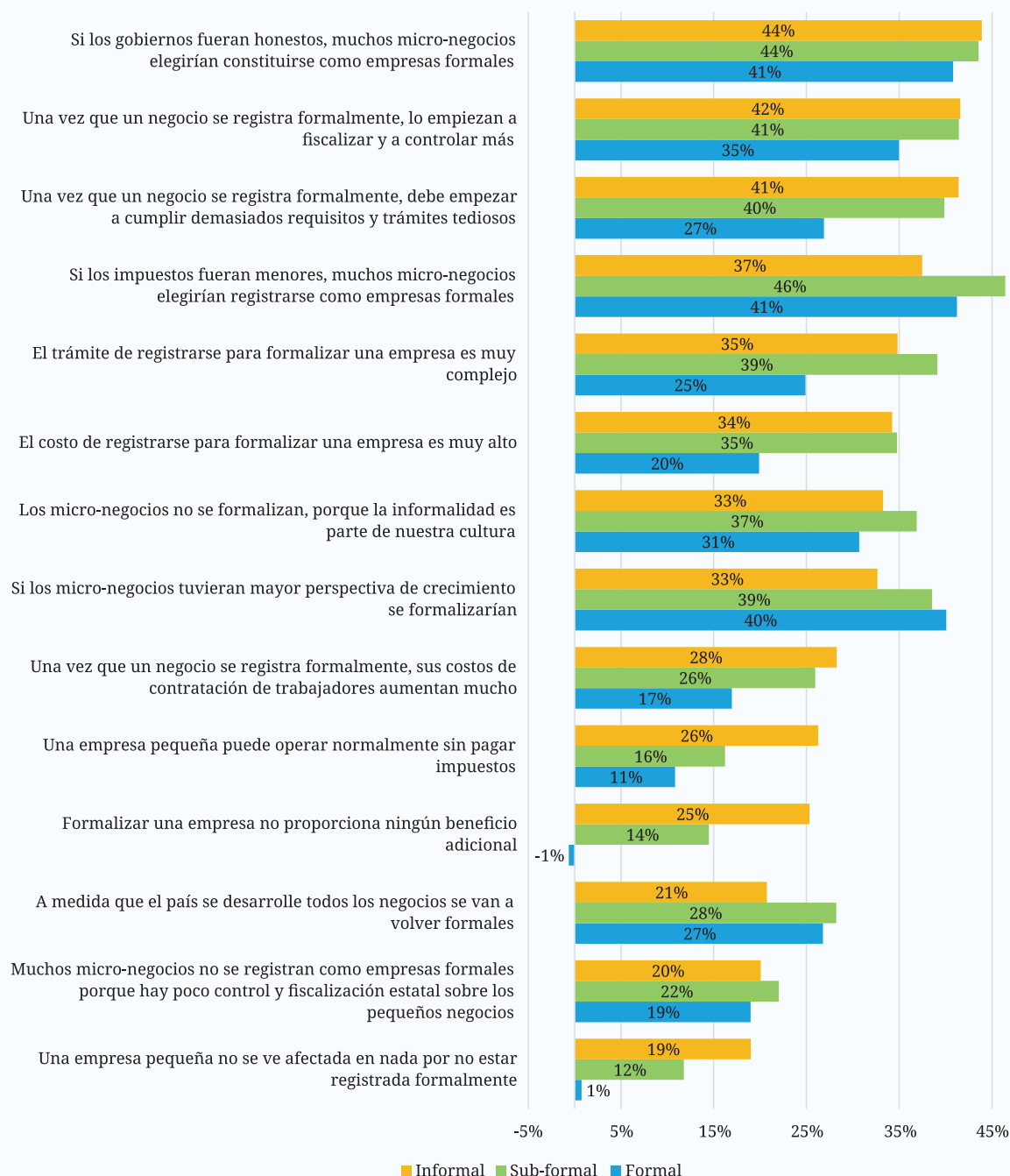
Respecto a los incentivos a la informalidad según el nivel de formalidad de las empresas, el gráfico 71 indica que los incentivos en los que coinciden los micronegocios, independiente de su condición de formalidad, es decir, los aspectos con menores diferencias de opinión son principalmente dos. Primero, los micronegocios informales, sub-formales, y formales, coinciden que, si los gobiernos fueran honestos, muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales. Segundo, independientemente del nivel de formalidad, los micronegocios coinciden que muchos micronegocios no se registran como empresas formales porque hay poco control y fiscalización estatal sobre los pequeños negocios.

Por otro lado, los saldos de opinión que tienen mayor diferencia, se pueden clasificar en cuatro aspectos. Primero, la diferencia más grande entre opiniones es respecto a los beneficios de formalizarse, y los bajos riesgos de afectación que podría tener una empresa por no formalizarse. Según incrementa el nivel de formalidad, incrementa la percepción de beneficios, y aumenta la percepción de riesgos de ser informal; sin embargo, el sector formal, de manera agregada, muestra tener una opinión neutral respecto a los beneficios de formalizarse, es decir, el sector que realmente está experimentando ser un negocio formal no identifica beneficios tangibles de tal condición. Segundo, a medida que disminuye el nivel de formalidad, incrementa la percepción de que una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos. Por ello, el saldo de opinión del sector formal es positivo en 11%, mientras que en el sector informal, las opiniones positivas superan a las negativas en 26% respecto a operar con normalidad sin pagar impuestos.

Tercero, la percepción del alto costo de formalizarse, la complejidad del proceso, y la tramitología que implica formalizarse se incrementan entre menor sea el nivel de formalidad. Concretamente se tiene que, entre menor sea el nivel de formalidad, mayor es la percepción de que el costo de registrarse para formalizar una empresa es muy alto, y que una vez que un negocio se registra formalmente, debe empezar a cumplir demasiados requisitos y trámites tediosos. Sin embargo, el sector que tiene mayor percepción de que el trámite de registrarse para formalizar una empresa es muy complejo es el sector que está transitando hacia la formalidad, es decir, el sector sub-formal. Por ello, entre más informal, más se considera que el costo de formalizarse es alto, mientras que cuando se está en un nivel intermedio hacia la formalidad el tema del costo pasa a segundo plano y es más bien la complejidad del trámite lo que prevalece, seguramente porque se experimentó que no era tanto el precio como la dificultad de observar los requisitos.

GRÁFICO 71

Incentivos a la informalidad según nivel de formalidad, saldos de opinión



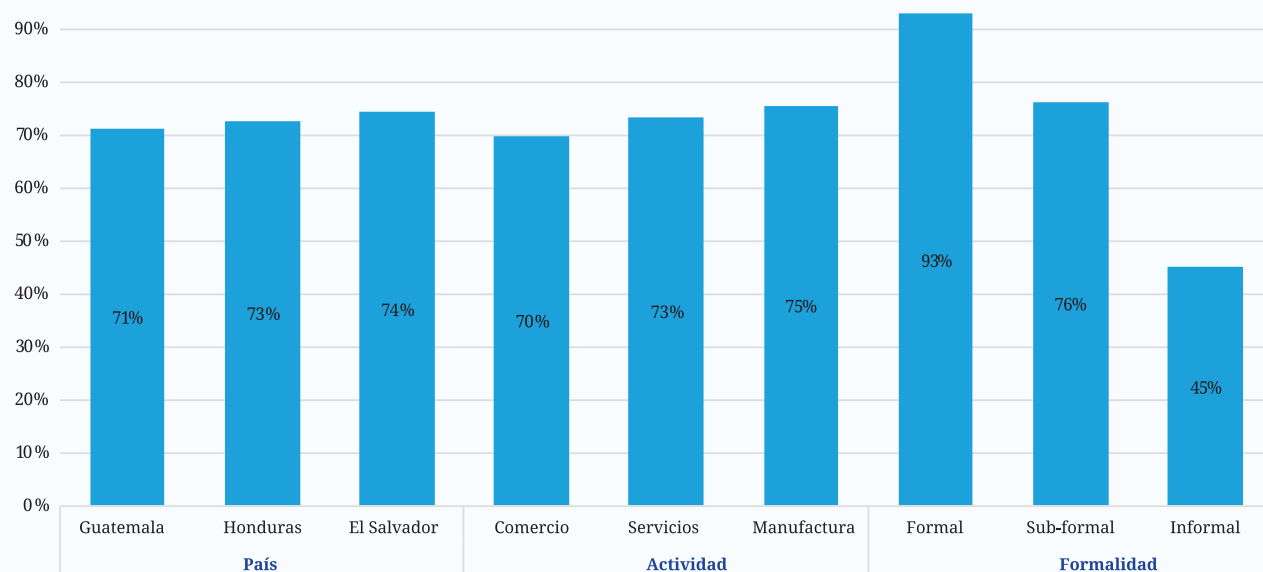
► 3.2 PERCEPCIÓN DE VENTAJAS PARA REGISTRARSE COMO NEGOCIO FORMAL

En el gráfico 72 se presenta el porcentaje de negocios que perciben ventajoso operar como empresa formal para los tres dominios de análisis. Sin embargo, los resultados únicamente son estadísticamente significativos para el dominio de formalidad, es decir, que entre países y sectores económicos no se identifican diferencias relevantes.

Respecto a la formalidad, se tiene que ante mayor sea el nivel de formalidad, mayor es el porcentaje de negocios que identifican como ventajoso operar en la formalidad. Por ejemplo, el 45% de los micronegocios informales consideran que es ventajoso operar en la formalidad, mientras que el 76% de los negocios que han iniciado el tránsito a la formalidad consideran que es ventajoso (sector sub-formal), y finalmente el 93% de los negocios formales lo consideran como una situación ventajosa.

GRÁFICO 72

Negocios que perciben como ventajoso operar como empresa formal según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes

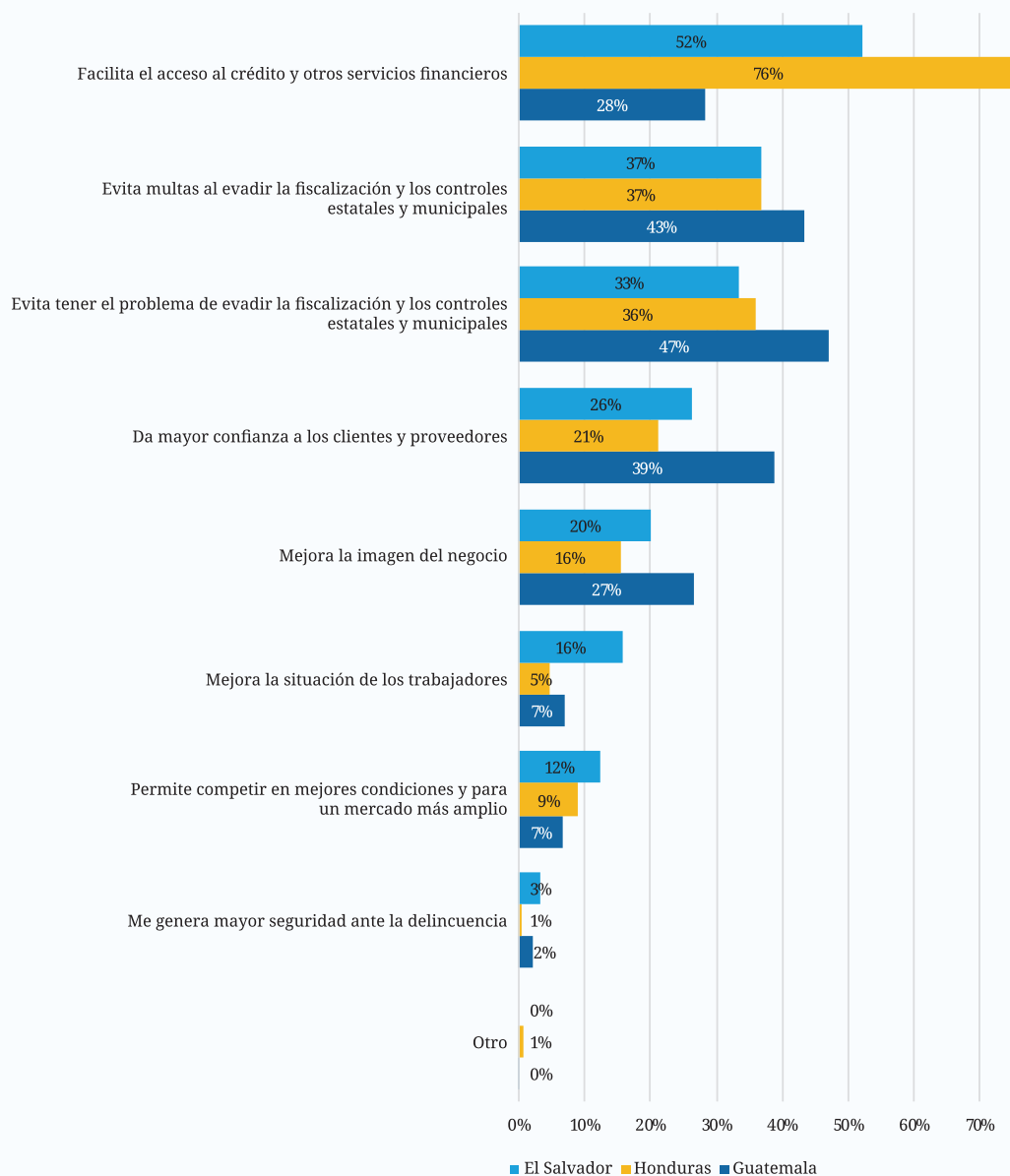


Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo es estadísticamente significativo al 5% el correspondiente al dominio de formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico y país.

En el gráfico 73, se presentan las respuestas ponderadas sobre percepción de ventajas de la formalidad según país, dado que en la Encuesta se consultaron las 3 principales ventajas que los dueños de los negocios percibían. En general, los tres países coinciden en que evitar multas y fiscalización es una de las tres principales ventajas de formalizar el negocio. En Honduras, las tres principales ventajas de la formalidad son acceso al crédito (76%), evitar multas (37%), y evitar problemas de fiscalización (36%). El Salvador tiene un resultado muy similar a Honduras, donde la principal ventaja es el acceso a crédito (52%), y evitar problemas de multas y fiscalización (27% y 33% respectivamente). Por otro lado, para Guatemala la principal ventaja es evitar la fiscalización (47%), evitar multas (43%), y darle mayor confianza a los clientes y proveedores (39%).

GRÁFICO 73

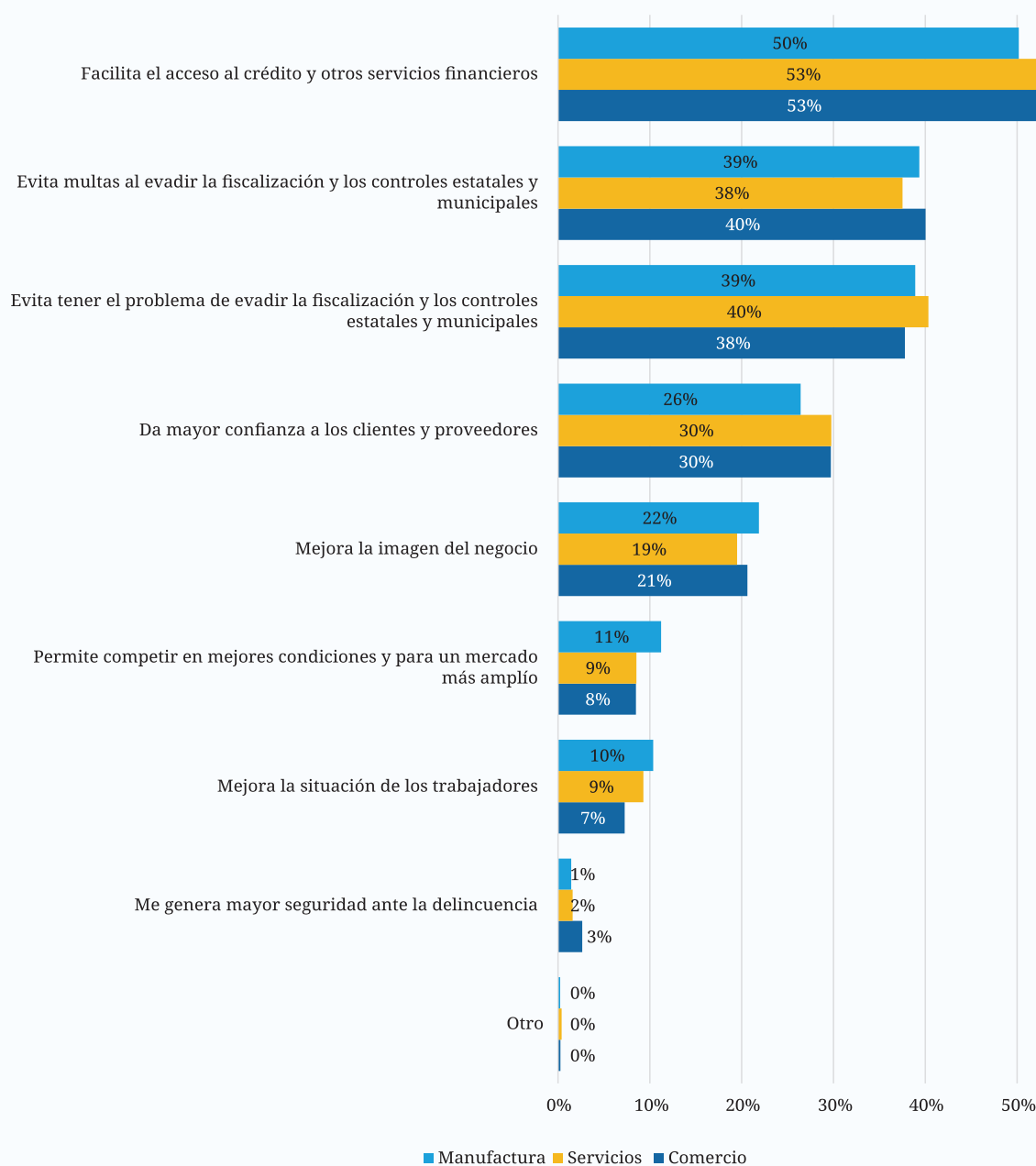
Percepción de ventajas de la formalidad según país, respuestas ponderadas



A nivel de actividad económica, la percepción de ventajas de la formalidad es similar entre sectores (gráfica 74), siendo las tres principales el acceso al crédito, y evitar multas y fiscalización. Independiente del sector económico, las opciones con menor ponderación, es decir, las que no se identifican como ventajas de la formalidad son seguridad ante la delincuencia, mejorar la condición de los trabajadores, y participar en un mercado más amplio. Por tanto, las ventajas de formalizarse se identifican únicamente con aspectos de inspección y financieros.

GRÁFICO 74

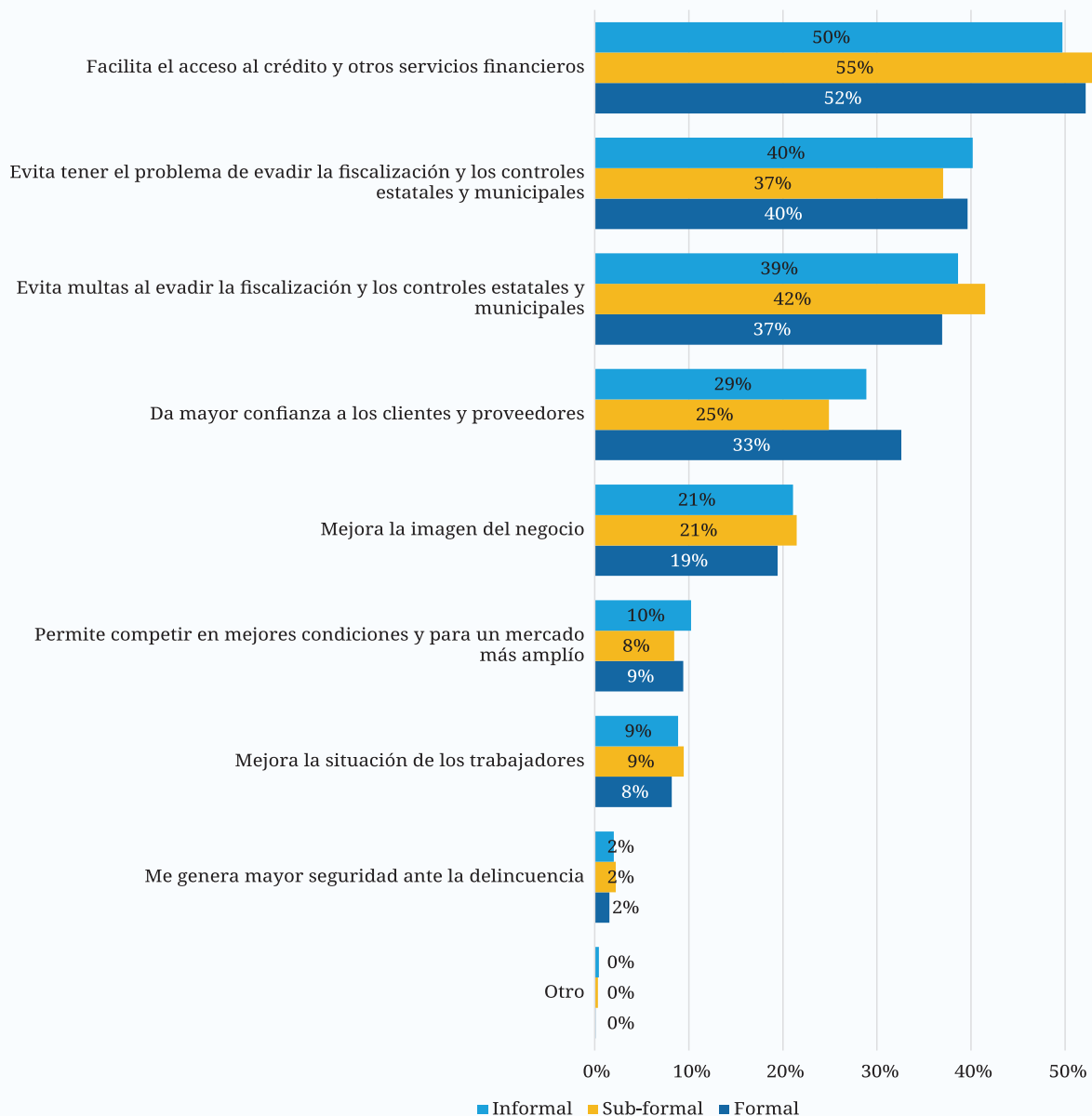
Percepción de ventajas de la formalidad según actividad, respuestas ponderadas



Finalmente, respecto al dominio de la formalidad, el gráfico 75 muestra que las ventajas que se identifican por formalizar un negocio son independientes al nivel de formalidad del micronegocio. Los únicos aspectos que tienen diferencias en magnitud, aunque de manera limitada, son que el sector formal percibe en mayor medida que los otros sectores la ventaja de generar confianza de los clientes y los proveedores al formalizarse, mientras que el sector informal percibe en mayor magnitud la ventaja de evitar fiscalización gracias a formalizar el negocio.

GRÁFICO 75

Percepción de ventajas de la formalidad según nivel de formalidad, respuestas ponderadas



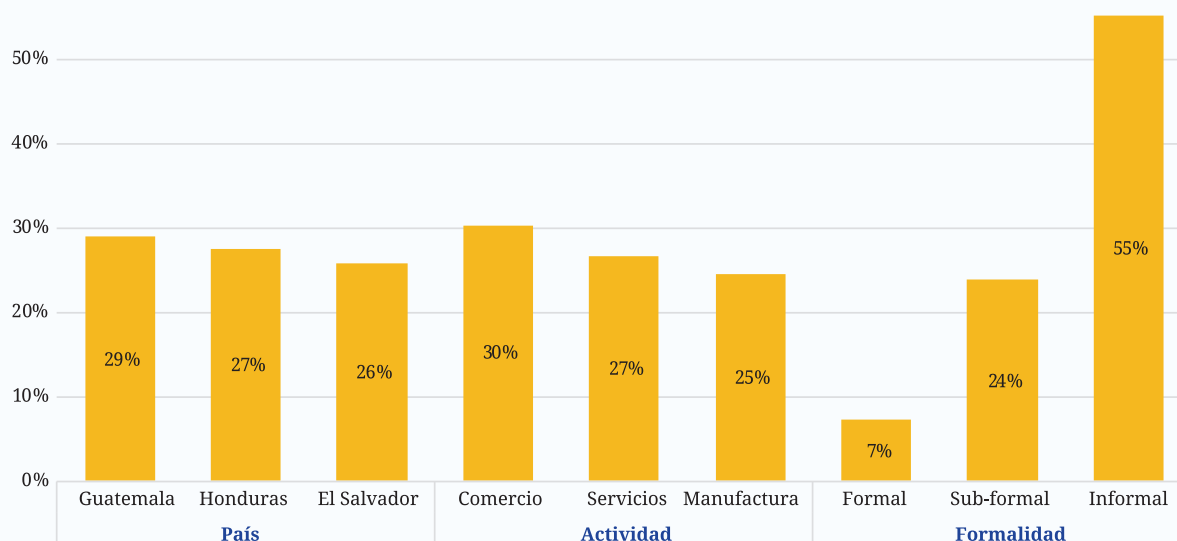
► 3.3 PERCEPCIÓN DE DESVENTAJAS PARA REGISTRARSE COMO NEGOCIO FORMAL

En este apartado, se analiza cómo son percibidas y valoradas las posibles desventajas que conlleva la decisión de registrarse como negocio formal, lo cual motivaría la decisión de muchos micronegocios de mantenerse como informales. Esta información se cruza con la respuesta a la pregunta de si percibe más ventajoso encontrarse registrado como empresa formal o ser informal.

El gráfico 76 muestra el porcentaje de negocios que perciben como desventaja operar como empresa formal según los tres dominios. Sin embargo, los datos son estadísticamente significativos únicamente para el dominio de formalidad. En este dominio se identifica que, mientras menor sea el nivel de formalidad, mayor es el porcentaje de micronegocios que consideran como desventaja operar de manera formal. Es decir, los negocios operan en su condición según su percepción de ventaja de formalizarse, por lo cual existe un análisis por parte de los micronegocios, y una decisión acorde a su interpretación.

GRÁFICO 76

Negocios que perciben como desventajoso operar como empresa formal según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



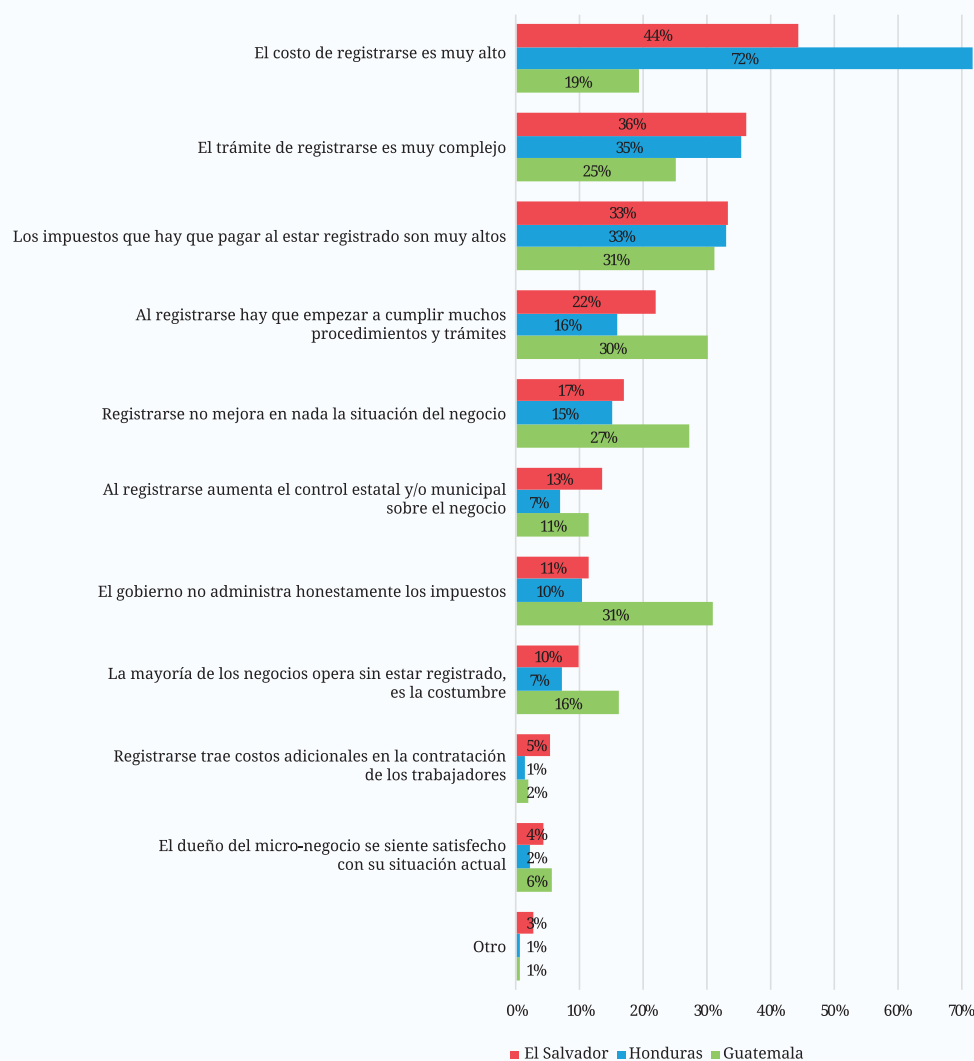
Nota: De los cruces de variables que se presentan en este gráfico, solo es estadísticamente significativo al 5% el correspondiente al dominio de formalidad (el valor p de la prueba es igual a 0 a tres dígitos), no así en el dominio de sector económico y país.

En el gráfico 77 se muestran las respuestas ponderadas respecto a las tres principales desventajas de la formalización según país. La principal desventaja para formalizarse en Honduras es que el costo de registrarse es muy alto (representando el 72%), mientras que Guatemala y El Salvador tienen mayor dispersión en las desventajas, abarcando más opciones con porcentajes similares. Por ejemplo, para El Salvador las tres desventajas principales son: el costo de registro es muy alto (44%), la complejidad del trámite para registrarse (36%), y que los impuestos al estar registrado son muy elevados (33%).

Por otro lado, para Guatemala la complejidad de la tramitología para registrarse, y después de estar registrados, así como la percepción de que el gobierno no es honesto con la administración tributaria, tienen la misma ponderación respecto a las principales desventajas de formalizarse (30%). Guatemala abarca con un porcentaje similar otras desventajas, por ejemplo, no se percibe mejora en la situación del negocio al formalizarse (30%). Es decir, los micronegocios en Guatemala toman en cuenta las obligaciones iniciales y posteriores al registro de una empresa, y analizan costo-beneficio sobre este proceso.

GRÁFICO 77

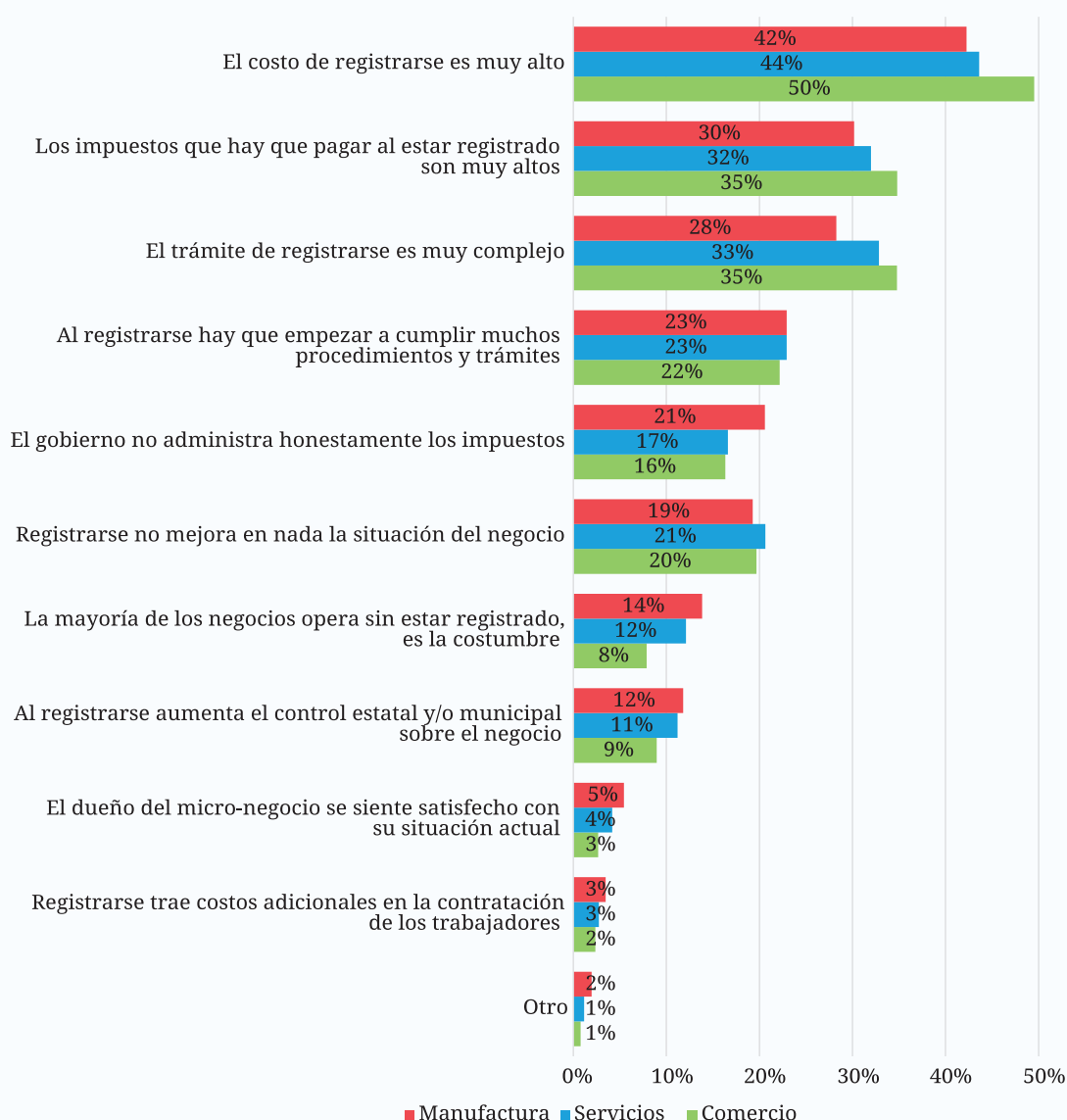
Percepción de desventajas de la formalidad según país, respuestas ponderadas



En el gráfico 78 se presentan las desventajas de formalizarse según la actividad del micronegocio. A pesar de que los sectores de manera agregada priorizan las mismas desventajas de formalizarse – costo, trámites e impuestos – pueden destacarse ciertas diferencias en las magnitudes. Primero, el sector comercio pondera mayor importancia a las desventajas relacionadas con el costo y la tramitología para registrarse, así como los impuestos que deben pagarse posterior al registro. Segundo, el sector manufactura pondera mayor que los otros sectores, factores relacionados a que el gobierno no administra los impuestos de manera honesta, y que es la costumbre operar de manera informal. Tercero, el sector servicio considera en mayor medida que los otros sectores que, registrarse no mejora en nada la situación del negocio.

GRÁFICO 78

Percepción de desventajas de la formalidad según actividad, respuestas ponderadas

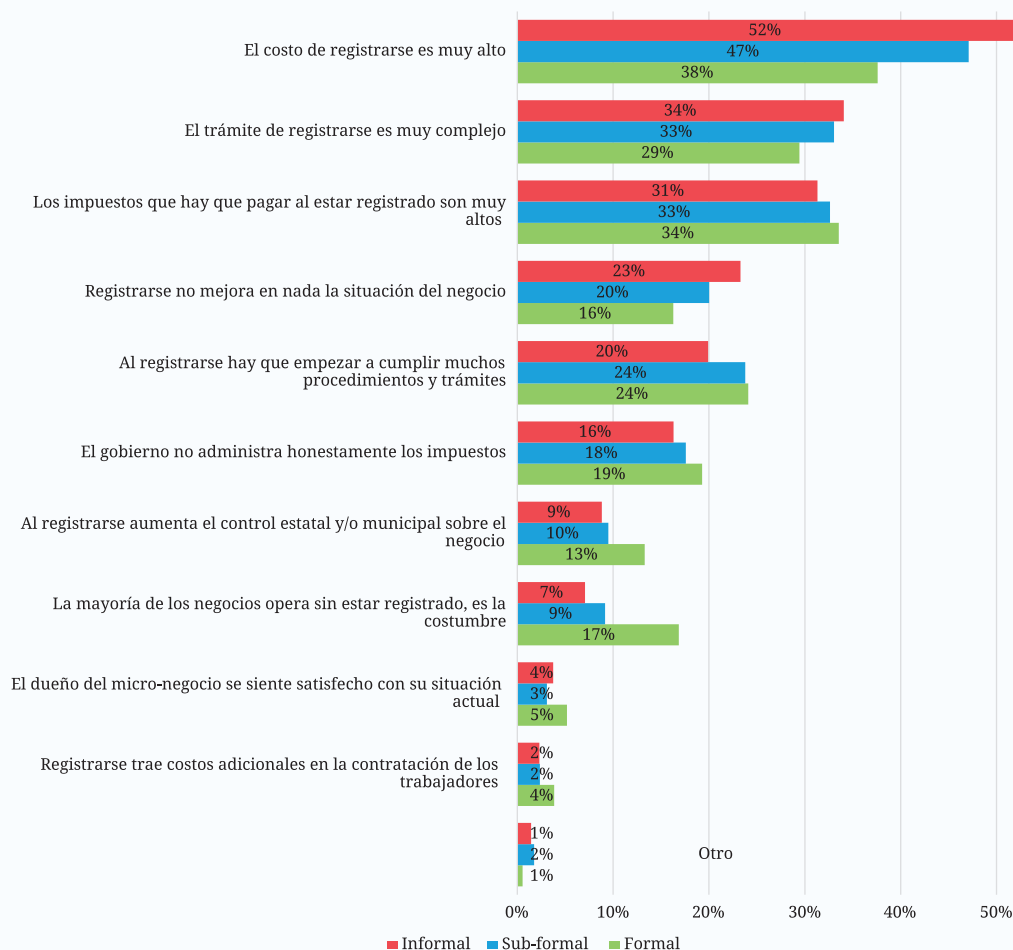


En el gráfico 79 se presentan las respuestas ponderadas según las desventajas de formalizarse respecto al nivel de formalidad de los micronegocios. Primero, se identifica que, a menor nivel de formalidad, mayor se considera el costo del registro, y la complejidad de la tramitología. En otras palabras, los micronegocios que han realizado efectivamente todo el proceso, no consideran que esto sea una desventaja, dado que su opinión se basa en experiencia y no en percepción. Segundo, mientras mayor es el nivel de formalidad, mayor es la percepción de desventaja de estar formalizado respecto al pago de impuestos posterior al registro. Nuevamente, se refuerza que los micronegocios formales opinan con base a la experiencia, donde tienen que enfrentar en sus operaciones el pago de impuesto, mientras que para los micronegocios informales este factor no toma tanta relevancia ya que no lo están enfrentando.

Tercero, destacan otras diferencias entre los sectores, aunque estas no sean las desventajas principales que se señalan. Los micronegocios formales opinan en mayor medida (17%) que es costumbre que los micronegocios operen sin registro, al compararlo con los micronegocios informales (7%). Por otro lado, los micronegocios formales consideran en mayor medida la desventaja de que al registrar el negocio, se incurre en mayor control estatal o municipal. Entre los aspectos menos mencionados, independiente del nivel de formalidad destaca que los micronegocios no consideran que el aumento en los costos de contratación sea una de las principales desventajas al formalizarse, tampoco consideran que los dueños de los micronegocios están satisfechos con la situación del negocio y por eso no se registran.

GRÁFICO 79

Percepción de desventajas de la formalidad según nivel de formalidad, respuestas



► 3.4 TRANSICIÓN DE LA INFORMALIDAD HACIA LA FORMALIDAD

En esta sección, se realiza un análisis de cruce de información entre los tipos de registros y los que se encuentran en proceso para cada tipo de registro. Concretamente, se presentan los resultados acerca de cuánto tiempo les llevó en promedio a los micronegocios formales y a los sub-formales transitar a través de los distintos registros. Para los negocios informales, se presenta un análisis de disposición a formalizarse si: le cubren los costos de transacción, si le exoneran impuestos por un año y si le exoneran impuestos por dos años.

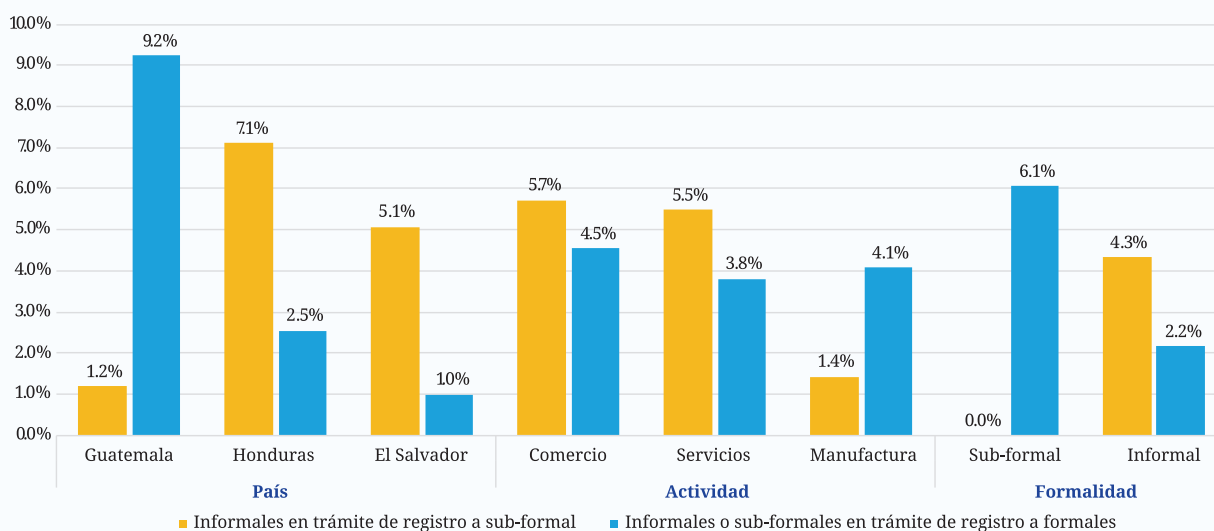
El gráfico 80 muestra la transición a la formalidad que están experimentando los países del norte de Centroamérica, aunque no se tiene información para determinar el ritmo o la velocidad en la que esta transición se está experimentando o si está estancada por algún obstáculo en los países. Respecto al dominio país, Guatemala tiene el porcentaje más alto (9%) de micronegocios sub-formales o informales que están haciendo trámites para formalizarse, mientras que Honduras este porcentaje disminuye a un porcentaje del 2.5% y en El Salvador prácticamente nulo -considerando el error muestral. Sin embargo, Guatemala es el país con porcentaje más bajo de micronegocios informales transitando a la sub-formalidad (1.2%), es decir, que en Guatemala los negocios están transitando a los niveles más altos de formalidad en lugar de transitar a un nivel intermedio. Mientras que en Honduras el porcentaje de micronegocios informales que están transitando hacia la sub-formalidad alcanza el 7%, y en El Salvador el 5%.

Respecto al dominio de actividad económica, el sector comercio y servicio tienen similar comportamiento entre sí, priorizando los micronegocios informales que transitan a la sub-formalidad (aproximadamente 5.5%), mientras que el sector manufactura se diferencia por tener un menor porcentaje de micronegocios informales que están transitando hacia la sub-formalidad (1.4%), priorizando la transición directamente a la formalidad (4%).

Finalmente, en el dominio de la formalidad destaca que solo el 6% de los micronegocios sub-formales están tramitando los registros necesarios para ser una empresa formal. Por parte de los micronegocios informales, existe mayor porcentaje (4%) de micronegocios que están registrándose para ser sub-formales que micronegocios informales que tramitan directamente para ser formales. Por tanto, se puede corroborar que la formalidad no es un problema dicotómico entre ser o no formal, sino que los micronegocios transitan hacia un punto medio de sub-formalidad previo a formalizarse plenamente.

GRÁFICO 80

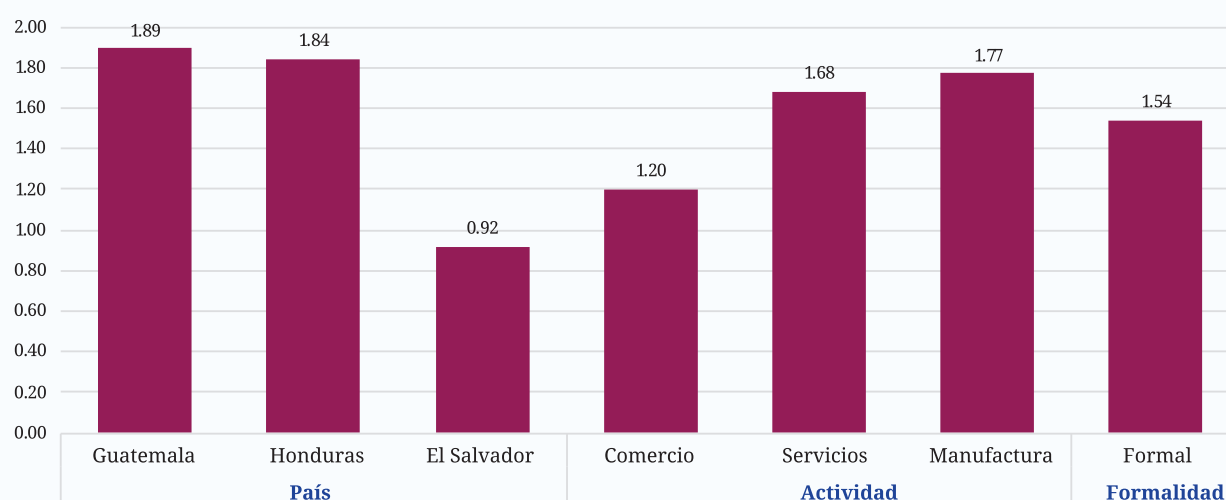
Micronegocios en trámite de registro según país, actividad y nivel de formalidad, porcentajes



El gráfico 81 muestra los años que en promedio operaron los micronegocios formales sin registros, es decir, el tiempo que operaron como informales o sub-formales. El Salvador es el país con menor tiempo de operación sin registro, con un promedio de 11 meses, mientras que en Guatemala y Honduras, los micronegocios formales operaron sin registros aproximadamente un año y 10 meses antes de formalizarse. A nivel económico, los micronegocios formales del sector comercio tienen el menor promedio de años de operación sin registro previo a formalizarse (1.2 años), mientras que los micronegocios del sector servicio tardaron en promedio un año y 8 meses para formalizarse, y en el sector manufactura un año y 9 meses. En promedio, los datos de la Encuesta muestran que los micronegocios formales tardaron un año y 6 meses en formalizarse.

GRÁFICO 81

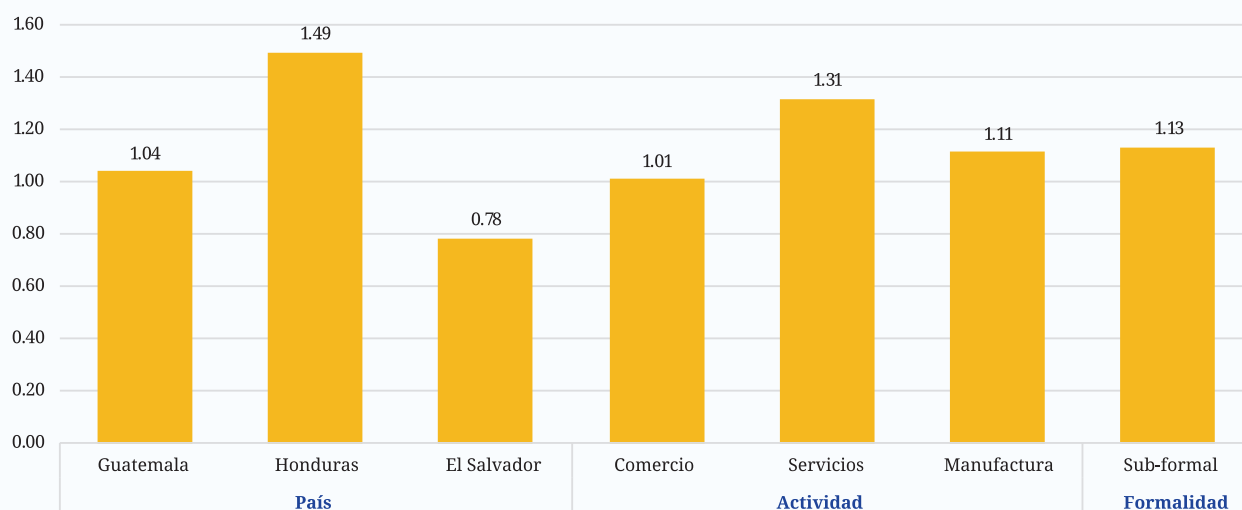
Años promedio operando sin registro según país y actividad, empresas formales



En el gráfico 82 se muestran los años promedio que los micronegocios sub-formales operaron sin registro. A nivel país, El Salvador nuevamente es el país con menor tiempo sin registro, con un promedio de 9 meses, menor al tiempo que presentan los micronegocios formales. Mientras que, en Guatemala y Honduras, la situación de los sub-formales es muy similar a los formales, donde operaron aproximadamente un año y 10 meses antes de iniciar el tránsito a la formalidad. A nivel económico, se mantiene la misma tendencia del sector formal para el sector comercio, donde los sub-formales de este sector han sido los que operaron menor tiempo (1 año) sin registro al compararlo con los otros sectores. Por parte del sector servicios, los micronegocios sub-formales operaron sin registro 1.3 años, mientras que en el sector manufactura 1.1 años. En general, los micronegocios sub-formales operaron sin registro alguno por un año y 2 meses, es decir, con tiempo menor de lo que operaron los micronegocios formales sin registros (un año y 6 meses) antes de formalizarse.

GRÁFICO 82

Años promedio operando sin registro según país y actividad, empresas sub-formales



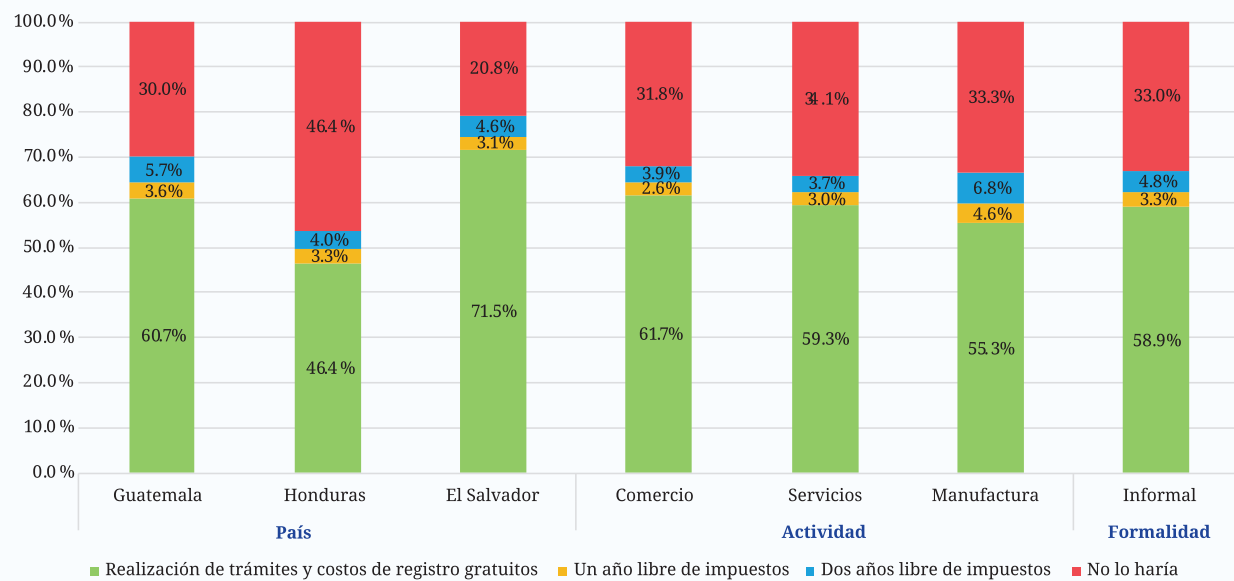
El gráfico 83 muestra un análisis de disposición a formalizarse por parte de los micronegocios informales, básicamente indica los escenarios en los que estarían dispuestos a formalizarse los negocios. En Honduras, el 46% de los micronegocios informales no está dispuesto a formalizarse bajo ningún escenario -ni aunque se les brindaran dos años libres de impuestos-. En Guatemala, el porcentaje de micronegocios que no está dispuesto a formalizarse disminuye a 30%, y El Salvador a 21%.

Por otro lado, los micronegocios informales en Honduras que estarían dispuestos a formalizarse si se les cubrieran los costos de transacción, tienen el mismo porcentaje que aquellos micronegocios que no se formalizarían bajo ningún escenario (46%). Es decir, a la mitad de micronegocios en Honduras no hace falta ofrecerles más incentivos tributarios tales como un año o dos libres de impuestos, solo hace falta facilitar el proceso y su costo. Sin embargo, esta estrategia no funciona para la otra mitad de negocios informales, que no se formalizarían bajo ningún incentivo tributario. En Guatemala, el porcentaje de negocios informales dispuestos a formalizarse si se les realiza el trámite y se les cubre el costo de registro incrementa a 60%, y en El Salvador al 71%.

Respecto a la actividad económica, no se presentan mayores diferencias respecto a las condiciones requeridas para considerar la formalización del negocio. En promedio para los países del norte de Centroamérica se tiene que el 33% de los negocios informales no están dispuestos a formalizarse bajo ningún escenario, mientras que el 59% consideraría la formalización si le realizaran la tramitología necesaria y cubrieran el costo asociado al proceso.

GRÁFICO 83

Condiciones requeridas para considerar la formalización del negocio según país y actividad, empresas informales



4. Anexos

► 4.1 ANEXO A: FICHA METODOLÓGICA

► 4.1.1 OBJETIVOS Y COBERTURA TEMÁTICA DE LA ENCUESTA

► 4.1.1.1 OBJETIVOS

La EMINTCA -2019 persigue recopilar información primaria acerca de las características de las unidades de negocios informales en el Triángulo Norte de Centroamérica, acerca de sus diferencias con los negocios formales de similar tamaño y rubro de actividad, así como de los incentivos y causas que estarían explicando su carácter informal. La información primaria que brindará la Encuesta deberá permitir el logro de los objetivos de investigación que se señalan a continuación.

Objetivos:

1. Describir en forma detallada las características de los micronegocios del triángulo norte de Centroamérica en términos de su composición, antigüedad, capital humano, fuentes de financiamiento, políticas de personal, planificación estratégica, estrategias de comercialización, innovación y participación en las cadenas de suministros.
2. Establecer diferencias entre el comportamiento empresarial de los micronegocios formales e informales del Triángulo Norte de Centroamérica
3. Identificar los factores que llevan a los negocios informales a permanecer como tales en lugar de constituirse en empresas formales.
4. Brindar la fundamentación empírica para elaborar estrategias que promuevan la formalización de los negocios informales en Guatemala, Honduras y El Salvador.

► 4.1.1.2 COBERTURA TEMÁTICA

La cobertura temática de la ENITNCA-2019 se define teniendo en cuenta el marco conceptual anterior, abarcando los siguientes aspectos:

- I. Características generales del negocio y del dueño del negocio
 - o Rubro del negocio
 - o Antigüedad del negocio
 - o Número de empleados habituales
 - o Número de empleados temporales
 - o Tipo de local donde opera
 - o Características socio-demográficas del dueño
- II. Características específicas de operación y manejo del negocio
 - o Planificación Estratégica
 - o Características organizacionales y de manejo de los recursos humanos
 - o Acceso al financiamiento
 - o Estrategias de marketing
 - o Cadena de suministros
 - o Estrategias de innovación

- III. Motivaciones para formalizar un negocio o para mantenerlo en la informalidad
- o Conocimiento de procedimiento de formalización
 - o Explicaciones de por qué muchos negocios informales no se convierten en formales
 - o Ventajas que reconocen en la formalización
 - o Desventajas que reconocen en formalizarse
 - o Ranking de principales razones para no formalizarse

► 4.1.2 PRINCIPALES INDICADORES OBTENIDOS

La Encuesta principalmente proporcionó indicadores de frecuencias relativas (proporciones) a partir de respuestas a preguntas de opinión formuladas en Escala Likert con cinco alternativas. Tales alternativas corresponden a dos valoraciones favorables con distinto grado de intensidad (muy favorable y medianamente favorable), dos valoraciones desfavorables o en contra (muy desfavorable y medianamente desfavorable) y una valoración neutral (indiferente).

Para algunas variables también se obtuvieron balances de respuestas o saldos de opinión, los cuales se construyen como la suma ponderada de las valoraciones positivas o favorables, menos la suma ponderada de las valoraciones negativas o desfavorables. Donde las valoraciones muy positivas ponderan el doble de las que son solamente positivas, mientras que las valoraciones muy negativas también ponderan el doble de las que solo son negativas. Las respuestas neutrales en tanto, son consideradas nulas en la construcción de dichos saldos de respuestas.

En el Anexo B, se presenta un resumen más detallado de cómo se construyen, tanto las frecuencias relativas, como los balances de opinión o saldos de respuesta.

► 4.1.3 UNIDAD DE OBSERVACIÓN, UNIDAD DE INFORMACIÓN Y POBLACIÓN OBJETIVO

La unidad de observación de la Encuesta es el micronegocio. Se entenderá como tal, a cualquier negocio con establecimiento comercial o de servicios con local fijo, con al menos 2 y no más de 10 trabajadores permanentes, incluyendo al dueño del negocio. Se entiende además que un micronegocio es una entidad económica autónoma, destinada a la producción de bienes o servicios, con capacidad para adoptar decisiones en el manejo de sus recursos financieros, y para asignar y administrar los recursos de su actividad empresarial. Para los propósitos de este estudio se consideran micronegocios, tanto a las unidades de negocios formales, como a las unidades de negocios informales. Nótese que de acuerdo a la definición anterior los elementos que identifican a la unidad de observación de la Encuesta son los siguientes:

- (i) Ser un establecimiento comercial o de servicios que oferta y demanda en el mercado
- (ii) Contar con un local o ubicación física permanente
- (iii) Operar con un número de entre 2 y 10 trabajadores.

A continuación, se explica la justificación de estos tres elementos definatorios. El primer elemento implica que no se consideran micronegocios, a los hogares-productores que no comercializan habitualmente sus bienes y servicios en el mercado, sino que se encuentran dedicados exclusivamente a las actividades de subsistencia. El argumento que sustenta este requisito, es que tales entidades económicas desarrollan su actividad productora de manera aislada, sin una interacción mercantil activa con otros agentes del mercado. Pero, además, este requisito establece que el estudio se delimita solamente a los micronegocios comerciales y de servicios, los cuales participan de manera activa en el mercado.

El segundo elemento indica que no serán consideradas como micronegocios a los vendedores ambulantes, ni tampoco a los trabajadores por cuenta propia que trabajan con empleados o colaboradores, pero que no cuentan con algún local u oficina establecidos en donde comercialicen bienes o presten sus servicios. El argumento que sustenta este punto, es que el estudio tiene el objetivo de identificar las motivaciones de los negocios informales para permanecer en la informalidad, en comparación con un grupo de control que ya se ha formalizado. De modo que no es pertinente incorporar el estudio a los vendedores ambulantes ya que no son comparables con los micro-

empresarios formalizados. A su vez, para que una entidad de negocios sea considerada empresa, debe contar con un nivel mínimo de organización e infraestructura propia, que la defina institucionalmente como unidad comercial o de servicios. Este requisito es un punto clave, además, para que la entidad pueda constituirse legalmente como empresa.

Con respecto al tercer punto. El límite superior de 10 trabajadores es un umbral estándar definitorio de las microempresas. En cuanto al límite inferior de un mínimo de 2 trabajadores, este umbral se justifica porque se quieren explicar factores de comportamiento empresarial para la formalización de micronegocios informales. Entonces, no se debería considerar empresas a personas naturales o trabajadores por cuenta propia que desempeñan actividades económicas sin un solo empleado. Otro argumento clave para justificar tal límite inferior es que se pretende hacer la comparación con empresas formales ya establecidas, cuya composición en términos de porcentaje de trabajadores por cuenta propia es mucho menor. Es decir, que este límite inferior de empleados es necesario para que los grupos de tratamiento y de control sean comparables.

En cuanto a la definición de formalidad. Para los propósitos de este estudio se considerarán tres niveles de formalidad:

- Negocio informal: establecimiento comercial que opera sin ningún tipo de registro empresarial, pero que cumple con las tres características definitorias ya mencionadas para la unidad estadística o de observación del presente estudio.
- Negocio sub-formal: establecimiento comercial que opera solo con un permiso municipal obtenido en la alcaldía, pero que no está constituido formalmente como empresa ni se encuentra registrado como tal en la entidad fiscal recaudadora de impuestos.
- Negocio formal: empresa legalmente constituida, que opera con registro en la entidad fiscal recaudadora de impuestos.

Para la identificación de la unidad de negocios, suele generarse, además, una confusión común entre la empresa y el establecimiento. Ello se debe a que una misma empresa puede tener varios establecimientos o varias filiales. Sin embargo, en el caso de los micronegocios estos suelen operar comúnmente en un solo establecimiento comercial. A pesar de ello, para evitar confusiones durante el levantamiento de la encuesta, no se considerarán unidades de negocios separadas a dos establecimientos comerciales que pertenezcan a un mismo dueño.

La unidad de información de la Encuesta es el dueño del negocio, o en su defecto, otra persona con la autoridad y responsabilidad suficiente para informar adecuadamente sobre la empresa, como, por ejemplo: un socio, el administrador o principal encargado del negocio, o el asistente directo del dueño o del administrador del negocio. En el caso de las filiales o establecimientos de las empresas ubicadas en distintas localidades del país, la unidad de información es el gerente de la filial o del establecimiento, o en su defecto, otra persona con la autoridad y responsabilidad suficiente para informar adecuadamente sobre los planes estratégicos y el desempeño de la filial o del establecimiento. No son informantes válidos de la empresa, los vendedores, vigilantes, secretarías, cuidadores, choferes y otros empleados o subordinados, que, por su posición en la organización, carecen de la facultad para brindar información adecuada sobre el desempeño estratégico del micronegocio y sobre las motivaciones que tienen estas entidades económicas para no transitar hacia la constitución de empresas formales.

La población objetivo de la Encuesta son todos los micro negocios del Triángulo Norte de Centroamérica, ubicados en las conurbaciones de San Salvador, Tegucigalpa y Ciudad Guatemala.

► 4.1.4 DEFINICIÓN DE LOS DOMINIOS DE ANÁLISIS Y DE LOS ESTRATOS DE MUESTREO

La Encuesta permitirá obtener resultados representativos de la población en los siguientes dominios de análisis: conglomerados geográficos, niveles de formalidad y sector de actividad. En cada dominio de análisis, la muestra se define por conglomerados geográficos y por estratos analíticos, para los cuales se esperan diferencias relevantes, tanto en los resultados, como en la variabilidad de las respuestas. La estratificación de la muestra permite asimismo obtener una selección mejor balanceada y más representativa de la población.

► 4.1.4.1 DOMINIO DE LOS CONGLOMERADOS GEOGRÁFICOS

Para seleccionar la muestra se definen tres conglomerados geográficos: (i) el área metropolitana de San Salvador, (ii) el área metropolitana de Tegucigalpa y Comayagüela y (iii) Ciudad Guatemala. Para los tres conglomerados se define una participación igual en la muestra.

► 4.1.4.2 DOMINIO DE LOS ESTRATOS ANALÍTICOS

En el dominio de formalidad-informalidad se tendrán tres estratos correspondientes a los tres niveles de formalidad ya mencionados, los cuales tendrán igual participación en la muestra: micronegocios formales, micronegocios sub-formales y micronegocios informales. Con respecto a la estratificación por sectores económicos, se definen también tres estratos con igual participación en la muestra: sector comercio, servicios y pequeños productores manufactureros que comercializan ellos mismos sus productos y que ya sea efectiva o potencialmente corresponden al ámbito de los negocios de las cámaras de comercio. El sector comercio incluye las actividades de compra-venta de bienes (comercio al por menor, al por mayor, bares, restaurantes y hoteles). El sector servicios incluye las actividades de servicios profesionales, servicios de reparación, servicios de belleza, servicios de salud y educación y otros servicios personales. Mientras que el sector de pequeños productores manufactureros corresponde a aquellos negocios que comercializan directamente aquellos productos manufactureros que ellos mismos elaboran, como, por ejemplo: tortillerías, sastrerías, artesanías, panaderías, heladerías, etcétera.

► 4.1.5 MARCO DE MUESTREO

Para la realización del estudio no se dispone de un marco de muestreo de lista. Es decir, no se dispone de un directorio o una lista de micronegocios formales e informales de comercio y servicios para los conglomerados geográficos de interés. Una alternativa sería la formulación de un marco de muestreo de área, tal como suele realizarse en las encuestas de hogares. Sin embargo, los micronegocios no se encuentran distribuidos de manera homogénea por área geográfica urbana, sino que suelen aglomerarse más en algunas zonas y se encuentran más dispersos en otras. Por ello, en la práctica se carece de un marco de muestreo para seleccionar la muestra.

Ante tal disyuntiva se propone una estrategia de determinar el tamaño de la muestra bajo el supuesto de que la población es infinita. Asimismo, para seleccionar la muestra se propone una estrategia de barrido geográfico, en donde la empresa encuestadora va directamente a las áreas urbanas de alta concentración de micronegocios en los tres conglomerados y elige al azar a cual entrevistar.

► 4.1.6 DEFINICIÓN DEL TAMAÑO Y LA ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se define por un procedimiento estratificado por afijación simple que se describe a continuación. Primero se calcula el tamaño de la muestra total mediante la fórmula de muestreo aleatorio para muestra infinita indicado a continuación en la ecuación (1).

$$(1) \quad n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 s^2}{e^2}$$

En donde n es el tamaño de la muestra global, $Z_{\alpha/2}$ es el valor crítico de una variable aleatoria normal estandarizada para un nivel de confianza $1-\alpha$, s^2 es la varianza de las respuestas, mientras que e es el máximo error permitido para los estimadores de interés. Debido a que los indicadores de interés son proporciones, entonces, para el cálculo de (1) se adopta la varianza máxima de un proceso Bernulli, la cual es igual a 0.25. Para la muestra global se adopta además un nivel de confianza de 95% y un error máximo permitido de 2,8%. Con ello, el cálculo de la muestra global se reduce a lo siguiente:

$$(2) \quad n = \frac{(1.96)^2 (0.25)}{0.028^2} = 1,225$$

El tamaño de muestra resultante se aproxima al entero más cercano que sea múltiplo de 12. Ello con el objeto de que la muestra sea divisible en partes iguales tanto entre los tres conglomerados como entre los pares de estratos en cada dominio analítico. Con ello, se define finalmente una muestra global de 1224 micronegocios, con lo que el error máximo permitido global no se aleja en forma importante del objetivo predefinido:

$$(3) \quad e = \frac{Z_{\alpha/2} S}{\sqrt{n}} = \frac{(1.96)(0.5)}{\sqrt{1224}} = 0.02801$$

En una segunda etapa se distribuye la muestra de forma igualitaria entre los conglomerados y estratos por afijación simple. Como consecuencia de ello la muestra queda distribuida tal como se muestra en la Tabla 1 a continuación. Sin embargo, al recolectar los datos, la muestra efectiva fue mayor, alcanzando 1,426 encuestas; la Tabla 2 muestra como se distribuye la muestra efectiva.

TABLA 1

Muestra prevista en la Metodología

	Guatemala			Honduras			El Salvador			Total
	Formal	Sub-Formal	Informal	Formal	Sub-Formal	Informal	Formal	Sub-Formal	Informal	
Comercio	46	46	46	46	46	46	46	46	46	414
Servicio	46	46	46	46	46	46	46	46	46	414
Micro - Manufactura	46	46	46	46	46	46	46	46	46	414
	414			414			414			1242
	Formal	Sub-Formal	Informal							
	414	414	414							

TABLA 2

Muestra lograda efectiva

	Guatemala			Honduras			El Salvador			Total
	Formal	Sub-Formal	Informal	Formal	Sub-Formal	Informal	Formal	Sub-Formal	Informal	
Comercio	76	51	67	57	78	66	40	70	42	547
Servicio	61	44	47	45	52	48	43	47	51	438
Micro - Manufactura	42	39	55	44	68	41	61	46	45	441
	482			499			445			1426
	Formal	Sub-Formal	Informal							
	469	495	462							

Finalmente, en la Tabla 3 se presentan los máximos errores permitidos de la muestra seleccionada en la metodología. Sin embargo, en la práctica, se recolectó un número mayor de encuestas, lo que permitió que los errores permitidos disminuyeran su valor. La Tabla 3 indica el comparativo entre el valor previsto y el efectivo.

TABLA 3

Márgenes de error para indicadores de proporción

	Muestra prevista	Muestra efectiva
País Guatemala	4.8%	4.5%
Honduras	4.8%	4.4%
El Salvador	4.8%	4.6%
Sector Comercio	4.8%	4.2%
Servicio	4.8%	4.7%
Micro - Manufactura	4.8%	4.7%
Nivel de formalidad		
Formal	4.8%	4.5%
Sub-Formal	4.8%	4.4%
Informal	4.8%	4.6%

► 4.1.7 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Tal como se indicó anteriormente un problema que presenta la selección de la muestra en este estudio es que no se dispone de un marco de muestreo ni de lista ni de área. De modo que para seleccionar la muestra se propone una estrategia de barrido geográfico en las áreas urbanas de alta concentración de micronegocios en los tres conglomerados. Tales en las áreas urbanas de alta concentración de micronegocios suelen ser los mercados, las zona central de las ciudades, los centros comerciales y las principales calles y avenidas en donde se ubican gran cantidad de tiendas, oficinas, centros de servicios, restaurantes, bares y hoteles.

Durante el trabajo de campo la empresa encuestadora debe ir directamente a tales áreas urbanas de concentración de micronegocios y elegir al azar a cual entrevistar.

► 4.1.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se llevará a cabo a través de entrevistas cara a cara, directamente en los establecimientos comerciales de los micronegocios. Se utilizará un cuestionario único en el cual se formulan las mismas preguntas tanto a las unidades formales como a las informales. Ello para hacer posible la posterior comparación. El instrumento para la recolección de datos es un cuestionario que contiene 50 preguntas y está estructurado en consistencia con los objetivos de la Encuesta y la cobertura temática definida anteriormente.

► 4.2 ANEXO B: FRECUENCIAS RELATIVAS Y BALANCES DE RESPUESTA, UN RESUMEN

► 4.2.1 FRECUENCIAS RELATIVAS

Las frecuencias relativas poblacionales para cada variable j se denotan como: $f_1^j, f_2^j, f_3^j, f_4^j$ y f_5^j . Donde los subíndices $i = 1, 2, 3, 4, 5$ corresponden a las valoraciones: muy negativa, negativa, neutral, positiva y muy positiva, respectivamente. Los estimadores muestrales de los parámetros anteriores se denotan respectivamente del siguiente modo: $f_1^j, f_2^j, f_3^j, f_4^j$ y f_5^j .

La frecuencia relativa poblacional para la alternativa i de la variable j se define como:

$$(1) \quad f_i^j = \frac{1}{N} \sum_{k=1}^N I_{ki}^j$$

Donde N es el tamaño de la población e I_{ki}^j es una variable indicadora que vale uno cuando la respuesta de la observación k , es favorable a la alternativa i , y vale cero en cualquier otro caso. Idénticamente, la frecuencia relativa poblacional se puede definir también conforme la proporción:

$$(1') \quad f_i^j = \frac{N_i}{N}$$

Donde N_i son las valoraciones favorables hacia la alternativa i dentro de la población. Bajo condiciones de igual probabilidad de selección de las unidades de muestreo, el estimador muestral del parámetro anterior se calcula simplemente del siguiente modo:

$$(2) \quad f_{ki}^j = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n I_{ki}^j = \frac{n_i}{n}$$

Donde ahora, n y n_i son respectivamente, el tamaño de la muestra y el número de respuestas favorables a la alternativa i , colectados en la muestra para la variable j .

► 4.2.2 BALANCES DE RESPUESTAS

El indicador poblacional de Balance o Saldo de Respuestas para la variable j se define del tal como se indica a continuación:

$$(3) \quad B_j = (f_{++}^j + 0.5f_{+}^j) - (f_{-}^j - 0.5f_{-}^j)$$

Las cinco alternativas de respuestas de la escala Likert se codifican como: 1, ½, 0, -½ y -1, en donde 1 corresponde a la alternativa más favorable y -1 a la más desfavorable. Bajo condiciones de igual probabilidad de selección de las unidades de muestreo, el estimador muestral del indicador anterior es el promedio simple de las alternativas de respuestas obtenidas en la Encuesta.¹

$$(4) \quad B_j = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^N x_{ij}$$

Donde x_{ij} es el valor de la respuesta de la observación i para la variable j .

► 4.3 ANEXO C: LA PRUEBA DE INDEPENDENCIA CHI CUADRADO, UN RESUMEN

Es una prueba de gran utilidad práctica, para contrastar si dos variables categóricas se comportan de manera independiente, o si están asociadas entre sí.

Sean x e y , dos variables aleatorias categóricas que contienen respectivamente, h y k niveles exhaustivos y mutuamente excluyentes. A partir de una muestra aleatoria simple de tamaño N , se clasifican las observaciones en una Tabla de Contingencia según las frecuencias relativas de las categorías de x e y . Si las variables indicadas son independientes, entonces por definición, su probabilidad conjunta será igual al producto de sus probabilidades marginales. Por ende, en términos de la muestra, deberíamos observar también que la frecuencia relativa conjunta n_{ij} sea muy similar al producto de las frecuencias relativas marginales: $(n_{i.}n_{.j})$, para todo i, j .

Definimos n^* como la frecuencia teórica conjunta, correspondiente al caso en que las dos variables son independientes. Es decir: $n^* = (n_{i.}n_{.j})$. Entonces, la hipótesis nula de independencia entre las variables aleatorias x e y , se puede contrastar a través del siguiente estadístico Chi Cuadrado:

$$(1) \quad \chi^2_{(h-1)(k-1)} = \sum_{i=1}^h \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij}^* - n_{ij}^2)}{n_{ij}^*}$$

La hipótesis nula es que ambas variables son independientes, mientras que la alternativa es que existe asociación entre ambas variables categóricas, es decir: no son independientes.

1. Es el equivalente a $B_j = (f_{++}^j + 0.5f_+^j) - (f_{-}^j - 0.5f_-^j)$

► 4.4 ANEXO D: PRUEBA ANOVA DE UN FACTOR, UN RESUMEN

Sea x una variable métrica que toma distintos valores al interior de una población. Por ejemplo, una población de empresas como en el caso de los análisis realizados en este informe. Supongamos que de acuerdo a cierta variable categórica A (que llamaremos el factor A), podemos subdividir a la población total de empresas en I subgrupos o sub-poblaciones. Ejemplos: según el factor formalidad podemos dividir a las empresas en dos subgrupos: formales e informales; según el factor tamaño, podemos sub dividir a las empresas en micro, pequeñas, medianas y grandes, etc. La variable x tomará entonces valores susceptibles de ser identificados en los subgrupos demarcados por el factor A , del siguiente modo: x_1 será la variable que identifica a los valores que toma x en el subgrupo 1, x_2 será la variable que identifica a los valores que toma x en el sub-grupo 2 y así sucesivamente hasta x_I . En la jerga de ANOVA, se dice que x al ser sub agrupada por el factor, es sometida a I tratamientos.

El Análisis de Varianza (ANOVA) consiste en contrastar si x es homogénea entre las distintas sub poblaciones o tratamientos que demarca el factor A . Para ver si esto es así, se contrasta la hipótesis nula de que las medias de x en las I sub-poblaciones son iguales: $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_I$, frente a la hipótesis alternativa de que existen medias distintas. Este contraste de homogeneidad equivale a determinar si la heterogeneidad de los valores observados de x está determinada prevalentemente por la heterogeneidad entre los grupos que delimita el factor A (heterogeneidad de las medias de los subgrupos), o por una heterogeneidad meramente aleatoria. Si la varianza de x entre los subgrupos es significativamente mayor que la varianza dentro de los grupos (esta última se considera aleatoria), entonces, la heterogeneidad de x se explicaría prevalentemente por el factor A . En caso contrario, el factor no sería determinante para explicar la variabilidad de x , al ser tan irrelevante como la variabilidad meramente aleatorias.

Para la implementación del contraste ANOVA se define la siguiente descomposición de la varianza:

$$(1) \quad \underbrace{\sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x})^2}_{S_T} = \underbrace{\sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^{n_i} (\bar{x}_i - \bar{x})^2}_{S_E} + \underbrace{\sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}_{S_I}$$

Donde x_{ij} denota el valor que toma x en la empresa j del grupo i ; $\bar{x}$ es la media muestral de x ; $\bar{x}_i$ es la media muestral de x en el grupo i y n_i es el número de empresas del subgrupo i . S_T se conoce como la suma total de cuadrados, S_E es la suma de cuadrados entre grupos (es la variabilidad entre los grupos) y S_I es la suma de cuadrados intra-grupos (variabilidad aleatoria dentro de los grupos).

Bajo el supuesto de que las observaciones siguen un proceso Gaussiano, la siguiente razón sigue una distribución de Fisher-Snedecor, que permite contrastar la hipótesis nula indicada arriba:

$$(2) \quad \frac{\frac{\sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^{n_i} (\bar{x}_i - \bar{x})^2}{I-1}}{\frac{\sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^{n_i} (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}{N-I}} \sim F_{I-1, N-I}$$

► 4.5 ANEXO F: CUESTIONARIOS DE LA ENCUESTA

► 4.5.1 CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE EL SALVADOR

Buenos días (tardes, noches). Mi nombre es _____ trabajo para la empresa encuestadora Research & Planning y estoy realizando una Encuesta dirigida a micro negocios de comercio y servicios. El objetivo de la Encuesta recabar información para entender cómo funcionan en la práctica los micro negocios y cuáles son los factores que impiden que algunos de estos negocios se consoliden y crezcan como empresas formalmente constituidas. Quisiera por favor solicitarle una entrevista que solo le tomará entre 20 y 30 minutos. La información que nos brinde será manejada con estricta reserva y confidencialidad y solo será usada por la Organización Internacional del Trabajo para promover el desarrollo de los micronegocios

PREGUNTAS QUE DEBERÁN SER RESPONDIDAS POR EL ENTREVISTADOR

1e	Folio o número de encuesta	
2e	Fecha de la entrevista	
3e	Nombre del negocio o establecimiento comercial	
4e	Dirección del establecimiento donde está ubicado el negocio	
5e	Tipo de local donde está ubicado el negocio	1. Centro comercial 2. Mercado 3. Local en una casa 4. Local en edificio 5. Cochera o garaje 6. Quiosco o Chalet en la calle 7. Otros, especifique:
6e	¿El local cuenta con un rótulo exterior que lo identifique?	1. Sí 2. No
7e	Tipo de actividad que realiza el negocio	1. Comercio al detalle 2. Bar o restaurante 3. Servicio técnico o de reparación 4. Servicio de belleza o peluquería 5. Servicios de alojamiento 6. Servicios profesionales 7. Panadería 8. Tortillería 9. Artesanía 10. Sastrería o costurería 11. Otro (especifique) _____
8e	Sexo del entrevistado	1. Hombre 2. Mujer
9e	Rango de edad aproximado del entrevistado	1. Joven (menor de 30) 2. Adulto (entre 31 y 45) 3. Maduro (46 y 60) 4. Mayor (mayor de 60)

PREGUNTA FILTRO PARA DESCARTAR EMPRESAS QUE NO SEAN Micronegocios

1. Incluyendo al dueño o dueña, ¿Cuántas personas trabajan de manera permanente y habitual en este negocio?

(Terminar la Entrevista en el caso de que en el negocio trabaje habitualmente solamente una persona o más de 10 personas)

SECCIÓN I: DATOS GENERALES DEL DUEÑO Y DEL NEGOCIO

2. ¿Cuál es su cargo o puesto en este negocio?

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|-------------------------------------|
| 1 | Propietario o dueño del negocio | 2 | Socio del dueño o copropietario del negocio | 3 | Encargado de administrar el negocio |
| 4 | Asistente del dueño o del encargado de administrar el negocio | 5 | Otro, Especifique _____ | | |

3. ¿Este negocio tiene un solo dueño o es de varios socios?

- | | | | | | |
|---|---------------|---|------------------------|---|-------|
| 1 | Un solo dueño | 2 | Varios dueños o socios | 3 | NS/NR |
|---|---------------|---|------------------------|---|-------|

Si responde 2, consultar: ¿Los socios son familiares?

- | | | | |
|---|----|---|----|
| 1 | Si | 2 | No |
|---|----|---|----|

4. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿es hombre o mujer?
(Preguntar solo en caso de que el entrevistado no sea el dueño o la dueña del negocio, si no, debe marcar directamente la respuesta sin formular la pregunta).

- | | | | |
|---|--------|---|-------|
| 1 | Hombre | 2 | Mujer |
|---|--------|---|-------|

4.1 De qué país y departamento es la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

País: _____ Departamento: _____

5. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿cuántos años tiene aproximadamente?

(Si el entrevistado es el dueño o la dueña del negocio pregunte directamente: ¿Me podría decir cuál es su edad?

5.1. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene hijos?

- | | | | |
|---|----|---|----|
| 1 | Si | 2 | No |
|---|----|---|----|

Si responde "sí": Cuántos? ____

¿De qué rangos de edad (puede marcar varios)?

- | | | | | | |
|---|---------------------|---|---------------------------|---|---------------------|
| 1 | 0-5 Cuántos? ____ | 2 | 6-10 Cuántos? ____ | 3 | 11-15 Cuántos? ____ |
| 4 | 16-17 Cuántos? ____ | 5 | ¿Mayor a 18 Cuántos? ____ | | |

5.2. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene familiares que dependan directamente de su cuidado especial (postrados, ancianos, con discapacidad, entre otros)?

- | | | | |
|---|----|---|----|
| 1 | Si | 2 | No |
|---|----|---|----|

Si responde "sí": Cuántos? ____

6. ¿Cuál es el máximo nivel de educación alcanzado por la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

- | | | | | | |
|---|----------------------------------|---|-------------------|---|------------------------------------|
| 1 | No completó la primaria | 2 | Primaria completa | 3 | Secundaria o bachillerato completo |
| 4 | Universitaria o técnica superior | 5 | Postgrado | | |

- | | | | | | |
|---|----------------------------------|---|-------------------|---|------------------------------------|
| 1 | No completó la primaria | 2 | Primaria completa | 3 | Secundaria o bachillerato completo |
| 4 | Universitaria o técnica superior | 5 | Postgrado | | |

7. ¿Cuánto tiempo tiene de operar este negocio?

Años _____ Meses _____

8. Este negocio, ¿siempre ha operado en el mismo local o se ha cambiado de local alguna vez o varias veces?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1 | Ha operado siempre en el mismo local |
| 2 | Se ha cambiado de local una vez |
| 3 | Se cambiado de local varias veces |

9. ¿Desde que empezó este negocio se ha dedicado siempre a la misma actividad o antes se dedicaba a vender otros bienes o servicios?

- | | |
|---|---|
| 1 | Se ha dedicado siempre a la misma actividad |
| 2 | Anteriormente se dedicaba a vender otros bienes o servicios |
| 3 | No sabe |

SECCIÓN II: CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

Motivaciones que impulsaron la creación del negocio

A continuación, voy a mencionarle varias razones que podrían explicar por qué el dueño o dueña de este negocio se vio motivado a emprender cuando lo fundó. Quisiera pedirle que por favor me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	No había trabajo y había que buscar cómo generar ingresos de algún modo	1	2	3	4	5	99
2	Se gana muy poco como asalariado y un negocio genera mejores ingresos	1	2	3	4	5	99
3	Quería emprender un negocio independiente para no tener jefes	1	2	3	4	5	99
4	Porque el dueño del negocio es de familia de negociantes y entonces siguió con la tradición familiar	1	2	3	4	5	99
5	Siempre quiso tener un negocio propio para progresar en la vida y cuando vio una oportunidad la aprovechó	1	2	3	4	5	99
6	Porque siempre ha querido tener dinero y la única manera de lograrlo es con un negocio	1	2	3	4	5	99
7	Porque estudió para eso ya que se graduó de una carrera técnica o profesional, en negocios o en administración	1	2	3	4	5	99
8.	Porque no tiene estudios	1	2	3	4	5	99
9	Porque le da flexibilidad de tiempo	1	2	3	4	5	99
10	Porque le permite cuidar hijos/familiares	1	2	3	4	5	99
11	Porque me discriminaron al buscar empleo	1	2	3	4	5	99

10.1 Si en el ítem 10 responde “De acuerdo” o “Muy de acuerdo”: Cuál fue el motivo puntual de la discriminación?

1	Mujer	2	Adulto mayor
3	Discapacidad	4	Por su identidad sexual
5	Vive en territorio peligroso	6	Otros:___

Planificación estratégica

11. Entre los aspectos que le voy a indicar a continuación, por favor indique, ¿Qué tan probable cree usted que el negocio se expanda en cada uno de ellos durante los próximos 5 años? (Mostrar tarjeta N°2 con la escala Likert de probabilidades)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Fuerte aumento de las ventas actuales en el mismo local	1	2	3	4	5	99
2	Apertura de un nuevo local comercial del mismo rubro del negocio	1	2	3	4	5	99
3	Apertura de un nuevo local comercial en otro rubro de negocios	1	2	3	4	5	99
4	Ampliación del local existente y contratación de más trabajadores	1	2	3	4	5	99
5	Empezar a vender nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99
6	Empezar a venderle a clientes grandes dentro del país	1	2	3	4	5	99
7	Empezar a exportar	1	2	3	4	5	99

12. A continuación, voy a mencionarle varias afirmaciones y quisiera pedirle que me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de ellas. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de las autoridades	1	2	3	4	5	99
2	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño, porque así se corren menos riesgos de sanciones y multas del gobierno	1	2	3	4	5	99
3	Si el negocio sigue funcionando tal como está, estaremos muy satisfechos	1	2	3	4	5	99
4	No hay condiciones buenas para que los negocios pequeños puedan crecer	1	2	3	4	5	99
5	Aunque quisiéramos invertir en el negocio, no podemos acceder a financiamiento para poder invertir	1	2	3	4	5	99
6	Este negocio se convertirá algún día en una empresa grande	1	2	3	4	5	99
7	Un negocio pequeño no puede competir en el sector formal	1	2	3	4	5	99
8	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de la delincuencia	1	2	3	4	5	99
9	Este negocio me permite tener tiempo para cuidar a mis hijos o familiares	1	2	3	4	5	99

13. En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para protegerse de la delincuencia?

- 1 Si 2 No 3 NS/NR

14. En la operación de este negocio, ¿Cuál es la relación con su negocio y otros micronegocios cercanos?

- 1 Coordinación 2 Rivalidades 3 Ninguno 4 Otros

15. En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para acordar precios de venta y oferta de productos o servicios diferentes?

- 1 Si 2 No 3 NS/NR

Características organizacionales y de manejo de los recursos humanos

16. ¿Se ha capacitado usted ya sea a través de estudios, cursos de capacitación o por su cuenta, en el desarrollo de habilidades para el manejo de su personal y de su negocio? (Mostrar tarjeta N°3)

- 1 Sí, me he capacitado a través de mis estudios formales
2 Sí, me he capacitado a través de cursos de capacitación
3 Sí, me he capacitado por mi cuenta
4 No, no me he capacitado

17. ¿Estaría usted interesado en capacitarse en el desarrollo de habilidades para el manejo del personal y del negocio?

- 1 Si 2 No 3 NS/NR

18. De las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántos son profesionales universitarios o técnicos superiores?
Hombres ____ Mujeres ____

19. De las personas que trabajan en este negocio y que no son profesionales universitarios ni técnicos superiores, ¿cuántos completaron la educación secundaria o una carrera técnica media? Hombres ____ Mujeres ____

20. ¿Estaría usted interesado en capacitar a sus trabajadores en el desarrollo de habilidades para que sean más eficientes o cree que no lo necesitan?

- 1 Si, estaría interesado 2 No, no lo necesitan 3 NS/NR

21. ¿En este negocio ocasionalmente se emplean a trabajadores temporales?

- 1 Si 2 No (pasar a la pregunta 23)

22. ¿Cuántos empleados temporales han trabajado en promedio el último año en este negocio?
Hombres ____ Mujeres ____

23. Entre las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántas son parientes o familiares del dueño o de los dueños del negocio? Hombres ____ Mujeres ____

24. ¿Este negocio mantiene un registro formal de su contabilidad?

- 1 Si 2 No 3 NS/NR

25. ¿Cómo se llevan las cuentas habitualmente en este negocio? (Mostrar tarjeta N°4)

- 1 El dueño o encargado lleva las cuentas en un cuaderno o libreta
- 2 El dueño o encargado lleva las cuentas en una planilla Excel
- 3 El negocio cuenta con un contador o persona encargada de la contabilidad
- 4 Se contrata un contador particular o un servicio de contaduría externo
- 5 No se llevan cuentas por escrito
- 6 Otro, indique cuál: _____

26. ¿Al administrar este negocio, usted ha logrado separar las cuentas del negocio del dinero que utiliza para mantener su casa y su familia, o lo maneja todo junto en un solo paquete? (Mostrar tarjeta N°5)

- 1 Manejo cuentas separadas
- 2 Manejo todo junto
- 3 Trato de separarlas, pero a veces se me confunde lo del negocio con lo de la casa
- 4 Depende como ande el negocio, cuando anda mal lo manejo todo junto

27. En este negocio, ¿Los trabajadores reciben algún tipo de beneficio aparte de su salario? Me refiero a beneficios como seguro social, seguro de salud, seguro de cesantía, bonos por desempeño, descanso por maternidad, permisos para atender necesidades familiares u otro tipo de beneficios

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 29)

28. ¿Qué tipo de beneficio es el que reciben los trabajadores de este negocio aparte de su salario? (Mostrar tarjeta N°6, Respuesta múltiple)

- 1 Se le pagan contribuciones al Seguro Social
- 2 Se le paga un seguro de salud privado
- 3 Se le pagan contribuciones a la AFP
- 4 Se le pagan bonos por desempeño o cumplimiento de metas
- 5 Se le otorgan descuentos especiales o regalías en especie
- 6 Descanso/beneficios por maternidad
- 7 Permisos para atender familiares con necesidades de cuidado
- 8 Permisos para atender necesidades de salud propias
- 9 Flexibilidad de horario
- 10 Otro, indique cuál: _____

29. ¿El local donde opera este negocio en que condición de propiedad se encuentra? (Mostrar tarjeta N°7)

- 1 Es propiedad del dueño
- 2 El dueño lo compró, pero aún lo está pagando
- 3 Es alquilado

- 4 Es prestado por un pariente o familiar del dueño
- 5 Se le otorga en concesión al dueño
- 6 Otro, indique cuál: _____

30. Aproximadamente, ¿cuánto gasta mensualmente en servicios de seguridad? _____

30.1 Y ese monto que me indica, ¿qué porcentaje sería aproximadamente de sus costos de operación en un mes?

Acceso al financiamiento

31. Si usted quisiera invertir para expandir este negocio, ¿de donde sacaría los recursos para financiar esa inversión? (Respuesta múltiple) (Mostrar tarjeta N°8)

- 1 Recursos propios
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

32. ¿Cuándo le falta dinero para la operación habitual del negocio a quien acude para que le preste dinero? (Mostrar tarjeta N°9)

- 1 Nunca me falta dinero para la operación habitual del negocio
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

33. ¿Ha acudido alguna vez a un banco a solicitar financiamiento para este negocio?

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 36)
- 3 NS/NR

34. ¿Tuvo éxito con su solicitud? Es decir, ¿Le brindaron el crédito?

- 1 Si (pasar a la pregunta 36)
- 2 No
- 3 NS/NR

35. A continuación, voy a mostrarle una lista de posibles razones por las cuáles pudieron haberle negado el crédito. Por favor indíqueme, ¿Cuáles considera usted más importantes? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°10).

1. El negocio no posee garantías suficientes. _____
2. No lograron presentar un proyecto o plan de negocios adecuado. _____
3. No lograron completar alto número de requisitos burocráticos. _____
4. Falta de oferta de crédito dirigida al segmento de empresas pequeñas. _____
5. Falta de oferta de crédito dirigida a su segmento de actividad. _____
6. Falta de conocimiento e información para solicitar un crédito. _____
7. Le discriminaron por alguna razón (por ejemplo por ser mujer, por tener otra opción de género, persona con discapacidad, adulto mayor, extranjero, vivir en una colonia estigmatizada; entre otras) _____
8. Otro motivo (indique cuál) _____

35.1 Si se selecciona el ítem 7, consultar ¿Cuál fue la razón de la discriminación? _____

Estrategias de Marketing

36. A continuación, voy a leerle una serie de estrategias que podrían utilizarse para atraer clientes y aumentar las ventas. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, por favor indíqueme, ¿qué tan efectivas son estas estrategias para atraer clientes y aumentar sus ventas? (Mostrar tarjeta N°11)

		Total- mente inefectiva	Poco efectiva	Regular	Efectiva	Muy efectiva	Ns/Nr
1	Tener un rótulo en la entrada del local	1	2	3	4	5	99
2	Poner anuncios en un diario local	1	2	3	4	5	99
3	Poner anuncios en la radio	1	2	3	4	5	99
4	Poner anuncios en murales o paredes	1	2	3	4	5	99
5	Uso de altavoces y/o parlantes, anunciarse en la calle	1	2	3	4	5	99
6	Repartir volantes en la calle	1	2	3	4	5	99
7	Que los propios clientes se pasen la voz y hagan ellos mismos la propaganda	1	2	3	4	5	99
8	Rebajas de precios a los clientes regulares	1	2	3	4	5	99
9	Brindando un trato amable y personal a todos los clientes	1	2	3	4	5	99
10	Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera	1	2	3	4	5	99
11	Otra estrategia, indique cuál? _____	1	2	3	4	5	99

37. De las estrategias de mercadeo que le mencioné anteriormente, ¿cuáles se utilizan en este negocio? (Respuesta múltiple)

- 1 Un rótulo en la entrada del local _____
- 2 Anuncios en un diario local _____

3	Anuncios en la radio	_____
4	Anuncios en murales o paredes	_____
5	Pregonando en la calle	_____
6	Repartiendo volantes en la calle	_____
7	Los propios clientes se pasan la voz y me hacen ellos mismos la propaganda	_____
8	Rebajas de precios a los clientes regulares	_____
9	Brindando un trato amable y personal a todos los clientes	_____
10	Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera	_____
11	Otra estrategia, indique cuál? _____	_____
12	No utilizo ninguna estrategia, pues no es necesario, los clientes llegan solos	_____

Cadena de suministros

38. De la lista que le indico a continuación, por favor indíqueme, ¿cuál o cuáles corresponden al tipo de proveedores que abastecen a este negocio? (Mostrar tarjeta N°12, respuesta múltiple).

1	Vendedores ambulantes	_____
2	Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento sin dar comprobante o factura	_____
3	Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento dando comprobante o factura	_____
4	Micronegocio con local establecido que no da comprobante o factura	_____
5	Micronegocio con local establecido que da comprobante o factura	_____
6	Empresa pequeña o mediana que no da comprobante o factura	_____
7	Empresa pequeña o mediana que da comprobante o factura	_____
8	Empresa grande que no da comprobante o factura	_____
9	Empresa grande que da comprobante o factura	_____
10	Proveedor del extranjero (importación)	_____
11	Otro, indique cual? _____	_____

39. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza más habitualmente con sus proveedores? (Mostrar tarjeta N°13).

1	Dinero en efectivo al contado
2	Crédito a cierto plazo
3	Transferencia bancaria
4	Tarjeta de débito
5	Tarjeta de crédito
6	Otro, indique cuál _____

40. ¿Este negocio les vende productos a vendedores ambulantes?

- 1 Si 2 No 3 NS/NR

41. ¿Este negocio le vende productos o brinda servicios a otros negocios o empresas?

- 1 Si 2 No (pasar a la pregunta 43)

42. De la lista que le indico a continuación, por favor indíqueme, ¿Cuál o cuáles corresponden al tipo de negocios o empresas a los cuales les vende productos o servicios? (Mostrar tarjeta N°14).

- | | | |
|----|---|-------|
| 1 | Persona natural que no exige comprobante o factura | _____ |
| 2 | Persona natural que exige comprobante o factura | _____ |
| 3 | Micronegocio con local establecido que no exige comprobante o factura | _____ |
| 4 | Micronegocio con local establecido que exige comprobante o factura | _____ |
| 5 | Empresa pequeña o mediana que no exige comprobante o factura | _____ |
| 6 | Empresa pequeña o mediana que exige comprobante o factura | _____ |
| 7 | Empresa grande que no exige comprobante o factura | _____ |
| 8 | Empresa grande que exige comprobante o factura | _____ |
| 9 | Cliente del extranjero (exportación) | _____ |
| 10 | Otro, indique cual? _____ | _____ |

43. ¿Cuándo usted vende a sus clientes habituales les da comprobante o factura?

- 1 Si 2 No 3 Algunas veces

44. ¿Cuál es la forma de pago con que realiza sus ventas a otros negocios o empresas? (Mostrar tarjeta N°15)

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1 | Dinero en efectivo al contado |
| 2 | Crédito a cierto plazo |
| 3 | Transferencia bancaria |
| 4 | Tarjeta de débito |
| 5 | Tarjeta de crédito |
| 6 | Otro, indique cuál _____ |

45. ¿Cuáles de las siguientes formas de pago pueden usar sus clientes para pagarle en su negocio? (Mostrar tarjeta N°16, respuestas de opción multiple)

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1 | Dinero en efectivo al contado |
| 2 | Crédito por cuotas |
| 3 | Transferencia bancaria |

- 4 Tarjeta de débito
- 5 Tarjeta de crédito
- 6 Otro, indique cuál _____

Estrategias de emprendimiento e innovación

46. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, dígame por favor, ¿Qué tan probable es que su empresa desarrolle las iniciativas que le indicaré a continuación? (Mostrar tarjeta N°2)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Ahorrar recursos propios para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
2	Gestionar un préstamo para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
3	Asociarse con otros micronegocios para buscar alternativas de inversión conjunta	1	2	3	4	5	99
4	Abrir un nuevo negocio	1	2	3	4	5	99
5	Buscar proveedores que consigan productos más baratos	1	2	3	4	5	99
6	Buscar cómo venderle a clientes más grandes	1	2	3	4	5	99
7	Buscar tecnificar el funcionamiento del negocio	1	2	3	4	5	99
8	Desarrollar nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99

47. ¿Usted posee un celular?

- 1 Si 2 No

47.1 Si responde “Sí”: Tiene acceso a datos móviles o internet?

- 1 Si 2 No

SECCIÓN III: INCENTIVOS PARA LA INFORMALIDAD

48. ¿Conoce usted el procedimiento para realizar el registro de una empresa en.....

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	la Alcaldía?	1	2	99
2	el Registro de Comercio/ CNR?	1	2	99
3	el Seguro Social?	1	2	99
4	la Dirección de Impuestos/ Ministerio de Hacienda?	1	2	99
5	AFP	1	2	99
6	Ministerio de Trabajo	1	2	99

49. ¿Qué cree usted que es más ventajoso para un micronegocio en este país operar como empresa formal u operar como empresa informal?

- 1 Estar registrado 2 Operar sin estar registrado 99 NS/NR

50. A continuación, voy a leerle una serie de razones que podrían explicar por qué existen muchos micronegocios que no están registrados como empresas formales. Quisiera pedirle por favor, que de acuerdo con la escala que le muestro en esta tarjeta (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo), me indique por favor, qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	Si los gobiernos fueran honestos, muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
2	A medida que el país se desarrolle todos los negocios se van a volver formales	1	2	3	4	5	99
3	El costo de registrarse para formalizar una empresa es muy alto	1	2	3	4	5	99
4	El trámite de registrarse para formalizar una empresa es muy complejo	1	2	3	4	5	99
5	Si los impuestos fueran menores, muchos micronegocios elegirían registrarse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
6	Una vez que un negocio se registra formalmente, debe empezar a cumplir demasiados requisitos y trámites tediosos	1	2	3	4	5	99
7	Una vez que un negocio se registra formalmente, lo empiezan a fiscalizar y a controlar más	1	2	3	4	5	99
8	Muchos micronegocios no se registran como empresas formales porque hay poco control y fiscalización estatal sobre los pequeños negocios	1	2	3	4	5	99
9	Una empresa pequeña no se ve afectada en nada por no estar registrada formalmente	1	2	3	4	5	99
10	Una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos	1	2	3	4	5	99
11	Una vez que un negocio se registra formalmente, sus costos de contratación de trabajadores aumentan mucho	1	2	3	4	5	99
12	Formalizar una empresa no proporciona ningún beneficio adicional	1	2	3	4	5	99
13	Los micronegocios no se formalizan, porque la informalidad es parte de nuestra cultura	1	2	3	4	5	99
14	Si los micronegocios tuvieran mayor perspectiva de crecimiento se formalizarían	1	2	3	4	5	99

51. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales ventajas que según usted proporciona el estar registrado como empresa formal? Puede indicar hasta 3 ventajas, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°15).

1	Facilita el acceso al crédito y otros servicios financieros	_____
2	Evita tener el problema de evadir la fiscalización y los controles estatales y municipales	_____
3	Evita multas al evadir la fiscalización y los controles estatales y municipales	_____
4	Da mayor confianza a los clientes y proveedores	_____

- 5 Mejora la imagen del negocio _____
- 6 Mejora la situación de los trabajadores _____
- 7 Permite competir en mejores condiciones y para un mercado más amplio _____
- 8 Me genera mayor seguridad ante la delincuencia _____
- 9 Otro, indique cual _____

52. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales razones por las que muchos micronegocios eligen no operar como empresas formales? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°16).

- 1 El costo de registrarse es muy alto _____
- 2 El trámite de registrarse es muy complejo _____
- 3 Los impuestos que hay que pagar al estar registrado son muy altos _____
- 4 Registrarse no mejora en nada la situación del negocio _____
- 5 Al registrarse hay que empezar a cumplir muchos procedimientos y trámites _____
- 6 Al registrarse aumenta el control estatal y/o municipal sobre el negocio _____
- 7 La mayoría de los negocios opera sin estar registrado, es la costumbre _____
- 8 El gobierno no administra honestamente los impuestos _____
- 9 Registrarse trae costos adicionales en la contratación de los trabajadores _____
- 10 El dueño del micronegocio se siente satisfecho con su situación actual _____
- 11 Otro, indique cuál _____

53. Sus principales competidores son micro-empresas formalmente constituidas, son negocios informales o son una combinación de ambos?

- 1 Micro-empresas formales
- 2 Negocios informales
- 3 Ambos tipos de negocios (formales e informales)
- 4 NS/NR

SECCIÓN IV: REGISTROS DE LA EMPRESA

54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Alcaldía			
2	el Registro de Comercio/CNR	1	2	99
3	el Seguro Social?	1	2	99
4	la Dirección de Impuestos/Ministerio de Hacienda	1	2	99

5	AFP	1	2	99
6	Ministerio de trabajo	1	2	99

Nota:

- Formales: si en la pregunta 54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio? responde SI a opción: 4. Dirección de Impuestos.
- Sub formal: si en la pregunta 54 responde que SI únicamente a la opción 1 «alcaldía»
- Informales: si en la pregunta 54 responde que NO a la opción 1 y 4

55. ¿En cuáles de las siguientes instituciones este negocio se encuentra en proceso de trámite de registro?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Alcaldía			
2	el Registro de Comercio/CNR	1	2	99
3	el Seguro Social?	1	2	99
4	la Dirección de Impuestos/Ministerio de Hacienda	1	2	99
5	AFP	1	2	99
6	Ministerio de trabajo	1	2	99

SECCIÓN V: PREGUNTAS ESPECIALES

Solo formales

56. Antes de constituirse como micro-empresa formal, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando sin registrarse en.....?

	Institución	Años	Meses	Ns/Nr
1	La Alcaldía			99
2	La Dirección de Impuestos			99

Solo sub-formales

57. Antes de conseguir registrar este negocio en la alcaldía, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando sin dicho sin permiso?

56.a. _____ (años) y 56.b. _____ (meses)

Solo informales

58. Si a usted le ofrecieran la posibilidad de hacerle todos los trámites y cubrirle los costos de registro para formalizarle este negocio de manera totalmente gratuita, ¿usted aceptaría?

1 Si 2 No 3 NS/NR

59. Si a usted le ofrecieran que no va pagar impuestos por un año si registra este negocio como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si

2 No

3 NS/NR

60. Y si le ofrecieran dos años de exoneración de impuestos en vez de uno, con tal que se registre como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si

2 No

3 NS/NR

Todos lo entrevistados independientemente de su nivel de informalidad

61. ¿Cuánto calcula usted que son sus ventas mensuales aproximadamente, en un mes normal?
Quiero decir, en un mes en que no le fue mal pero que tampoco le fue muy bien.

\$ _____

AGRADEZCA Y TERMINE

CONTROL DE CALIDAD

Nombre encuestador: _____ Supervisor: _____

Verificador: _____ Digitador: _____

► 4.5.2 CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE GUATEMALA

Buenos días (tardes, noches). Mi nombre es _____ trabajo para la empresa encuestadora Research & Planning y estoy realizando una Encuesta dirigida a micro negocios de comercio y servicios. El objetivo de la Encuesta recabar información para entender cómo funcionan en la práctica los micro negocios y cuáles son los factores que impiden que algunos de estos negocios se consoliden y crezcan como empresas formalmente constituidas. Quisiera por favor solicitarle una entrevista que solo le tomará entre 20 y 30 minutos. La información que nos brinde será manejada con estricta reserva y confidencialidad y solo será usada por la Organización Internacional del Trabajo para promover el desarrollo de los micronegocios.

PREGUNTAS QUE DEBERÁN SER RESPONDIDAS POR EL ENTREVISTADOR

1e	Folio o número de encuesta	
2e	Fecha de la entrevista	
3e	Nombre del negocio o establecimiento comercial	
4e	Dirección del establecimiento donde está ubicado el negocio	
5e	Tipo de local donde está ubicado el negocio	1. Centro comercial 2. Mercado 3. Local en una casa 4. Local en edificio 5. Galpón o garaje 6. Quiosco o carro en la calle
6e	¿El local cuenta con un rótulo exterior que lo identifique?	1. Sí 2. No
7e	Tipo de actividad que realiza el negocio	1. Comercio al detalle 2. Bar o restaurante 3. Servicio técnico o de reparación 4. Servicio de belleza o peluquería 5. Servicios de alojamiento 6. Servicios profesionales 7. Panadería 8. Tortillería 9. Artesanía 10. Sastrería o costurería 11. Otro (especifique) _____
8e	Sexo del entrevistado	1. Hombre 2. Mujer 3. Otro
9e	Rango de edad aproximado del entrevistado	1. Joven (menor de 40) 2. Maduro (entre 40 y 60) 3. Mayor (mayor de 60)

PREGUNTA FILTRO PARA DESCARTAR EMPRESAS QUE NO SEAN Micronegocios

- Incluyendo al dueño o dueña, ¿Cuántas personas trabajan de manera permanente y habitual en este negocio?
(Terminar la Entrevista en el caso de que en el negocio trabaje habitualmente solamente una persona o más de 10 personas)

SECCIÓN I: DATOS GENERALES DEL DUEÑO Y DEL NEGOCIO

- ¿Cuál es su cargo o puesto en este negocio?

1	Propietario o dueño del negocio	2	Socio del dueño o copropietario del negocio	3	Encargado de administrar el negocio
4	Asistente del dueño o del encargado de administrar el negocio	5	Otro, Especifique _____		

3. ¿Este negocio tiene un solo dueño o es de varios socios?

- 1 Un solo dueño 2 Varios dueños o socios 3 NS/NR

4. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿es hombre o mujer?
(Preguntar solo en caso de que el entrevistado no sea el dueño o la dueña del negocio, si no, debe marcar directamente la respuesta sin formular la pregunta).

- 1 Hombre 2 Mujer

4.1 De qué país y departamento es la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

País: _____ Departamento: _____

5. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿cuántos años tiene aproximadamente?

(Si el entrevistado es el dueño o la dueña del negocio pregunte directamente: ¿Me podría decir cuál es su edad?

5.1. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene hijos?

- 1 Si 2 No

5.1.1 Si responde “sí”: Cuántos? ____

5.1.2 De qué rangos de edad (puede marcar varios)?

- | | | |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1 0-5 Cuántos? ____ | 2 6-10 Cuántos? ____ | 3 11-15 Cuántos? ____ |
| 4 16-17 Cuántos? ____ | 5 ¿Mayor a 18 Cuántos? ____ | |

5.2. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene familiares que dependan directamente de su cuidado especial (postrados, ancianos, con discapacidad, entre otros)?

- 1 Si 2 No

5.2.1 Si responde “sí”: Cuántos? ____

6. ¿Cuál es el máximo nivel de educación alcanzado por la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

- | | | |
|------------------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| 1 No completó la primaria | 2 Primaria completa | 3 Secundaria o bachillerato completo |
| 4 Universitaria o técnica superior | 5 Postgrado | |

7. ¿Cuántos años tiene de operar este negocio? _____

8. Este negocio, ¿siempre ha operado en el mismo local o se ha cambiado de local alguna vez o varias veces?

- 1 Ha operado siempre en el mismo local
2 Se ha cambiado de local una vez
3 Se cambiado de local varias veces

9. ¿Desde que empezó este negocio se ha dedicado siempre a la misma actividad o antes se dedicaba a vender otros bienes o servicios?

- 1 Se ha dedicado siempre a la misma actividad
- 2 Anteriormente se dedicaba a vender otros bienes o servicios
- 3 No sabe

SECCIÓN II: CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

Motivaciones que impulsaron la creación del negocio

10. A continuación, voy a mencionarle varias razones que podrían explicar por qué el dueño o dueña de este negocio se vio motivado a emprender cuando lo fundó. Quisiera pedirle que por favor me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	No había trabajo y había que buscar cómo generar ingresos de algún modo	1	2	3	4	5	99
2	Se gana muy poco como asalariado y un negocio genera mejores ingresos	1	2	3	4	5	99
3	Quería emprender un negocio independiente para no tener jefes	1	2	3	4	5	99
4	Porque el dueño del negocio es de familia de negociantes y entonces siguió con la tradición familiar	1	2	3	4	5	99
5	Siempre quiso tener un negocio propio para progresar en la vida y cuando vio una oportunidad la aprovechó	1	2	3	4	5	99
6	Porque siempre ha querido tener dinero y la única manera de lograrlo es con un negocio	1	2	3	4	5	99
7	Porque estudió para eso ya que se graduó de una carrera técnica o profesional, en negocios o en administración	1	2	3	4	5	99
8.	Porque no tiene estudios	1	2	3	4	5	99
9	Porque le da flexibilidad de tiempo	1	2	3	4	5	99
10	Porque le permite cuidar hijos/familiares	1	2	3	4	5	99
11	Porque me discriminaron al buscar empleo	1	2	3	4	5	99

- 10.1 Si en el ítem 11 responde “De acuerdo” o “Muy de acuerdo”: Cuál fue el motivo puntual de la discriminación?

1	Mujer	2	Adulto mayor
3	Discapacidad	4	Por su identidad sexual
5	Vive en territorio peligroso	6	Otros:___

Planificación estratégica

11. Entre los aspectos que le voy a indicar a continuación, por favor indique, ¿Qué tan probable cree usted que el negocio se expanda en cada uno de ellos durante los próximos 5 años? (Mostrar tarjeta N°2 con la escala Likert de probabilidades)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Fuerte aumento de las ventas actuales en el mismo local	1	2	3	4	5	99
2	Apertura de un nuevo local comercial del mismo rubro del negocio	1	2	3	4	5	99
3	Apertura de un nuevo local comercial en otro rubro de negocios	1	2	3	4	5	99

4	Ampliación del local existente y contratación de más trabajadores	1	2	3	4	5	99
5	Empezar a vender nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99
6	Empezar a venderle a clientes grandes dentro del país	1	2	3	4	5	99
7	Empezar a exportar	1	2	3	4	5	99

- 12.** A continuación, voy a mencionarle varias afirmaciones y quisiera pedirle que me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de ellas. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de las autoridades	1	2	3	4	5	99
2	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño, porque así se corren menos riesgos de sanciones y multas del gobierno	1	2	3	4	5	99
3	Si el negocio sigue funcionando tal como está, estaremos muy satisfechos	1	2	3	4	5	99
4	No hay condiciones buenas para que los negocios pequeños puedan crecer	1	2	3	4	5	99
5	Aunque quisiéramos invertir en el negocio, no podemos acceder a financiamiento para poder invertir	1	2	3	4	5	99
6	Este negocio se convertirá algún día en una empresa grande	1	2	3	4	5	99
7	Un negocio pequeño no puede competir en el sector formal	1	2	3	4	5	99
8	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de la delincuencia	1	2	3	4	5	99
9	Este negocio me permite tener tiempo para cuidar a mis hijos o familiares	1	2	3	4	5	99

- 13.** En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para protegerse de la delincuencia?

1	Si	2	No	3	NS/NR
---	----	---	----	---	-------

- 14.** ¿Su negocio está asociado con otros más de la misma categoría?

1	Si	2	No	3	NS/NR
---	----	---	----	---	-------

- 14.1** ¿Y cuáles son los beneficios que recibe tu negocio de esta asociación?

1	Competimos mejor unidos o en grupo
2	Nos protegemos de la delincuencia
3	Mejor representación ante instituciones de gobierno

4 Acceso al crédito

5 Otros, especifique:

15. En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para acordar precios de venta y oferta de productos o servicios diferentes?

1 Si

2 No

3 NS/NR

Características organizacionales y de manejo de los recursos humanos

16. ¿Se ha capacitado usted ya sea a través de estudios, cursos de capacitación o por su cuenta, en el desarrollo de habilidades para el manejo de su personal y de su negocio? (Mostrar tarjeta N°3)

1 Sí, me he capacitado a través de mis estudios formales

2 Sí, me he capacitado a través de cursos de capacitación

3 Sí, me he capacitado por mi cuenta

4 No, no me he capacitado

17. ¿Estaría usted interesado en capacitarse en el desarrollo de habilidades para el manejo del personal y del negocio?

1 Si

2 No

3 NS/NR

18. De las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántos son profesionales universitarios o técnicos superiores?
Hombres ____ Mujeres ____

19. De las personas que trabajan en este negocio y que no son profesionales universitarios ni técnicos superiores, ¿cuántos completaron la educación secundaria o una carrera técnica media? Hombres ____ Mujeres ____

20. ¿Estaría usted interesado en capacitar a sus trabajadores en el desarrollo de habilidades para que sean más eficientes o cree que no lo necesitan?

1 Si, estaría interesado

2 No, no lo necesitan

3 NS/NR

21. ¿En este negocio ocasionalmente se emplean a trabajadores por servicios facturados?

1 Si

2 No (pasar a la pregunta 23)

22. ¿Cuántos empleados temporales han trabajado en promedio el último año en este negocio?
Hombres ____ Mujeres ____

23. Entre las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántas son parientes o familiares del dueño o de los dueños del negocio? Hombres ____ Mujeres ____

24. ¿Este negocio mantiene un registro formal de su contabilidad?

1 Si

2 No

3 NS/NR

25. ¿Cómo se llevan las cuentas habitualmente en este negocio? (Mostrar tarjeta N°4)

- 1 El dueño o encargado lleva las cuentas en un cuaderno o libreta
- 2 El dueño o encargado lleva las cuentas en una planilla Excel
- 3 El negocio cuenta con un contador o persona encargada de la contabilidad
- 4 Se contrata un contador particular o un servicio de contaduría externo
- 5 No se llevan cuentas por escrito
- 6 Otro, indique cuál: _____

26. ¿Al administrar este negocio, usted ha logrado separar las cuentas del negocio del dinero que utiliza para mantener su casa y su familia, o lo maneja todo junto en un solo paquete? (Mostrar tarjeta N°5)

- 1 Manejo cuentas separadas
- 2 Manejo todo junto
- 3 Trato de separarlas, pero a veces se me confunde lo del negocio con lo de la casa
- 4 Depende como ande el negocio, cuando anda mal lo manejo todo junto

27. En este negocio, ¿Los trabajadores reciben algún tipo de beneficio aparte de su salario? Me refiero a beneficios como seguro social, seguro de salud, seguro de liquidación, bonos por desempeño, descanso por maternidad, permisos para atender necesidades familiares u otro tipo de beneficios

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 29)

28. ¿Qué tipo de beneficio es el que reciben los trabajadores de este negocio aparte de su salario? (Mostrar tarjeta N°6, Respuesta múltiple)

- 1 Se le pagan contribuciones al Seguro Social
- 2 Se le paga un seguro de salud privado
- 3 Se le pagan contribuciones a la AFP
- 4 Se le pagan bonos por desempeño o cumplimiento de metas
- 5 Se le otorgan descuentos especiales o regalías en especie
- 6 Descanso/beneficios por maternidad
- 7 Permisos para atender familiares con necesidades de cuidado
- 8 Permisos para atender necesidades de salud propias
- 9 Flexibilidad de horario
- 10 Otro, indique cuál: _____

29. ¿El local donde opera este negocio en que condición de propiedad se encuentra? (Mostrar tarjeta N°7)

- 1 Es propiedad del dueño
- 2 El dueño lo compró, pero aún lo está pagando
- 3 Es alquilado

- 4 Es prestado por un pariente o familiar del dueño
- 5 Se le otorga en concesión al dueño
- 6 Otro, indique cuál: _____

30. Aproximadamente, ¿cuánto gasta mensualmente en servicios de seguridad? _____

30.1 Y ese monto que me indica, ¿qué porcentaje sería aproximadamente de sus costos de operación en un mes?

Acceso al financiamiento

31. Si usted quisiera invertir para expandir este negocio, ¿de donde sacaría los recursos para financiar esa inversión? (Mostrar tarjeta N°8)

- 1 Recursos propios
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

32. ¿Cuándo le falta dinero para la operación habitual del negocio a quién acude para que le preste dinero? (Mostrar tarjeta N°9)

- 1 Nunca me falta dinero para la operación habitual del negocio
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

33. ¿Ha acudido alguna vez a un banco a solicitar financiamiento para este negocio?

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 36)
- 3 NS/NR

34. ¿Tuvo éxito con su solicitud? Es decir, ¿Le brindaron el crédito?

- 1 Si (pasar a la pregunta 36)
- 2 No
- 3 NS/NR

35. A continuación, voy a mostrarle una lista de posibles razones por las cuáles pudieron haberle negado el crédito. Por favor indíqueme, ¿Cuáles considera usted más importantes? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°10).

1. El negocio no posee garantías suficientes. _____
2. No lograron presentar un proyecto o plan de negocios adecuado. _____
3. No lograron completar alto número de requisitos burocráticos. _____
4. Falta de oferta de crédito dirigida al segmento de empresas pequeñas. _____
5. Falta de oferta de crédito dirigida a su segmento de actividad. _____
6. Falta de conocimiento e información para solicitar un crédito. _____
7. Por ser indígena _____
8. Le discriminaron por alguna razón: (ser mujer, por tener otra opción de género, persona con discapacidad, adulto mayor, extranjero, vivir en una colonia estigmatizada; entre otras) _____
9. Otro motivo (indique cuál) _____

Estrategias de Marketing

36. A continuación voy a leerle una serie de estrategias que podrían utilizarse para atraer clientes y aumentar las ventas. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, por favor indíqueme, ¿qué tan efectivas son estas estrategias para atraer clientes y aumentar sus ventas? (Mostrar tarjeta N°11)

		Total- mente inefectiva	Poco efectiva	Regular	Efectiva	Muy efectiva	Ns/Nr
1	Tener un rótulo en la entrada del local	1	2	3	4	5	99
2	Poner anuncios en un diario local	1	2	3	4	5	99
3	Poner anuncios en la radio	1	2	3	4	5	99
4	Poner anuncios en murales o paredes	1	2	3	4	5	99
5	Uso de altavoces y/o parlantes, anunciarse en la calle	1	2	3	4	5	99
6	Repartir volantes en la calle	1	2	3	4	5	99
7	Que los propios clientes se pasen la voz y hagan ellos mismos la propaganda	1	2	3	4	5	99
8	Rebajas de precios a los clientes regulares	1	2	3	4	5	99
9	Brindando un trato amable y personal a todos los clientes	1	2	3	4	5	99
10	Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera	1	2	3	4	5	99
11	Otra estrategia, indique cuál? _____	1	2	3	4	5	99

37. De las estrategias de mercadeo que le mencioné anteriormente, ¿cuáles se utilizan en este negocio? (Respuesta múltiple)

- 1 Un rótulo en la entrada del local _____
- 2 Anuncios en un diario local _____
- 3 Anuncios en la radio _____
- 4 Anuncios en murales o paredes _____

5	Pregonando en la calle	_____
6	Repartiendo volantes en la calle	_____
7	Los propios clientes se pasan la voz y me hacen ellos mismos la propaganda	_____
8	Rebajas de precios a los clientes regulares	_____
9	Brindando un trato amable y personal a todos los clientes	_____
10	Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera	_____
11	Otra estrategia, indique cuál? _____	_____
12	No utilizo ninguna estrategia, pues no es necesario, los clientes llegan solos	_____

Cadena de suministros

38. De la lista que le indico a continuación, por favor indíqueme, ¿cuál o cuáles corresponden al tipo de proveedores que abastecen a este negocio? (Mostrar tarjeta N°12, respuesta múltiple).

1	Vendedores ambulantes	_____
2	Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento sin dar comprobante o factura	_____
3	Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento dando comprobante o factura	_____
4	Micronegocio con local establecido que no da comprobante o factura	_____
5	Micronegocio con local establecido que da comprobante o factura	_____
6	Empresa pequeña o mediana que no da comprobante o factura	_____
7	Empresa pequeña o mediana que da comprobante o factura	_____
8	Empresa grande que no da comprobante o factura	_____
9	Empresa grande que da comprobante o factura	_____
10	Proveedor del extranjero (importación)	_____
11	Otro, indique cual? _____	_____

39. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza más habitualmente con sus proveedores? (Mostrar tarjeta N°13).

1	Dinero en efectivo al contado	
2	Crédito a cierto plazo	
3	Transferencia bancaria	
4	Tarjeta de débito	
5	Tarjeta de crédito	
6	Otro, indique cuál _____	

40. ¿Este negocio les vende productos a vendedores ambulantes?

1	Si	2	No	3	NS/NR
---	----	---	----	---	-------

1 Si **2** No (pasar a la pregunta 43)

1	Persona natural que no exige comprobante o factura	
2	Persona natural que exige comprobante o factura	
3	Micronegocio con local establecido que no exige comprobante o factura	
4	Micronegocio con local establecido que exige comprobante o factura	
5	Empresa pequeña o mediana que no exige comprobante o factura	
6	Empresa pequeña o mediana que exige comprobante o factura	
7	Empresa grande que no exige comprobante o factura	
8	Empresa grande que exige comprobante o factura	
9	Cliente del extranjero (exportación)	
10	Otro, indique cual?	

1	Si	2	No	3	Algunas veces
---	----	---	----	---	---------------

1	Dinero en efectivo al contado
2	Crédito a cierto plazo
3	Transferencia bancaria
4	Tarjeta de débito
5	Tarjeta de crédito
6	Otro, indique cuál

1	Dinero en efectivo al contado
2	Crédito por cuotas
3	Transferencia bancaria
4	Tarjeta de débito
5	Tarjeta de crédito
6	Otro, indique cuál

Estrategias de emprendimiento e innovación

46. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, dígame por favor, ¿Qué tan probable es que su empresa desarrolle las iniciativas que le indicaré a continuación? (Mostrar tarjeta N°2)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Ahorrar recursos propios para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
2	Gestionar un préstamo para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
3	Asociarse con otros micronegocios para buscar alternativas de inversión conjunta	1	2	3	4	5	99
4	Abrir un nuevo negocio	1	2	3	4	5	99
5	Buscar proveedores que consigan productos más baratos	1	2	3	4	5	99
6	Buscar cómo venderle a clientes más grandes	1	2	3	4	5	99
7	Buscar tecnificar el funcionamiento del negocio	1	2	3	4	5	99
8	Desarrollar nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99

47. ¿Usted posee un celular?

1 Si 2 No

47.1 Si responde “Si”: Tiene acceso a datos móviles o internet?

1 Si 2 No

SECCIÓN III: INCENTIVOS PARA LA INFORMALIDAD

48. ¿Sabe usted en que instituciones debe registrar su empresa?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	IGSS	1	2	99
2	Registro Mercantil	1	2	99
3	SAT	1	2	99

49. ¿Qué cree usted que es más ventajoso para un micronegocio en este país operar como empresa formal u operar como empresa informal?

1	Estar registrado	2	Operar sin estar registrado	99	NS/NR
---	------------------	---	-----------------------------	----	-------

50. A continuación, voy a leerle una serie de razones que podrían explicar por qué existen muchos micronegocios que no están registrados como empresas formales. Quisiera pedirle por favor, que de acuerdo con la escala que le muestro en esta tarjeta (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo), me indique por favor, qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	Si los gobiernos fueran honestos, muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
2	A medida que el país se desarrolle todos los negocios se van a volver formales	1	2	3	4	5	99
3	El costo de registrarse para formalizar una empresa es muy alto	1	2	3	4	5	99
4	El trámite de registrarse para formalizar una empresa es muy complejo	1	2	3	4	5	99
5	Si los impuestos fueran menores, muchos micronegocios elegirían registrarse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
6	Una vez que un negocio se registra formalmente, debe empezar a cumplir demasiados requisitos y trámites tediosos	1	2	3	4	5	99
7	Una vez que un negocio se registra formalmente, lo empiezan a fiscalizar y a controlar más	1	2	3	4	5	99
8	Muchos micronegocios no se registran como empresas formales porque hay poco control y fiscalización estatal sobre los pequeños negocios	1	2	3	4	5	99
9	Una empresa pequeña no se ve afectada en nada por no estar registrada formalmente	1	2	3	4	5	99
10	Una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos	1	2	3	4	5	99
11	Una vez que un negocio se registra formalmente, sus costos de contratación de trabajadores aumentan mucho	1	2	3	4	5	99
12	Formalizar una empresa no proporciona ningún beneficio adicional	1	2	3	4	5	99
13	Los micronegocios no se formalizan, porque la informalidad es parte de nuestra cultura	1	2	3	4	5	99
14	Si los micronegocios tuvieran mayor perspectiva de crecimiento se formalizarían	1	2	3	4	5	99

51. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales ventajas que según usted proporciona el estar registrado como empresa formal? Puede indicar hasta 3 ventajas, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°16).

1	Facilita el acceso al crédito y otros servicios financieros	_____
2	Evita tener el problema de evadir la fiscalización y los controles estatales y municipales	_____
3	Evita multas al evadir la fiscalización y los controles estatales y municipales	_____
4	Da mayor confianza a los clientes y proveedores	_____
5	Mejora la imagen del negocio	_____
6	Mejora la situación de los trabajadores	_____
7	Permite competir en mejores condiciones y para un mercado más amplio	_____

8 Me genera mayor seguridad ante la delincuencia

9 Otro, indique cual _____

52. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales razones por las que muchos micronegocios eligen no operar como empresas formales? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°17).

1	El costo de registrarse es muy alto	_____
2	El trámite de registrarse es muy complejo	_____
3	Los impuestos que hay que pagar al estar registrado son muy altos	_____
4	Registrarse no mejora en nada la situación del negocio	_____
5	Al registrarse hay que empezar a cumplir muchos procedimientos y trámites	_____
6	Al registrarse aumenta el control estatal y/o municipal sobre el negocio	_____
7	La mayoría de los negocios opera sin estar registrado, es la costumbre	_____
8	El gobierno no administra honestamente los impuestos	_____
9	Registrarse trae costos adicionales en la contratación de los trabajadores	_____
10	El dueño del micronegocio se siente satisfecho con su situación actual	_____
11	Otro, indique cuál _____	_____

53. Sus principales competidores son micro-empresas formalmente constituidas, son negocios informales o son una combinación de ambos?

1	Micro-empresas formales
2	Negocios informales
3	Ambos tipos de negocios (formales e informales)
4	NS/NR

SECCIÓN IV: REGISTROS DE LA EMPRESA

54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro Mercantil	1	2	99
2	SAT (cuenta con facturas emitidas y libros contables autorizados)	1	2	99
3	IGSS	1	2	99

Nota:

- Formales: si en la pregunta 54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio? responde SI a la opción 2. SAT (cuenta con facturas emitidas y libros contables autorizados).
- Sub formal: si en la pregunta 54 responde que SI únicamente a la opción 1 «Registro Mercantil»
- Informales: si en la pregunta 54 responde que NO a la opción 1 y 2

54.1 Si en la opción 1 “Registro Mercantil” seleccionó Sí, preguntar: Al realizar el Registro Mercantil, utilizó lo siguiente:

	Institución
1	Proceso personal
2	Proceso en línea con firma electrónica avanzada
3	Proceso en línea sin firma electrónica avanzada

55. ¿En cuáles de las siguientes instituciones este negocio se encuentra en proceso de trámite de registro?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro Mercantil	1	2	99
2	SAT (facturas emitidas y libros autorizados)	1	2	99
3	IGSS	1	2	99

SECCIÓN V: PREGUNTAS ESPECIALES

Solo formales

56. Antes de constituirse como micro-empresa formal, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando sin registrarse en...?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro Mercantil	1	2	99
2	SAT (facturas emitidas y libros autorizados)	1	2	99
3	IGSS	1	2	99

Solo sub-formales

57. Antes de registrarse en el Registro Mercantil y obtener su NIT, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando?

56.a. _____(años) y 56.b. _____(meses)

Solo informales

58. Si a usted le ofrecieran la posibilidad de hacerle todos los trámites y cubrirle los costos de registro para formalizarle este negocio de manera totalmente gratuita, ¿usted aceptaría?

1 Si 2 No 3 NS/NR

59. Si a usted le ofrecieran que no va pagar impuestos por un año si registra este negocio como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si

2 No

3 NS/NR

60. Y si le ofrecieran dos años de exoneración de impuestos en vez de uno, con tal que se registre como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si

2 No

3 NS/NR

Todos lo entrevistados independientemente de su nivel de informalidad

61. ¿Cuánto calcula usted que son sus ventas mensuales aproximadamente, en un mes normal? Quiero decir, en un mes en que no le fue mal pero que tampoco le fue muy bien.

Quetzales _____

AGRADEZCA Y TERMINE

CONTROL DE CALIDAD

Nombre encuestador: _____ Supervisor: _____

Verificador: _____

► 4.5.3 CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE HONDURAS

Buenos días (tardes, noches). Mi nombre es _____ trabajo para la empresa encuestadora Research & Planning y estoy realizando una Encuesta dirigida a micro negocios de comercio y servicios. El objetivo de la Encuesta recabar información para entender cómo funcionan en la práctica los micro negocios y cuáles son los factores que impiden que algunos de estos negocios se consoliden y crezcan como empresas formalmente constituidas. Quisiera por favor solicitarle una entrevista que solo le tomará entre 20 y 30 minutos. La información que nos brinde será manejada con estricta reserva y confidencialidad y solo será usada por la Organización Internacional del Trabajo para promover el desarrollo de los micronegocios.

PREGUNTAS QUE DEBERÁN SER RESPONDIDAS POR EL ENTREVISTADOR

1e	Folio o número de encuesta	
2e	Fecha de la entrevista	
3e	Nombre del negocio o establecimiento comercial	
4e	Dirección del establecimiento donde está ubicado el negocio	
5e	Tipo de local donde está ubicado el negocio	1. Centro comercial 2. Mercado 3. Local en una casa 4. Local en edificio 5. Galpón o garaje 6. Quiosco o carro en la calle
6e	¿El local cuenta con un rótulo exterior que lo identifique?	1. Sí 2. No
7e	Tipo de actividad que realiza el negocio	1. Comercio al detalle 2. Bar o restaurante 3. Servicio técnico o de reparación 4. Servicio de belleza o peluquería 5. Servicios de alojamiento 6. Servicios profesionales 7. Panadería 8. Tortillería 9. Artesanía 10. Sastrería o costurería 11. Otro (especifique) _____
8e	Sexo del entrevistado	1. Hombre 2. Mujer
9e	Rango de edad aproximado del entrevistado	1. Joven (menor de 30) 2. Maduro (entre 30 y 60) 3. Mayor (mayor de 60)

PREGUNTA FILTRO PARA DESCARTAR EMPRESAS QUE NO SEAN Micronegocios

- Incluyendo al dueño o dueña, ¿Cuántas personas trabajan de manera permanente y habitual en este negocio?

(Terminar la Entrevista en el caso de que en el negocio trabaje habitualmente solamente una persona o más de 10 personas)

SECCIÓN I: DATOS GENERALES DEL DUEÑO Y DEL NEGOCIO

- ¿Cuál es su cargo o puesto en este negocio?

1	Propietario o dueño del negocio	2	Socio del dueño o copropietario del negocio	3	Encargado de administrar el negocio
4	Asistente del dueño o del encargado de administrar el negocio	5	Otro, Especifique _____		

3. ¿Este negocio tiene un solo dueño o es de varios socios?

- 1 Un solo dueño 2 Varios dueños o socios 3 NS/NR

4. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿es hombre o mujer?
(Preguntar solo en caso de que el entrevistado no sea el dueño o la dueña del negocio, si no, debe marcar directamente la respuesta sin formular la pregunta).

- 1 Hombre 2 Mujer

4.1 De qué país y departamento es la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

País: _____ Departamento: _____

5. La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio, ¿cuántos años tiene aproximadamente?

(Si el entrevistado es el dueño o la dueña del negocio pregunte directamente: ¿Me podría decir cuál es su edad?

5.1. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene hijos?

- 1 Si 2 No

5.1.1 Si responde “sí”: Cuántos? ____

5.1.2 De qué rangos de edad (puede marcar varios)?

- | | | |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 1 0-5 Cuántos? ____ | 2 6-10 Cuántos? ____ | 3 11-15 Cuántos? ____ |
| 4 16-17 Cuántos? ____ | 5 ¿Mayor a 18 Cuántos? ____ | |

5.2. ¿La persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio tiene familiares que dependan directamente de su cuidado especial (postrados, ancianos, con discapacidad, entre otros)?

- 1 Si 2 No

5.2.1 Si responde “sí”: Cuántos? ____

6. ¿Cuál es el máximo nivel de educación alcanzado por la persona o dueño que está a cargo de administrar este negocio?

- | | | |
|-------------------------|------------------------|------------------------------|
| 1 Primaria incompleta | 2 Primaria completa | 3 Secundaria o diversificado |
| 4 Técnico universitario | 5 Universidad completa | 6 Maestría |

7. ¿Cuántos años tiene de operar este negocio? _____

8. Este negocio, ¿siempre ha operado en el mismo local o se ha cambiado de local alguna vez o varias veces?

- 1 Ha operado siempre en el mismo local
2 Se ha cambiado de local una vez
3 Se cambiado de local varias veces

9. ¿Desde que empezó este negocio se ha dedicado siempre a la misma actividad o antes se dedicaba a vender otros bienes o servicios?

- 1 Se ha dedicado siempre a la misma actividad
- 2 Anteriormente se dedicaba a vender otros bienes o servicios
- 3 No sabe

SECCIÓN II: CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO

Motivaciones que impulsaron la creación del negocio

10. A continuación, voy a mencionarle varias razones que podrían explicar por qué el dueño o dueña de este negocio se vio motivado a emprender cuando lo fundó. Quisiera pedirle que por favor me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	No había trabajo y había que buscar cómo generar ingresos de algún modo	1	2	3	4	5	99
2	Se gana muy poco como asalariado y un negocio genera mejores ingresos	1	2	3	4	5	99
3	Quería emprender un negocio independiente para no tener jefes	1	2	3	4	5	99
4	Porque el dueño del negocio es de familia de negociantes y entonces siguió con la tradición familiar	1	2	3	4	5	99
5	Siempre quiso tener un negocio propio para progresar en la vida y cuando vio una oportunidad la aprovechó	1	2	3	4	5	99
6	Porque siempre ha querido tener dinero y la única manera de lograrlo es con un negocio	1	2	3	4	5	99
7	Porque estudió para eso ya que se graduó de una carrera técnica o profesional, en negocios o en administración	1	2	3	4	5	99
8.	Porque no tiene estudios	1	2	3	4	5	99
9	Porque le da flexibilidad de tiempo	1	2	3	4	5	99
10	Porque le permite cuidar hijos/familiares	1	2	3	4	5	99
11	Porque me discriminaron al buscar empleo	1	2	3	4	5	99

- 10.1 Si en el ítem 11 responde “De acuerdo” o “Muy de acuerdo”: Cuál fue el motivo puntual de la discriminación?

1	Mujer	2	Adulto mayor
3	Discapacidad	4	Por su identidad sexual
5	Vive en territorio peligroso	6	Otros:___

Planificación estratégica

11. Entre los aspectos que le voy a indicar a continuación, por favor indique, ¿Qué tan probable cree usted que el negocio se expanda en cada uno de ellos durante los próximos 5 años? (Mostrar tarjeta N°2 con la escala Likert de probabilidades)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Fuerte aumento de las ventas actuales en el mismo local	1	2	3	4	5	99
2	Apertura de un nuevo local comercial del mismo rubro del negocio	1	2	3	4	5	99
3	Apertura de un nuevo local comercial en otro rubro de negocios	1	2	3	4	5	99

4	Ampliación del local existente y contratación de más trabajadores	1	2	3	4	5	99
5	Empezar a vender nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99
6	Empezar a venderle a clientes grandes dentro del país	1	2	3	4	5	99
7	Empezar a exportar	1	2	3	4	5	99

12. A continuación, voy a mencionarle varias afirmaciones y quisiera pedirle que me diga que tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de ellas. Por favor responda conforme la escala de la tarjeta que le voy a mostrar. (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo)

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de las autoridades	1	2	3	4	5	99
2	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño, porque así se corren menos riesgos de sanciones y multas del gobierno	1	2	3	4	5	99
3	Si el negocio sigue funcionando tal como está, estaremos muy satisfechos	1	2	3	4	5	99
4	No hay condiciones buenas para que los negocios pequeños puedan crecer	1	2	3	4	5	99
5	Aunque quisiéramos invertir en el negocio, no podemos acceder a financiamiento para poder invertir	1	2	3	4	5	99
6	Este negocio se convertirá algún día en una empresa grande	1	2	3	4	5	99
7	Un negocio pequeño no puede competir en el sector formal	1	2	3	4	5	99
8	En cierto modo, conviene que el negocio siga siendo pequeño para no llamar la atención de la delincuencia	1	2	3	4	5	99
9	Este negocio me permite tener tiempo para cuidar a mis hijos o familiares	1	2	3	4	5	99

13. En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para protegerse de la delincuencia?

1 Si 2 No 3 NS/NR

14. En la operación de este negocio, ¿Cuál es la relación con su negocio y los micronegocios?

1 Coordinación 2 Rivalidades 3 Ninguno 4 Otros

15. En la operación de este negocio, ¿Existe coordinación con otros micronegocios para acordar precios de venta y oferta de productos o servicios diferentes?

1 Si 2 No 3 NS/NR

Características organizacionales y de manejo de los recursos humanos

16. ¿Se ha capacitado usted ya sea a través de estudios, cursos de capacitación o por su cuenta, en el desarrollo de habilidades para el manejo de su personal y de su negocio? (Mostrar tarjeta N°3)

- 1 Sí, me he capacitado a través de mis estudios formales
- 2 Sí, me he capacitado a través de cursos de capacitación
- 3 Sí, me he capacitado por mi cuenta
- 4 No, no me he capacitado

17. ¿Estaría usted interesado en capacitarse en el desarrollo de habilidades para el manejo del personal y del negocio?

- 1 Si
- 2 No
- 3 NS/NR

18. De las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántos son profesionales universitarios o técnicos superiores?
Hombres ____ Mujeres ____

19. De las personas que trabajan en este negocio y que no son profesionales universitarios ni técnicos superiores, ¿cuántos completaron la educación secundaria o una carrera técnica media? Hombres ____ Mujeres ____

20. ¿Estaría usted interesado en capacitar a sus trabajadores en el desarrollo de habilidades para que sean más eficientes o cree que no lo necesitan?

- 1 Si, estaría interesado
- 2 No, no lo necesitan
- 3 NS/NR

21. ¿En este negocio ocasionalmente se emplean a trabajadores temporales?

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 23)

22. ¿Cuántos empleados temporales han trabajado en promedio el último año en este negocio?

Hombres ____ Mujeres ____

23. Entre las personas que trabajan en este negocio, ¿cuántas son parientes o familiares del dueño o de los dueños del negocio?

Hombres ____ Mujeres ____

24. ¿Este negocio mantiene un registro formal de su contabilidad?

- 1 Si
- 2 No
- 3 NS/NR

25. ¿Cómo se llevan las cuentas habitualmente en este negocio? (Mostrar tarjeta N°4)

- 1 El dueño o encargado lleva las cuentas en un cuaderno o libreta
- 2 El dueño o encargado lleva las cuentas en una planilla Excel
- 3 El negocio cuenta con un contador o persona encargada de la contabilidad

4 Se contrata un contador particular o un servicio de contaduría externo

5 No se llevan cuentas por escrito

6 Otro, indique cuál: _____

26. ¿Al administrar este negocio, usted ha logrado separar las cuentas del negocio del dinero que utiliza para mantener su casa y su familia, o lo maneja todo junto en un solo paquete? (Mostrar tarjeta N°5)

1 Manejo cuentas separadas

2 Manejo todo junto

3 Trato de separarlas, pero a veces se me confunde lo del negocio con lo de la casa

4 Depende como ande el negocio, cuando anda mal lo manejo todo junto

27. En este negocio, ¿Los trabajadores reciben algún tipo de beneficio aparte de su salario? Me refiero a beneficios como seguro social, seguro de salud, seguro de liquidación, bonos por desempeño, descanso por maternidad, permisos para atender necesidades familiares u otro tipo de beneficios

1 Si

2 No (pasar a la pregunta 29)

28. ¿Qué tipo de beneficio es el que reciben los trabajadores de este negocio aparte de su salario? (Mostrar tarjeta N°6, Respuesta múltiple)

1 Se le pagan contribuciones al Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS)

2 Se le paga un seguro de salud privado

3 Se le pagan contribuciones a la RAP

4 Se le pagan bonos por desempeño o cumplimiento de metas

5 Se le otorgan descuentos especiales o regalías en especie

6 Descanso/beneficios por maternidad

7 Permisos para atender familiares con necesidades de cuidado

8 Permisos para atender necesidades de salud propias

9 Flexibilidad de horario

10 Otro, indique cuál: _____

29. ¿El local donde opera este negocio en que condición de propiedad se encuentra? (Mostrar tarjeta N°7)

1 Es propiedad del dueño

2 El dueño lo compró, pero aún lo está pagando

3 Es alquilado

4 Es prestado por un pariente o familiar del dueño

5 Se le otorga en concesión al dueño

Otro, indique cuál: _____

6

30. Aproximadamente, ¿cuánto gasta mensualmente en servicios de seguridad? _____

30.1 Y ese monto que me indica, ¿qué porcentaje sería aproximadamente de sus costos de operación en un mes?

Acceso al financiamiento

31. Si usted quisiera invertir para expandir este negocio, ¿de donde sacaría los recursos para financiar esa inversión? (Mostrar tarjeta N°8)

- 1 Recursos propios
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

32. ¿Cuándo le falta dinero para la operación habitual del negocio a quién acude para que le preste dinero? (Mostrar tarjeta N°9)

- 1 Nunca me falta dinero para la operación habitual del negocio
- 2 Préstamos de amigos o familiares
- 3 Prestamistas individuales
- 4 Una micro-financiera
- 5 Un banco privado
- 6 Un banco estatal
- 7 Una ONG
- 8 Otro, indique cuál: _____

33. ¿Ha acudido alguna vez a un banco a solicitar financiamiento para este negocio?

- 1 Si
- 2 No (pasar a la pregunta 36)
- 3 NS/NR

34. ¿Tuvo éxito con su solicitud? Es decir, ¿Le brindaron el crédito?

- 1 Si (pasar a la pregunta 36)
- 2 No
- 3 NS/NR

35. A continuación, voy a mostrarle una lista de posibles razones por las cuáles pudieron haberle negado el crédito. Por favor indíqueme, ¿Cuáles considera usted más importantes? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°10).

1. El negocio no posee garantías suficientes. _____
2. No lograron presentar un proyecto o plan de negocios adecuado. _____
3. No lograron completar alto número de requisitos burocráticos. _____
4. Falta de oferta de crédito dirigida al segmento de empresas pequeñas. _____
5. Falta de oferta de crédito dirigida a su segmento de actividad. _____
6. Falta de conocimiento e información para solicitar un crédito. _____
7. Por ser indígena _____
8. Le discriminaron por alguna razón: (ser mujer, por tener otra opción de género, persona con discapacidad, adulto mayor, extranjero, vivir en una colonia estigmatizada; entre otras) _____
9. Otro motivo (indique cuál) _____

Estrategias de Marketing

36. A continuación voy a leerle una serie de estrategias que podrían utilizarse para atraer clientes y aumentar las ventas. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, por favor indíqueme, ¿qué tan efectivas son estas estrategias para atraer clientes y aumentar sus ventas? (Mostrar tarjeta N°11)

		Total- mente inefectiva	Poco efectiva	Regular	Efectiva	Muy efectiva	Ns/Nr
1	Tener un rótulo en la entrada del local	1	2	3	4	5	99
2	Poner anuncios en un diario local	1	2	3	4	5	99
3	Poner anuncios en la radio	1	2	3	4	5	99
4	Poner anuncios en murales o paredes	1	2	3	4	5	99
5	Uso de altavoces y/o parlantes, anunciarse en la calle	1	2	3	4	5	99
6	Repartir volantes en la calle	1	2	3	4	5	99
7	Que los propios clientes se pasen la voz y hagan ellos mismos la propaganda	1	2	3	4	5	99
8	Rebajas de precios a los clientes regulares	1	2	3	4	5	99
9	Brindando un trato amable y personal a todos los clientes	1	2	3	4	5	99
10	Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera	1	2	3	4	5	99
11	Otra estrategia, indique cuál? _____	1	2	3	4	5	99

37. De las estrategias de mercadeo que le mencioné anteriormente, ¿cuáles se utilizan en este negocio?
(Respuesta múltiple)

- 1 Un rótulo en la entrada del local _____
- 2 Anuncios en un diario local _____
- 3 Anuncios en la radio _____
- 4 Anuncios en murales o paredes _____
- 5 Pregonando en la calle _____
- 6 Repartiendo volantes en la calle _____
- 7 Los propios clientes se pasan la voz y me hacen ellos mismos la propaganda _____

- | | | |
|----|--|-------|
| 8 | Rebajas de precios a los clientes regulares | _____ |
| 9 | Brindando un trato amable y personal a todos los clientes | _____ |
| 10 | Redes sociales en Internet tales como Facebook, Instagram, Whatsapp, etcétera | _____ |
| 11 | Otra estrategia, indique cuál? _____ | |
| 12 | No utilizo ninguna estrategia, pues no es necesario, los clientes llegan solos | _____ |

Cadena de suministros

38. De la lista que le indico a continuación, por favor indíqueme, ¿cuál o cuáles corresponden al tipo de proveedores que abastecen a este negocio? (Mostrar tarjeta N°12, respuesta múltiple).

- | | | |
|----|---|-------|
| 1 | Vendedores ambulantes | _____ |
| 2 | Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento sin dar comprobante o factura | _____ |
| 3 | Persona natural que trabaja como repartidor de abastecimiento dando comprobante o factura | _____ |
| 4 | Micronegocio con local establecido que no da comprobante o factura | _____ |
| 5 | Micronegocio con local establecido que da comprobante o factura | _____ |
| 6 | Empresa pequeña o mediana que no da comprobante o factura | _____ |
| 7 | Empresa pequeña o mediana que da comprobante o factura | _____ |
| 8 | Empresa grande que no da comprobante o factura | _____ |
| 9 | Empresa grande que da comprobante o factura | _____ |
| 10 | Proveedor del extranjero (importación) | _____ |
| 11 | Otro, indique cual? _____ | _____ |

39. ¿Cuál es la forma de pago que utiliza más habitualmente con sus proveedores? (Mostrar tarjeta N°13).

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1 | Dinero en efectivo al contado |
| 2 | Crédito a cierto plazo |
| 3 | Transferencia bancaria |
| 4 | Tarjeta de débito |
| 5 | Tarjeta de crédito |
| 6 | Otro, indique cuál _____ |

40. ¿Este negocio les vende productos a vendedores ambulantes?

- | | | | | | |
|---|----|---|----|---|-------|
| 1 | Si | 2 | No | 3 | NS/NR |
|---|----|---|----|---|-------|

41. ¿Este negocio le vende productos o brinda servicios a otros negocios o empresas?

- | | | | |
|---|----|---|-----------------------------|
| 1 | Si | 2 | No (pasar a la pregunta 43) |
|---|----|---|-----------------------------|

42. De la lista que le indico a continuación, por favor indíqueme, ¿Cuál o cuáles corresponden al tipo de negocios o empresas a los cuales les vende productos o servicios? (Mostrar tarjeta N°14).

- | | | |
|----|---|-------|
| 1 | Persona natural que no exige comprobante o factura | _____ |
| 2 | Persona natural que exige comprobante o factura | _____ |
| 3 | Micronegocio con local establecido que no exige comprobante o factura | _____ |
| 4 | Micronegocio con local establecido que exige comprobante o factura | _____ |
| 5 | Empresa pequeña o mediana que no exige comprobante o factura | _____ |
| 6 | Empresa pequeña o mediana que exige comprobante o factura | _____ |
| 7 | Empresa grande que no exige comprobante o factura | _____ |
| 8 | Empresa grande que exige comprobante o factura | _____ |
| 9 | Cliente del extranjero (exportación) | _____ |
| 10 | Otro, indique cual?_____ | _____ |

43. ¿Cuándo usted vende a sus clientes habituales les da factura con código CAI?

- 1 Si 2 No 3 Algunas veces

44. ¿Cuál es la forma de pago con que realiza sus ventas a otros negocios o empresas? (Mostrar tarjeta N°15)

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1 | Dinero en efectivo al contado |
| 2 | Crédito a cierto plazo |
| 3 | Transferencia bancaria |
| 4 | Tarjeta de débito |
| 5 | Tarjeta de crédito |
| 6 | Otro, indique cuál_____ |

45. ¿Cuáles de las siguientes formas de pago pueden usar sus clientes para pagarle en su negocio? (Mostrar tarjeta N°16, respuestas de opción múltiple)

- | | |
|---|-------------------------------|
| 1 | Dinero en efectivo al contado |
| 2 | Crédito por cuotas |
| 3 | Transferencia bancaria |
| 4 | Tarjeta de débito |
| 5 | Tarjeta de crédito |
| 6 | Otro, indique cuál_____ |

Estrategias de emprendimiento e innovación

46. De acuerdo a la escala que le muestro en esta tarjeta, dígame por favor, ¿Qué tan probable es que su empresa desarrolle las iniciativas que le indicaré a continuación? (Mostrar tarjeta N°2)

		Casi imposible	Muy poco probable	Es probable	Muy probable	Casi seguro	Ns/Nr
1	Ahorrar recursos propios para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
2	Gestionar un préstamo para realizar una inversión	1	2	3	4	5	99
3	Asociarse con otros micronegocios para buscar alternativas de inversión conjunta	1	2	3	4	5	99
4	Abrir un nuevo negocio	1	2	3	4	5	99
5	Buscar proveedores que consigan productos más baratos	1	2	3	4	5	99
6	Buscar cómo venderle a clientes más grandes	1	2	3	4	5	99
7	Buscar tecnificar el funcionamiento del negocio	1	2	3	4	5	99
8	Desarrollar nuevos productos o servicios	1	2	3	4	5	99

47. ¿Usted posee un celular?

1 Si 2 No

47.1 Si responde “Si”: Tiene acceso a datos móviles o internet?

1 Si 2 No

SECCIÓN III: INCENTIVOS PARA LA INFORMALIDAD

48. ¿Sabe usted en que instituciones debe registrar su empresa?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	la Alcaldía?	1	2	99
2	el Registro de Mercantil?	1	2	99
3	el Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS)??	1	2	99
4	SAR	1	2	99
5	RAP	1	2	99
6	INFOP	1	2	99

49. ¿Qué cree usted que es más ventajoso para un micronegocio en este país operar como empresa formal u operar como empresa informal?

1 Estar registrado 2 Operar sin estar registrado 99 NS/NR

50. A continuación, voy a leerle una serie de razones que podrían explicar por qué existen muchos micronegocios que no están registrados como empresas formales. Quisiera pedirle por favor, que de acuerdo con la escala que le muestro en esta tarjeta (Mostrar tarjeta N°1 con la escala Likert de acuerdo y desacuerdo), me indique por favor, qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con cada una de estas razones.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Ns/Nr
1	Si los gobiernos fueran honestos, muchos micronegocios elegirían constituirse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
2	A medida que el país se desarrolle todos los negocios se van a volver formales	1	2	3	4	5	99
3	El costo de registrarse para formalizar una empresa es muy alto	1	2	3	4	5	99
4	El trámite de registrarse para formalizar una empresa es muy complejo	1	2	3	4	5	99
5	Si los impuestos fueran menores, muchos micronegocios elegirían registrarse como empresas formales	1	2	3	4	5	99
6	Una vez que un negocio se registra formalmente, debe empezar a cumplir demasiados requisitos y trámites tediosos	1	2	3	4	5	99
7	Una vez que un negocio se registra formalmente, lo empiezan a fiscalizar y a controlar más	1	2	3	4	5	99
8	Muchos micronegocios no se registran como empresas formales porque hay poco control y fiscalización estatal sobre los pequeños negocios	1	2	3	4	5	99
9	Una empresa pequeña no se ve afectada en nada por no estar registrada formalmente	1	2	3	4	5	99
10	Una empresa pequeña puede operar normalmente sin pagar impuestos	1	2	3	4	5	99
11	Una vez que un negocio se registra formalmente, sus costos de contratación de trabajadores aumentan mucho	1	2	3	4	5	99
12	Formalizar una empresa no proporciona ningún beneficio adicional	1	2	3	4	5	99
13	Los micronegocios no se formalizan, porque la informalidad es parte de nuestra cultura	1	2	3	4	5	99
14	Si los micronegocios tuvieran mayor perspectiva de crecimiento se formalizarían	1	2	3	4	5	99

51. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales ventajas que según usted proporciona el estar registrado como empresa formal? Puede indicar hasta 3 ventajas, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°16).

1	Facilita el acceso al crédito y otros servicios financieros	_____
2	Evita tener el problema de evadir la fiscalización y los controles estatales y municipales	_____
3	Evita multas	_____
4	Da mayor confianza a los clientes y proveedores	_____
5	Mejora la imagen del negocio	_____
6	Mejora la situación de los trabajadores	_____
7	Permite competir en mejores condiciones y para un mercado más amplio	_____
8	Me genera mayor seguridad ante la delincuencia	_____
9	Otro, indique cual _____	_____

52. Del siguiente listado, por favor indíqueme, ¿Cuáles son las principales razones por las que muchos micronegocios eligen no operar como empresas formales? Puede indicar hasta 3 razones, empezando primero por la más importante. (El entrevistador muestra la tarjeta y marca con un 1 la más importante, con un 2 la siguiente en importancia y un 3 la subsiguiente. Mostrar tarjeta N°17).

1	El costo de registrarse es muy alto	_____
2	El trámite de registrarse es muy complejo	_____
3	Los impuestos que hay que pagar al estar registrado son muy altos	_____
4	Registrarse no mejora en nada la situación del negocio	_____
5	Al registrarse hay que empezar a cumplir muchos procedimientos y trámites	_____
6	Al registrarse aumenta el control estatal y/o municipal sobre el negocio	_____
7	La mayoría de los negocios opera sin estar registrado, es la costumbre	_____
8	El gobierno no administra honestamente los impuestos	_____
9	Registrarse trae costos adicionales en la contratación de los trabajadores	_____
10	El dueño del micronegocio se siente satisfecho con su situación actual	_____
11	Otro, indique cuál _____	_____

53. Sus principales competidores son micro-empresas formalmente constituidas, son negocios informales o son una combinación de ambos?

1	Micro-empresas formales
2	Negocios informales
3	Ambos tipos de negocios (formales e informales)
4	NS/NR

SECCIÓN IV: REGISTROS DE LA EMPRESA

54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro municipal (Alcaldía)	1	2	99
2	Registro Mercantil	1	2	99
3	IHSS	1	2	99
4	El SAR	1	2	99
5	INFOP	1	2	99

Nota:

- Formales: si en la pregunta 54. ¿En cuáles de las siguientes instituciones se encuentra registrado este negocio? responde SI a la opción 4. SAT
- Sub formal: si en la pregunta 54 responde que SI únicamente a la opción 1 «Registro municipal (Alcaldía)»
- Informales: si en la pregunta 54 responde que NO a la opción 1 y 4

55. ¿En cuáles de las siguientes instituciones este negocio se encuentra en proceso de trámite de registro?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro municipal (Alcaldía)	1	2	99
2	Registro Mercantil	1	2	99
3	IHSS	1	2	99
4	El SAR	1	2	99
5	INFOP	1	2	99

SECCIÓN V: PREGUNTAS ESPECIALES

Solo formales

56. Antes de constituirse como micro-empresa formal, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando sin registrarse en...?

	Institución	Sí	No	Ns/Nr
1	Registro Mercantil	1	2	99
2	La Alcaldía	1	2	99
3	IHSS	1	2	99
4	El SAR	1	2	99
5	INFOP	1	2	99

Solo sub-formales

57. Antes de conseguir registrar este negocio en la alcaldía, ¿cuánto tiempo aproximadamente pasó usted operando sin dicho sin permiso?

a. _____ (años) y b. _____ (meses)

Solo informales

58. Si a usted le ofrecieran la posibilidad de hacerle todos los trámites y cubrirle los costos de registro para formalizarle este negocio de manera totalmente gratuita, ¿usted aceptaría?

1 Si 2 No 3 NS/NR

59. Si a usted le ofrecieran que no va pagar impuestos por un año si registra este negocio como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si 2 No 3 NS/NR

60. Y si le ofrecieran dos años de exoneración de impuestos en vez de uno, con tal que se registre como micro-empresa formal, ¿usted aceptaría?

1 Si

2 No

3 NS/NR

Todos lo entrevistados independientemente de su nivel de informalidad

61. ¿Cuánto calcula usted que son sus ventas mensuales aproximadamente, en un mes normal? Quiero decir, en un mes en que no le fue mal pero que tampoco le fue muy bien.

Lempiras _____

AGRADEZCA Y TERMINE

CONTROL DE CALIDAD

Nombre encuestador: _____ Supervisor: _____

Verificador: _____ Digitador: _____



Organización
Internacional
del Trabajo



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA



PADF
FUNDACIÓN PANAMERICANA PARA EL DESARROLLO



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA



CÁMARA DE
COMERCIO
E INDUSTRIA
DE EL SALVADOR



125
AÑOS