FUSAI

EL ESTADO DE LA MYPE 2023

LA OTRA CARA DE LA ECONOMÍA

C.A.5 CONSULTORES INTERNACIONALES, S.A. DE C.V.

Observatorio MYPE

Una de las iniciativas de FUSAI

EL ESTADO ACTUAL DE LA MYPE 2023

LA OTRA CARA DE LA ECONOMÍA

Una mirada al estado actual de los micro y pequeños empresarios salvadoreños

EL ESTADO ACTUAL DE LA MYPE 2023 LA OTRA CARA DE LA ECONOMÍA©

Director de investigación:
William Pleites
Coordinador de investigación:
Gabriel Pleités

Autores principales:
Gabriel Pleités
William Pleites
Luis Castillo
Francisco Góchez

Con el apoyo de:
Javier Cervino
Cristian Menjívar
Pamela Montes
Andrea Portillo

Cita obligatoria:
Observatorio MYPE, Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI). (2023). El Estado Actual de la MYPE 2023: La Otra Cara de la Economía (INMYPES). San Salvador, El Salvador: Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI) en alianza con CA-5 Consultores Internacionales y con el co-patrocinio de Integral. San Salvador, mayo de 2023.

© 2023 Observatorio MYPE, FUSAI. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial sin autorización previa de FUSAI.

PRESENTACIÓN

Esta publicación "EL ESTADO ACTUAL DE LA MYPE, 2023 LA OTRA CARA DE LA ECONOMÍA", trabajo que esperamos realizar periódicamente a partir de este año, es una iniciativa del Observatorio MYPE de FUSAI, cuya concepción y elaboración es fruto de una convergencia de visión y un asocio con CA-5, Consultores Internacionales. Fue una feliz coincidencia que nos permitió impulsar un trabajo, que visto en retrospectiva es de mayores proporciones de cómo lo imaginamos.

Para nosotros en FUSAI no era una idea nueva, pero surgió de nuevo exaltada por la admiración que miles y miles de empresarios de la MYPE nos despertaron con su ejemplo de coraje, valentía y creatividad enfrentado la terrible Pandemia COVID-19. Fueron los primeros en salir a trabajar y nos enseñaron el arte de la resiliencia y cómo ver siempre más allá de la oscuridad. El sector MYPE, constituido por sus empleados y los empresarios de la micro y pequeña empresa son la fuente de trabajo de 7 de cada 10 salvadoreños, en el sector informal de la economía.

En FUSAI lanzamos la idea del Observatorio con el objetivo de dar visibilidad a la lucha admirable de estos salvadoreños, patriotas ejemplares; y contribuir a elevar la calidad del debate sobre el sector MYPE en la agenda nacional. Queremos hacerlo con una óptica muy propia: la de los mismos empresarios. Esperamos que la nota diferenciadora de todo lo que hagamos sea este concepto de conocer las MYPES, desde las MYPES mismas. Se trata pues de un esfuerzo de consulta estructurada y permanente, que esperamos permita conocer a este sector de forma más integral, no solo en una limitada visión economicista o social.

Particularmente este primer Informe explora el impacto de la migración en el sector, la situación de los casi un millón de empleados del sector informal, las condiciones de vida de sus familias, los niveles de adopción digital, la inclusión financiera y en general el estado de las expectativas y ánimo empresarial hasta marzo del 2023.

De esta primera entrega surge una conclusión clara: las MYPES son un sector muy heterogéneo, segmentado y complejo, más de lo que pensamos. Si queremos encontrar formas de volverlo en motor de desarrollo, se impone una labor ardua y sistemática de investigación. No podemos entender nuestro país, sin entender a las Mypes que son el corazón de la salvadoreñidad y del tejido empresarial del país.

Se trata de uno de los estudios más extensos sobre la MYPE que se han realizado en el país, que incluye más de 12,500 encuestados, 16 estudios parciales y que se realizaron con una muestra representativa de todo el país. Si ya de por si el aporte de información es destacable, nos parece que surgen conclusiones, propuestas, recomendaciones o hipótesis dignas de consideración.

Con esta nueva iniciativa agregamos un nuevo producto a los que ya viene impulsando el Observatorio: el blog Espacio MYPE y el Índice de Confianza Empresarial de la MYPE, único en su género.

Nuestro más afectuoso agradecimiento a todos los colegas de FUSAI y del equipo de investigación cuyo apoyo este trabajo no hubiese llegado a tener la calidad que los lectores podrán corroborar.

Esperamos los comentarios. Pueden estar seguros de que serán retomados para futuros estudios. Esperamos de esta forma seguir aportando información única sobre la MYPE, y contribuir así, a que todos los interesados en desarrollar y apoyar este sector tengan en el Observatorio una fuente de información original y confiable.

Atentamente,

Luis Castillo
Director de FUSAI

Agradecimientos

“EL ESTADO ACTUAL DE LA MYPE 2023 LA OTRA CARA DE LA ECONOMÍA”, es la culminación de un largo trabajo que contó con el apoyo invaluable de decenas de técnicos comunitarios y el equipo de comunicadores de FUSAI, así también como también con el apoyo de funcionarios de la Financiera Integral.

A todos ellos la gratitud por su apoyo, dedicación y profesionalismo, sin los cuales esta investigación no hubiese sido posible.

A la vez agradecemos a los microempresarios participantes, por su tiempo y colaboración.

Equipo del Proyecto

SIGLAS

ACS:	American Community Survey.
AMPES:	Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios.
AFP:	Administradoras de Fondos de Pensiones.
ANEP:	Asociación Nacional de la Empresa Privada.
BCR:	Banco Central de Reserva de El Salvador.
BT:	Banco de los Trabajadores.
BID:	Banco Interamericano de Desarrollo.
BMI:	Banco Multisectorial de Inversiones.
CAB:	Canasta Alimentaria Básica.
CBA:	Canasta Básica Ampliada.
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CRS:	Catholic Relief Services.
CONAMYPE:	Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa.
DAES:	Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.
DIGESTYC:	Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador.
EHPM:	Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples.
FEDECRÉDITO:	Federación de Cajas de Crédito y de Bancos de los Trabajadores.
FOMMI:	Programa de Fomento a la Microempresa.
Fomilenio:	Fondo del Milenio.
FUNDAUNGO:	Fundación Guillermo Manuel Ungo.
FUNDE:	Fundación Nacional para el Desarrollo.
FUSADES:	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social.
FUSAI:	Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral.
GENESIS:	Programa de Generación de Empleo en el Sector Informal.
GOES:	Gobierno de El Salvador.
HRW:	Human Rights Watch.
IFC:	International Finance Corporation.
INE:	Instituto Nacional de España.
INMYPES:	Informe sobre el estado de las micro y pequeñas empresas en El Salvador.
ISSS:	Instituto Salvadoreño del Seguro Social.
Ley MYPE:	Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.
MINEC:	Ministerio de Economía de El Salvador.
MTPS:	Ministerio de Trabajo y Previsión Social de El Salvador.
MYPE:	Microempresas y pequeñas empresas.

SIGLAS

PNUD:	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
POS:	Point of sales (puntos de venta en español).
PROGAMYPE:	Programa de Garantía para Micro y Pequeña Empresa.
PROPEMI:	Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa.
SAC:	Sociedad de Ahorro y Crédito.
SALEX:	Salvadoreños en el Exterior.
SC:	Superintendencia de Competencia.
SIAPE:	Sistema Integrado de Apoyo a la Pequeña Empresa.
SSF:	Superintendencia del Sistema Financiero.
UCA:	Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas".
USAID:	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.
WFP:	World Food Programme(Programa Mundial de Alimentos).

GLOSARIO

Autoempleo: Desarrollo de una actividad económica asumiendo la responsabilidad de gestionar y administrar todos los aspectos del mismo, generalmente como trabajador por cuenta propia. Algunas formas de autoempleo incluyen la apertura de pequeñas tiendas, servicios de estética, talleres de reparación, servicios de consultoría, despachos, entre otros.

Banca móvil: Utilización de dispositivos móviles, como teléfonos inteligentes o tablets, para realizar transacciones bancarias y acceder a servicios financieros. Los clientes de entidades que ofrecen este servicio pueden realizar operaciones bancarias sin necesidad de acudir físicamente a una sucursal.

Banca por internet (e-banca): Servicio bancario que permite a los clientes realizar transacciones bancarias, como consultas de saldo, transferencias de fondos, pagos de facturas, entre otras, a través de un sitio web seguro proporcionado por el banco.

Banco de los Trabajadores Salvadoreños (BTS): Es un banco cooperativo fundado en 1992 que ofrece préstamos individuales y productos financieros (cuentas de ahorro y depósitos de ahorro) para trabajadores, micro, pequeños y medianos empresarios.

Billetera digital o wallet: es una aplicación que permite almacenar, enviar y recibir dinero electrónico, criptomonedas u otros activos digitales.

Cadenas de valor: Conjunto de actividades y procesos que intervienen en la producción, distribución y comercialización de un producto o servicio. Incluyen actividades primarias, como logística, operaciones, marketing y ventas, y actividades de apoyo, como infraestructura, recursos humanos y desarrollo tecnológico. Estas actividades están interconectadas y crean valor a lo largo de toda la cadena, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega final al cliente. El análisis de las cadenas de valor ayuda a identificar oportunidades de mejora y generar ventajas competitivas en cada etapa de la cadena.

Chivo Wallet: Aplicación de billetera digital desarrollada por el GOES y lanzada en septiembre de 2021 como parte de la implementación del Bitcoin como moneda de curso legal en el país. Los usuarios pueden recibir y enviar fondos, realizar pagos en establecimientos comerciales, retirar dinero en efectivo en cajeros automáticos y otras operaciones financieras.

GLOSARIO

Cooperativa: Organización sin fines de lucro, donde los miembros aportan capital y comparten los beneficios y riesgos de la empresa de manera equitativa. Cada miembro tiene derecho a voto en las decisiones importantes de la cooperativa, independientemente de la cantidad de capital aportado.

Cuenta corriente: Cuenta bancaria que permite a los clientes realizar transacciones financieras diarias, como depósitos, retiros y pagos, mediante el uso de cheques, transferencias bancarias, tarjetas de débito y otros medios de pago.

Cuenta de ahorro: Cuenta bancaria diseñada para acumular fondos y recibir intereses sobre los mismos.

Déficit habitacional: Cantidad de hogares que carecen de una vivienda digna. Este déficit es la suma de los hogares en déficit habitacional cuantitativo o cualitativo.

Déficit habitacional cualitativo: Cantidad de hogares con carencias en componentes estructurales, acceso a servicios básicos, o en sus condiciones de uso.

Déficit habitacional cuantitativo: Número de viviendas necesarias para que ninguna familia deba compartir una misma vivienda con otra.

Economía informal: Actividades productivas y comerciales que se realizan fuera de los registros formales.

Federación de Cajas de Crédito y Bancos de los Trabajadores (FEDECRÉDITO): Entidad financiera regulada que intermedia recursos financieros a las 48 cajas de crédito y siete bancos de los trabajadores que son sus entidades socias.

Hacinamiento: Según la EHPM, son los hogares que tienen al menos una habitación utilizada como dormitorio ocupada por más de dos personas.

Inclusión financiera: Se refiere a la promoción y acceso equitativo de todas las personas a servicios financieros formales, como cuentas bancarias, servicios de pago, crédito, seguros y otros productos financieros.

GLOSARIO

Índice de confianza MYPE: Herramienta creada por el Observatorio MYPE para medir el nivel de confianza y expectativas de los empresarios MYPE de El Salvador. Considera temas como el comportamiento de las ventas, el empleo, la inversión y los precios, por lo que sus resultados se vuelven valiosos para comprender el desempeño de las MYPE.

Inflación: Aumento de los precios de bienes y servicios en la economía del país durante un período de tiempo. Generalmente la población y los medios de comunicación interpretan la inflación como el cambio en el IPC. Este índice registra los cambios en los precios de una canasta representativa de bienes y servicios que consume la población salvadoreña.

Mercado laboral: Interacciones entre empleadores y trabajadores para ofertar y demandar empleo. Los empleadores demandan mano de obra para llevar a cabo sus actividades y proyectos, mientras que los trabajadores ofrecen su fuerza laboral en busca de empleo y oportunidades de trabajo. En este mercado teórico se determinan salarios, condiciones laborales, beneficios, habilidades requeridas, horarios, así como otros términos y condiciones relacionados con el empleo.

Pobreza extrema: Situación en la que una persona o familia que no tiene los ingresos suficientes para cubrir el costo de la canasta alimentaria básica.

Pobreza relativa: Medida de pobreza que incluye a la población que no tiene ingresos suficientes para cubrir el costo de dos canastas básicas alimentarias.

Producto Interno Bruto: Estimación del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un período determinado, generalmente un año.

Subempleo: Ocupados que tienen dificultad para trabajar un número determinado de horas semanales, así como para obtener una retribución que alcance al menos, el salario mínimo (EHPM, 2022).

Terminal POS: Dispositivo que se utiliza para leer las tarjetas de crédito o débito de los clientes y procesar el pago de una compra. También permite rastrear inventario y administrar ventas.

GLOSARIO

Tigo Money: Billetera electrónica con cobertura en América Latina, que permite realizar recargas de teléfonos celulares, recepción de pagos por pequeños montos para servicios de colecturía, y transferencias de dinero.

Trabajador familiar no remunerado: Persona que trabaja para un familiar (a tiempo completo, parcial o por horas), sin percibir remuneración monetaria alguna.

Trabajador por cuenta propia: Persona que desarrolla una actividad económica por sí mismo y no es empleado de nadie.

Trabajo decente: Según PNUD (2018), es el "trabajo que ofrece una remuneración justa, protección social para el trabajador y su familia, buenas condiciones y seguridad en el lugar de trabajo, posibilidades de desarrollo personal y reconocimiento social, así como igualdad en el trato para hombres y mujeres."

Índice

Capítulo 1
Primer informe sobre las micro y pequeña empresas en El Salvador: Marco de Referencia. 15

Capítulo 2
El índice de confianza MYPE 23

Capítulo 3
Un primer acercamiento a la situación socioeconómica de los propietarios y trabajadores de las MYPES 37

Capítulo 4
Inclusión financiera de los micro y pequeños empresarios. 55

Capítulo 5
Uso y acceso de medios electrónicos y redes sociales para transacciones comerciales y financieras..... 82

Capítulo 6
Las MYPES: un muro contra las migraciones..... 104

Compendio estadístico 115

Anexos 121

Referencias 135

LISTA DE TABLAS

Capítulo 1

Tabla 1.1	Clasificaciones de las micro y pequeñas empresas en distintos países y organismos	17
Tabla 1.2	Clasificación de las micro y pequeñas empresas para efectos de este informe.	18

Capítulo 3

Tabla 3.1	Nivel de estudio de los empresarios MYPE, de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño	41
Tabla 3.2	Tenencia de la vivienda en la que residen los empresarios MYPE de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño	43
Tabla 3.3	Tipo de carencias de las viviendas de los empresarios MYPE propietarios de este tipo de bienes inmuebles	44
Tabla 3.4	Viviendas de empresarios MYPE propietarios de dichos inmuebles con y sin carencias de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño	44
Tabla 3.5	Promedio de ventas brutas diarias por género y sector económico	45
Tabla 3.6	Negocio como principal fuente de ingresos del empresario MYPE de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño	46
Tabla 3.7	Opinión de empresarios MYPE sobre las opciones que están siendo consideradas por las personas que viven en su hogar de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño	47
Tabla 3.8	MYPES con trabajadores o ayudantes mayores de 18 años de acuerdo con el sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño	48
Tabla 3.9	Promedio de trabajadores y porcentajes de mujeres, familiares y trabajadores remunerados, de acuerdo con el sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño de las MYPES.	50
Tabla 3.10	Frecuencia de pago a los trabajadores en MYPES según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño	51
Tabla 3.11	Retribución promedio mensual de los trabajadores remunerados de las MYPES, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño	52
Tabla 3.12	Retribución promedio mensual de los trabajadores remunerados de las MYPES, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño	53

Capítulo 4

Tabla 4.1	Tenencia de cuentas corrientes, de ahorro o a plazos de empresarios MYPE por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	59
Tabla 4.2	Tipo de instituciones que utilizan los empresarios MYPE que tienen cuentas corrientes, de ahorro o a plazos, según sexo, tamaño y sector económico en el que operan	60
Tabla 4.3	Razones aducidas por los empresarios MYPE para no tener cuentas de ahorro por sexo, tamaño de la empresa y sector económico en el que operan	62
Tabla 4.4	Usos que dan o darían empresarios MYPE a cuentas de ahorro o corriente, si las tienen o no, por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	64
Tabla 4.5	Tasa de interés pagada por los empresarios MYPE por el último préstamo por tenencia o no dé cuenta de ahorro, sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	66
Tabla 4.6	Destino actual o potencial de los recursos recibidos a través de un préstamo	68
Tabla 4.7	Razones para no solicitar un préstamo por sexo, tamaño de la em presa, sector económico en el que operan y edad del negocio	70
Tabla 4.8	Tenencia de seguros privados por sexo del empresario MYPE, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa y sector económico en el que operan y edad del negocio	72
Tabla 4.9	Acceso a seguros privados de los empresarios MYPE de acuerdo con sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	74
Tabla 4.10	Razones para no tener seguros entre los empresarios MYPE que, carecen de ellos por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	75
Tabla 4.11	Acceso a tarjeta de crédito de empresarios MYPE por sexo, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	77
Tabla 4.12	Razones aducidas por los empresarios MYPE para no tener acceso a tarjeta de crédito por sexo, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio	79
Tabla 4.12	Uso de transferencias bancarias Tigo Money, enlaces de pago, terminales POS y Chivo Wallet entre los empresarios MYPES	81

Capítulo 5

Tabla 5.1 Medios utilizados por MYPES para comercializar sus productos según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 85

Tabla 5.2 Acceso a cuenta de ahorro según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño 87

Tabla 5.3 Porcentaje de empresas MYPE con cuentas de ahorro que las han abierto desde su teléfono según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 88

Tabla 5.4 Uso de medios electrónicos de los empresarios MYPE para hacer depósitos o retiros de sus cuentas de ahorro en los últimos tres meses según el sexo del empresario, sector del empresario y el tamaño del negocio 90

Tabla 5.5 Porcentaje de empresarios que utilizan medios electrónicos según sexo, sector en el que operan y tamaño del negocio 91

Tabla 5.6 Operaciones hechas con medios electrónicos en los últimos tres meses según el sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 92

Tabla 5.7 Medios electrónicos utilizados para operaciones financieras en los últimos tres meses según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 94

Tabla 5.8 Medios preferidos para realizar compras y hacer o recibir pagos según sexo del empresario, sector del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 95

Tabla 5.9 Percepción de riesgos sobre los diferentes medios para realizar compras, pagos y cobros según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 96

Tabla 5.10 Impacto de las cuentas bancarias sobre el manejo de los recursos según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 97

Tabla 5.11 Preferencia para realizar pagos, compras o cobros por teléfono u otros medios electrónicos sobre el efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 98

Tabla 5.12 Razones por las que resulta más atractivo el uso de medio electrónicos en sus operaciones, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño del negocio 99

Tabla 5.13 Medios que utiliza o utilizaría para hacer transacciones según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (parte 1) 101

Tabla 5.14 Razones por las que no resulta atractivo medios de pago distintos del efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (parte2) 102

Tabla 5.15 Razones por las que no resulta atractivo medios de pago distintos del efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio 103

Capítulo 6

Tabla 6.1 Intención de emigrar antes y después de iniciar un negocio de los empresarios MYPE por sexo, tamaño del negocio, sector económico en el que operan y localización geográfica 109

LISTA DE GRÁFICOS

Capítulo 2

Gráfico 2.1 Índice de confianza MYPE 27

Gráfico 2.2 Índice de Situación Económica e Índice de Expectativa Económica 28

Gráfico 2.3 Situación de ventas 29

Gráfico 2.4 Expectativas de ventas 30

Gráfico 2.5 Situación de empleo 30

Gráfico 2.6 Expectativa de empleo 31

Gráfico 2.7 Situación de inversión 31

Gráfico 2.8 Expectativas de inversión 32

Gráfico 2.9 Situación de precios 33

Gráfico 2.10 Expectativa de precios 33

Gráfico 2.11 Aumento de la competencia 34

Gráfico 2.12 Delincuencia 34

Gráfico 2.13 Dificultades financieras 35

Gráfico 2.14 Disminución de la demanda 35

Gráfico 2.15 Disposiciones municipales y de gobierno para operar 35

Gráfico 2.16 Escasez de mercadería para comprar 36

Gráfico 2.17 Situaciones familiares o personales que requieren de su atención 36

Capítulo 6

Gráfico 6.1 Principales razones que hicieron desistir a empresarios de abandonar el país después de empezar su emprendimiento 110

Gráfico 6.2 Principales razones que hicieron considerar abandonar el país a los empresarios MYPE después de haber iniciado su emprendimiento 110

Gráfico 6.3 Situaciones que podrían llevar a los empresarios MYPE a abandonar el país. 111

Gráfico 6.4 Principales factores que evitan la emigración de un familiar que no trabaja en el negocio 112

Gráfico 6.5 Principales factores que evitan la emigración de trabajadores de las MYPE que están valorando esa posibilidad 112

Gráfico 6.6 Incentivos que necesitan las MYPES para impedir la migración de famiiares o trabajadores 113

Sinópsis

1. NO RECONOCER LA ENORME IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA QUE TIENEN LAS MYPES, HA SIDO UNO DE LOS PRINCIPALES FALLOS DE LAS POLÍTICAS ECONÓMICAS Y SOCIALES EN EL SALVADOR.

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) en los países en desarrollo desempeñan diversas funciones en la economía, ya que, no solo ofrecen bienes y servicios en el mercado, sino que también son fuentes de empleo familiar, medios de subsistencia y oportunidades de autoempleo. Además, se presentan como alternativas para los trabajadores desempleados, mecanismos de empoderamiento económico de las mujeres y protección contra la violencia de género y arraigos contra la migración. La relevancia de cada una de estas dimensiones varía según el nivel de desarrollo y la realidad socioeconómica de cada país. Sin embargo, estos emprendimientos desempeñan un papel fundamental como fuente de bienestar para numerosas familias y como impulsores del crecimiento económico. Por esta razón, suelen ser beneficiarias de diversas políticas públicas diseñadas para fomentar su desarrollo.

Según cálculos del Observatorio MYPE de FUSAI, en el año 2018 existían en El Salvador 845,347 MYPES. De estas unidades económicas, el 94.4% son consideradas microempresas y un 5.3% son pequeñas empresas según otras fuentes (CONAMYPE, 2023). Además, se estima que alrededor del 60% de estas unidades económicas pertenecen a mujeres, mientras que el 40% restante corresponde a hombres. Estas empresas están distribuidas en todo el territorio del país, aunque se concentran principalmente en las zonas urbanas. Por otra parte, aproximadamente dos tercios de la población ocupada total del país trabaja en el sector informal, el cual está compuesto mayoritariamente por MYPES. En cuanto al empleo generado en las MYPES, se estima que el 45.8% corresponde a hombres y el 54.2% a mujeres (Capítulo 1). Este informe evidencia que las MYPES en El Salvador no solo son una herramienta de empoderamiento económico para las mujeres (Capítulos 3 y 4), sino también un mecanismo eficaz para combatir la migración (Capítulo 6).

A pesar de la enorme importancia de las MYPES en El Salvador, existe una notable falta de información sobre ellas. Dado que la mayoría de estas empresas operan en el sector informal, no están registradas en las instituciones encargadas de la recaudación de impuestos y los sistemas de seguridad social. Esto conlleva a que muchos de estos emprendimientos sean invisibles en las estadísticas oficiales, lo que dificulta conocer con precisión las características socioeconómicas de sus propietarios y empleados, así como su nivel de inclusión financiera, acceso a tecnología y su vulnerabilidad ante diversos riesgos. Como resultado, a menudo se les presta una atención inadecuada por parte del Estado a través de las políticas públicas. Uno de los objetivos de la publicación periódica de este informe consiste precisamente en llenar ese vacío e ir construyendo una visión más completa de las MYPES en El Salvador.

Además, los empresarios MYPE, a menudo son objeto de valoraciones negativas y falsas. Por ejemplo, se les estigmatiza como evasores de impuestos, malos clientes, víctimas del consumismo, usurpadores de espacios públicos y hasta de ser los principales responsables del desorden y la suciedad en algunos espacios urbanos. Sin embargo, estas acusaciones son infundadas. En primer lugar, la mayoría de los empresarios MYPE están exentos por ley del pago del impuesto sobre la renta debido a sus bajos ingresos, lo que hace que incluso les resulte difícil cubrir los costos de la canasta básica alimentaria (CONAMYPE, 2023:17-18).

En segundo lugar, está ampliamente documentado que las microfinanzas son una de las áreas de la economía que más se ha expandido en El Salvador después de la finalización de la guerra, lo que demuestra que la mayoría de las MYPES no solamente son buenos clientes, sino también que, con incentivos y productos financieros adaptados a su realidad y necesidades, estas empresas pueden expandirse y contribuir aún más al crecimiento económico. En tercer lugar, es importante señalar que la usurpación de espacios públicos es un fenómeno que se debe principalmente a la mala gestión gubernamental en términos de ordenamiento territorial, ya que en el país la ejercen personas de todos los estratos socioeconómicos, como se puede observar en la reserva de tramos de calles y aceras para parqueos privados, la proliferación de complejos habitacionales de circulación exclusiva y la virtual apropiación de las zonas de playa por parte de dueños de ranchos y hoteles. Finalmente, en cuanto al desorden y la suciedad de algunos espacios urbanos, es importante destacar que este problema se debe principalmente a las dificultades de las autoridades locales para hacer cumplir las diferentes normativas existentes en materia de manejo de desechos sólidos y ordenamiento territorial.

Un ejemplo contundente es la inundación de espacios públicos y privados con publicidad, que incluye hojas volantes, rótulos, vallas, letreros luminosos, mupis, video pantallas y otros soportes utilizados por empresas de publicidad. La incidencia que tienen en el problema aludido estas prácticas es mayor que el generado por las MYPES.

En resumen, es fundamental reconocer la importancia socioeconómica de las MYPES en El Salvador para impulsar políticas económicas y sociales efectivas. Es importante prestar atención a sus necesidades y limitaciones y evitar las valoraciones negativas y falsas. Además, es esencial fortalecer las estadísticas oficiales para conocer mejor como funcionan las MYPES, cuales son los principales problemas que enfrentan, evaluar el impacto de las políticas gubernamentales para su promoción y mejorar la atención que se les brinda.

2. SIN COMPRENDER LA DINÁMICA DE LAS MYPES ES IMPOSIBLE ENTENDER ADECUADAMENTE EL PAÍS QUE TENEMOS.

A pesar de que las MYPES constituyen una abrumadora mayoría dentro del tejido empresarial salvadoreño y son la principal fuente de generación de empleo, la atención en los estudios socioeconómicos tiende a centrarse en las empresas medianas y grandes, o en el mejor de los casos, en aquellas que operan dentro del sector formal de la economía.

Esta perspectiva limitada impide comprender adecuadamente la dinámica económica, social, política y hasta cultural del país que tenemos. Al no prestar suficiente atención a las MYPES, se pierde la oportunidad de comprender en profundidad como funcionan estos negocios y como su desempeño afecta al conjunto de la economía y la sociedad. Por lo tanto, es crucial adoptar un enfoque más amplio y equilibrado, que tenga en cuenta la diversidad y la relevancia de las MYPES en nuestro entorno empresarial y social.
Desafortunadamente, la mayoría de los tanques de pensamiento no han puesto la atención debida a estas dinámicas, lo que ha llevado a que muchas de sus propuestas no se ajusten a los verdaderos desafíos que enfrenta el país. En este sentido, es necesario adoptar al respecto un enfoque más cuidadoso y menos ideológico en los debates académicos.

Aquí es donde radica la principal fortaleza de este informe. Su punto de partida es completamente distinto, ya que se basa en las opiniones y experiencias de miles de empresarios MYPE que luchan diariamente por su sustento y el bienestar de sus familias. Esta perspectiva pionera y auténtica nos permite adentrarnos en las necesidades, preocupaciones y desafíos reales que enfrentan estos empresarios. No está demás reiterar que los empresarios MYPE representan más del 99% del total, pero sus opiniones y preocupaciones suelen ser invisibles en los análisis convencionales. Por eso, este primer informe se titula "La otra cara de la economía".

Uno de sus hallazgos más destacados radica precisamente en que cuando se consulta acerca de los obstáculos que limitan su crecimiento y desarrollo, así como sobre los incentivos que requieren, las respuestas de los empresarios de MYPES difieren considerablemente de las de sus contrapartes más grandes.

Un primer obstáculo para la inversión, señalado por los empresarios medianos y grandes es el alto costo de producir en el país, atribuido a la escasez o deficiencia de bienes y servicios públicos en sectores clave de la economía, como el suministro de agua potable, riego, saneamiento, electricidad, infraestructura logística y tecnologías de la información y comunicación.

Un segundo obstáculo es la falta de mano de obra con las competencias requeridas para satisfacer las necesidades del mercado laboral. El tercer obstáculo hasta finales de 2021 eran los altos niveles de violencia e inseguridad. Finalmente, un cuarto obstáculo mencionado por algunos de estos empresarios es la existencia de un inadecuado clima de inversiones derivado de la existencia de muchas regulaciones y trámites engorrosos, la incertidumbre política, la falta de claridad en las políticas públicas, así como de la incertidumbre en torno a temas como el crecimiento de la deuda pública y el respeto al estado de derecho.

En consecuencia, las demandas de estos empresarios se centran en la simplificación o eliminación de trámites y regulaciones, la racionalización del gasto y el aumento en la inversión pública, la calidad del sistema educativo con énfasis en la educación técnica y la formación profesional, y el respeto al estado de derecho. Además, aunque no se mencionan explícitamente dentro de los factores explicativos de los bajos niveles de inversión privada registrados en el país, muchos de estos empresarios siempre solicitan exenciones fiscales.

A diferencia, las principales dificultades que enfrentan las MYPES para expandir sus operaciones están relacionadas con aspectos tales como: el aumento de la competencia, las dificultades financieras, la disminución de la demanda y las situaciones familiares o personales que requieren su atención (Capítulo 2).
En correspondencia con este diagnóstico, los incentivos que demandan las MYPES se relacionan principalmente con aspectos como el acceso al crédito (Capítulo 4), la asesoría en áreas como ventas y uso de redes sociales, contabilidad, capacitación para ellos y sus trabajadores y familiares, subsidios para el pago de deudas, acceso a seguridad social y subsidios para contratar seguros de emergencia, entre otros (Capítulo 6).

En resumen, comprender la dinámica de las MYPES es fundamental para tener una visión completa y precisa de nuestro país. Para lograr una mejor integración de este segmento empresarial con el resto de la economía, es importante apoyar su competitividad y capacidad de ofrecer servicios de alta calidad dentro de las cadenas de valor, tanto para el Estado, las empresas formales, los hogares y otras MYPES.

Además, es esencial reconocer que el sector informal, donde se encuentran la mayoría de las MYPES, está intrínsecamente vinculado al resto de la economía y desempeña un papel clave en la competitividad general del país, a pesar de que a menudo no se le brinda el reconocimiento adecuado.

3. AUNQUE CIERTOS SEGMENTOS DE LAS MYPES HAN AVANZADO EN LA DIGITALIZACIÓN DE SUS NEGOCIOS, SE REQUIEREN ESFUERZOS ADICIONALES PARA LOGRAR UNA UNIVERSALIZACIÓN DEL ACCESO Y USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS, ESTO ES ESPECIALMENTE RELEVANTE EN EL CASO DE LAS MICROEMPRESAS DE SUBSISTENCIA.
En la era digital, el acceso y uso de medios electrónicos son cruciales para el crecimiento y éxito de las MYPES. Al adoptar tecnologías digitales, las MYPES pueden mejorar su eficiencia, reducir costos y ampliar sus horizontes al explorar nuevos mercados y atraer clientes. Además, existe evidencia que demuestra que las empresas que adoptan tecnologías digitales tienen más probabilidades de sobrevivir, prosperar y recuperarse de los impactos económicos adversos. Aquellas MYPES que se sumen a la transformación digital y superen las barreras existentes estarán preparadas para prosperar en un mundo post-pandémico cada vez más interconectado y altamente competitivo

Un estudio realizado por Microsoft en 2022 encontró que, durante la pandemia, el 91% de las pequeñas y medianas empresas en El Salvador aceleraron su proceso de transformación digital, mientras que un 48% afirmó haber invertido en tecnologías digitales y tener planes de continuar haciéndolo en el futuro. Sin embargo, es importante resaltar que estos avances se han concentrado principalmente en empresas del sector formal de la economía, dejando excluidas a la mayoría de las MYPES que operan en el sector informal. De hecho, se estima que el 19% de las microempresas y el 17% de las pequeñas empresas carecen incluso de información mínima sobre las tecnologías disponibles.

Por otra parte, a pesar de los esfuerzos del gobierno para promover la digitalización de los negocios, mediante iniciativas como la Ley para Facilitar la Inclusión Financiera y los Servicios de Transferencias Interbancarias facilitados por el Banco Central de Reserva (BCR) a través de la solución **Transfer365,** aún persisten múltiples obstáculos que limitan el acceso y uso de medios electrónicos y redes sociales en las transacciones comerciales y financieras de las MYPES.

Según un estudio reciente hecho para el BID, las principales barreras para la adopción digital en las empresas que operan en el sector informal de El Salvador son el costo, la falta de habilidades y la falta de acceso a infraestructura (Echeverría y Martínez, 2022). Esto es esencial, pues mientras que los usuarios del sector formal tienen acceso a servicios de internet con velocidades que oscilan entre 50 y 200 MB/s , la mayoría de las MYPES apenas cuentan con dispositivos que ofrecen velocidades de 5 MB/s[1] o incluso menos.
En el caso de las MYPES ubicadas en zonas rurales el problema es mayor, ya que muchas ni siquiera tienen acceso a una señal adecuada. El costo de aceso a servicios de internet con la calidad mínima requerida para el funcionamiento adecuado de las MYPES, por su parte, tiene un costo mensual que oscila entre los US$40.00 y US$50.00.
Estas tarifas están fuera del alcance de la mayoría de estas empresas, que no cuentan con los recursos económicos para asumir estos costos adicionales.

1. Megabytes por segundo de navegación.

Finalmente, incluso si se solucionaran los problemas de infraestructura y costos, el nivel educativo y las habilidades digitales de las personas que trabajan en las MYPE son un factor crucial. Si no poseen un nivel adecuado de conocimientos para utilizar eficientemente los medios electrónicos tanto en su vida personal como en sus emprendimientos, los esfuerzos realizados en los otros dos ámbitos serán de poco beneficio.

Según el informe (Capítulo 5), se estima que el 79.4% del empresariado MYPE tiene acceso a equipos electrónicos digitales. En detalle, el 76.4% de los empresarios dispone de teléfono con acceso a internet, el 17.8% cuenta con computadora o laptop y un 8.7% tiene acceso a tablets. Además, un 59.6% de los empresarios utiliza canales digitales para comercializar sus productos. Entre estos canales, destaca WhatsApp con un 40.8% de uso, seguido por Facebook con un 15.7%. En menor medida, se utilizan páginas web e Instagram, con un 1.9% y 1.1% respectivamente.

En cuanto al uso de medios electrónicos para realizar depósitos o retiros, el cajero automático es el más utilizado, con un 47.9% de los empresarios MYPE. Le sigue el teléfono, utilizado por el 37.9% de los empresarios, seguido por Tigo Money con un 32.4% y la computadora con un 18.9%.

Finalmente, en lo que respecta a operaciones financieras en general, el medio digital más utilizado es Tigo Money, con un 46.1% de los empresarios MYPE. Le siguen el cajero automático (31.3%), la tarjeta de crédito o débito (26.1%), la banca móvil (24.7%), Chivo Wallet u otras billeteras digitales (14.3%) y la banca por internet (12.4%).

En el caso particular de los microempresarios de subsistencia, las cifras presentadas en este informe revelan una situación sumamente preocupante. Según los datos recopilados, el 35.8% de estos empresarios carece de acceso a dispositivos electrónicos, como teléfonos con conexión a internet, computadoras o tablets. Además, es alarmante que el 49.8% no utilice ningún medio electrónico para comercializar sus productos. Resulta aún más sorprendente el bajo nivel de participación en servicios financieros por parte de estos empresarios. Solo un 27.4% de los empresarios MYPE tiene una cuenta de ahorros y de ese porcentaje, únicamente el 30% mantiene sus cuentas activas. Además, solo un 10% logró abrir una cuenta a través de un teléfono. Por otra parte, un preocupante 45.1% nunca ha utilizado medios electrónicos para realizar transacciones financieras.

Estos datos son especialmente alarmantes considerando que los microempresarios de subsistencia representan aproximadamente un millón de personas, la mayoría de ellos trabajadores por cuenta propia. Estos emprendedores, a través de su autoempleo y la creación de puestos de trabajo para otros, contribuyen con más del 30% de los empleos generados en el país.

La transformación digital implica no solo adoptar nuevas tecnologías, sino también cambiar la mentalidad y la cultura empresarial. Las MYPES deben estar dispuestas a adaptarse, experimentar y aprender de los éxitos y fracasos en la adopción de medios electrónicos. Esto requiere una mayor colaboración entre empresarios, instituciones financieras y el gobierno para compartir conocimientos y recursos.

Para abordar esta situación, es fundamental impulsar políticas integrales que fomenten el acceso y uso de medios electrónicos y redes sociales en las transacciones comerciales y financieras de las MYPES. Particularmente, es necesario garantizar servicios de internet adecuados en todo el país, con velocidades y calidad suficientes para agilizar las operaciones a través de plataformas electrónicas. Asimismo, es crucial ofrecer productos tecnológicos específicos que se adapten a los modelos de negocio de las MYPES, sean de fácil uso y tengan costos de adquisición mínimos. El estudio antes mencionado hecho para el BID recomienda incluso que el gobierno salvadoreño debería otorgar subsidios para lograr este objetivo. Además, se requiere desarrollar programas de formación y capacitación enfocados en el uso de medios electrónicos, dirigidos específicamente a los emprendedores de MYPES, para fortalecer sus habilidades digitales y promover una adopción exitosa de tecnologías en sus actividades comerciales.

4. LAS MUJERES SON MAYORÍA DENTRO DEL EMPRESARIADO MYPE, PERO EXPERIMENTAN IMPORTANTES DESIGUALDADES FRENTE A LOS HOMBRES EN INCLUSIÓN FINANCIERA, ACCESO A MEDIOS ELECTRÓNICOS Y CONDICIONES DE VIDA EN GENERAL.

Del total de micro y pequeñas empresas existentes en el país, se estima que alrededor del 60% pertenecen a mujeres. Sin embargo, de acuerdo con los resultados de este informe, se observan marcadas diferencias de género en casi todos los aspectos investigados.

En primer lugar, es importante destacar que el nivel educativo de las mujeres empresarias es inferior al de los hombres. Solo el 64.9% de las empresarias ha alcanzado al menos el noveno grado de educación, en comparación con el 81.1% de los empresarios (Capítulo 3). Esta disparidad educativa puede tener un impacto significativo en el desarrollo de habilidades empresariales y en la toma de decisiones estratégicas.

Además, se evidencia una marcada diferencia en las condiciones de vivienda entre hombres y mujeres empresarios. El 48.1% de las empresarias indica que sus viviendas presentan carencias, en contraste con el 34.1% de los empresarios (Capítulo 3). Estas deficiencias en las viviendas afectan la calidad de vida de las empresarias y representan barreras para el desarrollo de sus negocios. En términos de ventas promedio diarias, también se observa una brecha significativa entre hombres y mujeres empresarios.

Mientras que los empresarios MYPE registran un promedio de US$135.54 en ventas, las empresarias solo alcanzan un promedio de US$81.94 (Capítulo 3). Esta diferencia del 65% implica menores niveles de rentabilidad en los negocios administrados por las mujeres y afecta sus perspectivas de crecimiento, ya que un mayor nivel de ventas facilita el acceso a financiamiento a tasas más favorables.

Otra diferencia destacada, es la mayor proporción de mujeres empresarias que trabajan por cuenta propia. El 88% de las empresarias se encuentran en esta situación, en comparación con el 49.2% de los emprendedores masculinos.

También se evidencia una brecha entre hombres y mujeres empresarios en cuanto a la posesión y uso de servicios financieros, como cuentas corrientes, de ahorro o a plazo. Solamente el 43.7% de las mujeres empresarias tiene acceso a estos servicios, en contraste con el 60.2% de los empresarios masculinos. Es relevante señalar que solo el 30% de ambos grupos utiliza efectivamente estos servicios, lo que se traduce en niveles de acceso efectivo del 13.1% para las mujeres empresarias y del 18.1% para los hombres.

Además, se detectaron disparidades de género en las tasas de interés a las que contrataron sus créditos. Solo el 24.4% de las empresarias obtuvieron tasas de interés del 20% o menos en su último crédito, en comparación con el 31.9% de los hombres. Además, el 51.5% de las mujeres emprendedoras pagaron tasas superiores al 40%, frente al 43.9% de los hombres (Capítulo 4). Estas diferencias en el acceso a servicios financieros y las tasas de interés tienen un impacto significativo en las oportunidades de crecimiento y desarrollo de los negocios de las empresarias.

Por otro lado, solo el 6% de las empresarias manifiesta tener ahorros para hacer frente a imprevistos, mientras que el 17.1% de los empresarios sí los tiene. Además, el 55.2% de las mujeres empresarias cuenta con al menos un seguro privado, en comparación con el 70% de los hombres. Estos datos revelan la vulnerabilidad de una parte significativa del empresariado femenino ante imprevistos y también destacan la importancia del acceso al sistema de salud pública como una mejor alternativa para aquellos con menores ingresos.

Este informe también destaca que el acceso a dispositivos electrónicos con conexión a internet, como teléfonos, computadoras o tablets, es alto tanto para empresarios hombres como mujeres, con un 78.3% y 80.2% respectivamente. Además, se observa que un mayor porcentaje de mujeres empresarias utiliza medios electrónicos para la comercialización de sus productos en comparación con los hombres (62.1% y 55.9% respectivamente).

Sin embargo, en cuanto al uso de estas herramientas para operaciones financieras, se evidencia una diferencia en favor de los hombres. Por ejemplo, el 16.3% de los empresarios hombres ha abierto cuentas de ahorro desde su teléfono, mientras que solo el 13.3% de las mujeres lo ha hecho.

Asimismo, el uso de medios electrónicos para realizar depósitos o retiros es más común entre los hombres, quienes utilizan el teléfono, la computadora, el cajero automático y otros medios en un 42.4%, 25.8%, 53.9% y 32.5% respectivamente. En contraste, las mujeres utilizan estos medios en un 34.9%, 14.2%, 43.7% y 18.4% respectivamente. La única excepción es Tigo Money, que es utilizado para estos fines por el 23.4% de los hombres y el 38.6% de las mujeres.

Algo similar ocurre con el uso de medios electrónicos para realizar operaciones financieras en general. En el caso de los empresarios hombres, el 33.6%, 33.2%, 27.8%, 17.6% y 15.6% utilizan cajero automático, tarjeta de crédito o débito, banca móvil, Chivo Wallet u otras billeteras digitales y banca por internet respectivamente. En cambio, en el caso de las mujeres, estos porcentajes se reducen a 29.8%, 21.2%, 22.6%, 12.1% y 10.2% respectivamente. Nuevamente, la excepción es Tigo Money, que es utilizado por el 38% de los empresarios hombres y el 51.6% de las mujeres.

Estas disparidades reflejan obstáculos significativos que las empresarias MYPE enfrentan en múltiples aspectos de su actividad económica, lo cual tiene consecuencias notables en la eficiencia y agilidad de sus operaciones.
Abordar estos desafíos se vuelve crucial para fomentar un desarrollo empresarial equitativo y promover un crecimiento inclusivo en el segmento de las MYPES.

Para superar estas barreras, es fundamental implementar políticas específicas que impulsen la igualdad de oportunidades y la inclusión financiera de las mujeres empresarias. Estas políticas deben enfocarse en facilitar el acceso a servicios financieros adaptados a las necesidades y capacidades de las mujeres, incluyendo el acceso a cuentas bancarias, créditos asequibles y seguros adecuados. Asimismo, es esencial promover la educación financiera y el desarrollo de habilidades tecnológicas para empoderar a las mujeres y permitirles aprovechar plenamente los beneficios de la digitalización y la automatización en sus negocios.

5. EN EL SALVADOR, LA PROMOCIÓN DE LAS MYPES ES UNA DE LAS ESTRATEGIAS MÁS EFICACES Y DE MÁS BAJO COSTO PARA FRENAR LAS MIGRACIONES.
Durante las cinco últimas décadas, El Salvador ha perdido más de la cuarta parte de su población (60% jóvenes entre 15 y 30 años), a tal punto que de cada tres personas que consiguieron emplearse, dos lo lograron afuera.
Durante la década de los setenta, cerca de 290,000 personas, principalmente jóvenes, emigraron debido a la inestabilidad política y a las señales cada vez más evidentes del conflicto armado que se avecinaba. En los ochenta, más de medio millón de personas emigraron debido al riesgo de perder la vida en el conflicto armado.

Además, surgieron nuevas razones para emigrar, como la reunificación familiar y la falta de oportunidades laborales en el país. Las redes familiares y comunitarias desempeñaron un papel importante al proporcionar información y apoyo a los emigrantes. En los noventa, más de 600,000 personas emigraron, a pesar de los Acuerdos de Paz y el crecimiento económico. La falta de empleo digno y la violencia también se convirtieron en motivos para emigrar. En las últimas dos décadas, el flujo migratorio se ha mantenido en más de 60,000 personas al año debido a estos factores.

Si el desarrollo humano plantea que la verdadera riqueza de un país está en su gente, la emigración debe considerarse como su antítesis o como una hemorragia de desarrollo humano. De hecho, como resultado de la migración, las familias se dividen y las comunidades se desarticulan, con tal de enviar a sus miembros más osados al encuentro de una supuesta tierra prometida. Estimaciones realizadas para el caso de El Salvador indican que los flujos migratorios generan pérdidas potenciales que equivalen aproximadamente al 7% del PIB anual.

Para hacer frente a esta hemorragia de desarrollo, tanto el gobierno salvadoreño como los de otros países afectados por la migración, como Guatemala, México, Estados Unidos y Canadá, han implementado diversas estrategias de forma unilateral o coordinada. Estas estrategias incluyen advertir sobre los peligros del trayecto en la migración ilegal, tipificar el traslado irregular de personas como delito de tráfico de personas, ampliar los programas de migración temporal, fortalecer la vigilancia en las zonas fronterizas, endurecer las leyes migratorias y suscribir acuerdos de cooperación en materia de asilo, entre otras medidas. Sin embargo, ninguna parece ser tan efectiva como abordar el problema desde su raíz, que radica en la falta de oportunidades laborales debido al escaso desarrollo de la economía local. Es aquí donde las MYPES pueden desempeñar un papel fundamental.

Por un lado, las MYPES generan empleo en las comunidades, ofreciendo oportunidades laborales cercanas a los hogares y familias de las personas. Esta opción resulta atractiva para aquellos que desean quedarse en su país y evitar la migración en busca de trabajo. Además, el éxito de las MYPES conlleva un aumento en los ingresos de las personas, mejorando su calidad de vida y cubriendo sus necesidades básicas, lo que reduce la necesidad de buscar empleo en otros lugares. Al mismo tiempo, el crecimiento de las MYPES impulsa la economía local al incrementar la demanda de bienes y servicios, generando empleo adicional y disminuyendo la necesidad de migrar en busca de oportunidades.

Por último, el desarrollo de las MYPES también fomenta el espíritu emprendedor en las comunidades, inspirando a otras personas a crear sus propios negocios. Esto fortalece la economía local, reduce la dependencia de empleos externos y disminuye la propensión a la migración laboral.

El capítulo 6 de este informe demuestra que, en efecto, iniciar un negocio reduce en más del 60% la intención de emigrar de las personas que están considerando esa opción, con un impacto mayor en hombres (76%) que en mujeres (57%). Muestra también que el impacto de emprender en la propensión a emigrar varía según el tamaño de los emprendimientos y el sector económico en el que operan. Los emprendedores de subsistencia y del sector agropecuario, que constituyen la mayoría, experimentan el mayor impacto, disminuyendo su intención de emigrar en más del 80%.

Por otro lado, casi la mitad de los empresarios que han abandonado la idea de emigrar lo hicieron porque obtuvieron préstamos o financiamiento para iniciar su negocio. En el caso de los familiares y empleados de los empresarios MYPE, se encontró que la creación de empleo remunerado en el negocio, el desarrollo profesional y la capacitación, así como el acceso a financiamiento para emprender su propio negocio son las mejores estrategias para inhibirles su intención de emigrar.

En cuanto a los empresarios MYPE que aún consideran la posibilidad de emigrar (solamente 6.1% del total), más del 75% es por razones económicas. Estas razones incluyen la desconfianza en que mejore la economía del país, los malos resultados que están obteniendo en sus negocios, la falta de acceso a crédito, las deudas y las dificultades para encontrar un empleo formal.

En consonancia con los desafíos que enfrentan para expandirse, los empresarios MYPE identifican una serie de incentivos necesarios para maximizar su contribución en la mitigación de las migraciones. Estos empresarios requieren de incentivos distintos a los demandados por los empresarios de medianas y grandes empresas. Entre los incentivos solicitados, se incluye el acceso a financiamiento, asesoría empresarial, capacitación y mayor acceso a programas de formación profesional, subsidios para el pago de deudas, mejora de las condiciones laborales, acceso a servicios de internet de alta calidad y disponibilidad de seguros para emergencias, entre otros. Es importante destacar que la mayoría de estos incentivos tienen un bajo costo.

En conclusión, el estudio evidencia que fortalecer las MYPES y crear un entorno favorable para su crecimiento es una de las estrategias más efectivas y de menor costo para reducir las migraciones.

6. AUNQUE LA DRÁSTICA REDUCCIÓN DE LA DELINCUENCIA Y EL MAYOR ACCESO AL CRÉDITO HAN MEJORADO EL CLIMA DE NEGOCIOS DE LAS MYPES, HAY TODAVÍA MUCHOS DESAFÍOS PARA OPTIMIZAR SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL PAÍS Y AL BIENESTAR DE SUS FAMILIAS

Cuando los empresarios MYPE tienen acceso a servicios financieros, se les facilita la vida en muchos aspectos. Por ejemplo, pueden reducir la exposición al riesgo al guardar su dinero de manera segura y evitar la movilización de efectivo. Además, con la debida educación financiera, mejoran también su capacidad para hacer frente a situaciones de emergencia y pueden comenzar a planificar a largo plazo. La inclusión financiera generalmente comienza con la obtención de créditos y se extiende a la apertura de cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, banca por internet, pagos de servicios, entre otros.

En 1996, el Libro Blanco de la Microempresa en El Salvador señaló que el principal obstáculo que limitaba la participación equitativa de las MYPES en el mercado era el escaso acceso a los recursos financieros del país. Desde entonces, la oferta de servicios financieros para las MYPES ha experimentado un considerable crecimiento y diversificación, gracias al desarrollo de metodologías y tecnologías especializadas en atender a este sector, como los créditos grupales, la simplificación de trámites, las garantías flexibles y el aprovechamiento de tecnologías digitales, entre otras. Sin embargo, a pesar de estos avances, los datos recopilados para este informe revelan que más del 40% de las MYPES continúan enfrentando dificultades financieras que obstaculizan sus esfuerzos por expandirse.

Estas dificultades, por supuesto, no se refieren solamente a necesidades de financiamiento, sino también al costo de este, sobrendeudamiento y necesidad de reestructuración de deudas, descapitalización por el impacto de la inflación y problemas de gestión financiera, entre otros.

Durante mucho tiempo, la delincuencia también ha sido un factor inhibidor importante para el desarrollo de las MYPE. No obstante, a partir del primer trimestre de 2022, ha dejado de ser un obstáculo relevante. Esto constituye una gran oportunidad para la reactivación de la economía local y barrial y un gran desafío para los gobiernos locales. Sin embargo, los gobiernos locales hasta ahora han concentrado su atención en la puesta en marcha de programas de reordenamiento que favorecen a unas MYPES y afectan a otras. De ahí la necesidad de diseñar e impulsar estrategias de desarrollo local que no excluyan a las microempresas de subsistencia, sino, que las integren y pasen a ser vistas como parte de la solución y no de problema que se quiere resolver.

A pesar de estas mejoras en el clima de negocios para las MYPES, los desafíos que enfrentan siguen siendo enormes. Actualmente, por ejemplo, la mitad de los empresarios MYPE consideran que uno de los principales problemas que afrontan es el aumento de la competencia.

Un tercio sostiene que se enfrentan a dificultades debido a la disminución de la demanda. Alrededor del 20% también informa escasez de mercadería para comprar. Estos tres factores inhibidores podrían estar relacionados con diversos aspectos tales como la inflación registrada especialmente en los productos integrantes de la canasta básica de consumo, que son el principal segmento de mercado al que atienden las MYPES, su baja competitividad, las dificultades para acceder a mercados naturales semi-cautivos como el centroamericano y el de los salvadoreños en el exterior, y la interrupción parcial de las cadenas de suministro, entre otros.

Además, al investigar más a fondo acerca de sus necesidades, muchos empresarios MYPE destacan la importancia de otros aspectos, como el acceso a programas de educación técnica y formación profesional, subsidios para contratar seguros, acceso a servicios de internet de calidad a precios asequibles, ayuda para el pago de deudas, acceso a seguridad social, programas de educación financiera y uso de tecnologías digitales, entre otros. Estos aspectos, que serán parte de la agenda de investigación en los próximos informes, deben ser considerados en el diseño e implementación de un plan integral de apoyo a las MYPES, que incluya objetivos y metas claras, estrategias definidas, recursos necesarios y responsables de su implementación.

La mayoría de los recursos requeridos deben provenir del gobierno, ya que existe suficiente evidencia que respalda la asignación de un presupuesto significativo como un acto de justicia social. Al respecto, es importante tener en cuenta que, en 2016, los incentivos otorgados a las diferentes actividades y ramas económicas del sector formal ascendieron a US$900 millones, equivalente al 3.42% del PIB[1]. Si consideramos esta magnitud de apoyo anual destinado a esas empresas que emplean a un tercio de la población ocupada del país (Capítulo 1), resulta evidente que se requiere un compromiso mucho mayor para atender a las que emplean a los dos tercios restantes.

1. Estos incentivos, conocidos como gasto tributario incluyen todas aquellas disposiciones especiales en materia tributaria que generan una reducción de las obligaciones de los contribuyentes, provocando una pérdida en la recaudación fiscal (Ministerio de Hacienda,2018: 128). Si calculamos el gasto tributario para 2022 suponiendo que representa el mismo porcentaje del PIB de 2016, su valor sería de US$1,111 millones.

Capítulo 1
Primer informe sobre las micro y pequeña empresas en El Salvador: Marco de Referencia

1.1 INTRODUCCIÓN

La micro y la pequeña empresa constituyen un grupo de interés significativo y fuertemente encadenado en la economía salvadoreña sobre el que gira un nuevo modelo de desarrollo inclusivo y sostenible. Para ello, este capítulo presenta un marco de referencia en el que se examinan las diferentes formas en que son conceptualizadas las MYPE y que nos permite analizar el caso de El Salvador de manera más concreta.

En este documento se hace una síntesis de la importancia socioeconómica que tienen las MYPE y que permiten al lector conocer de primera mano contenidos que acercan mucho más a la situación actual de la micro y pequeña empresa en El Salvador.

1.1 ¿QUÉ ES LA MYPE?

Si consideramos que las empresas son organizaciones que combinan recursos productivos para ofrecer bienes o servicios en el mercado y obtener ganancias, las micro y pequeñas empresas (MYPE) en países en desarrollo cumplen con esta función y además son fuente de empleo familiar, medios de subsistencia y autoempleo, alternativas para trabajadores desempleados, mecanismos de protección contra la violencia de género y arraigos contra la migración. En estos países, para los empresarios MYPE, cualquiera de estos aspectos puede ser más importante que las ganancias.

Sin embargo, la relevancia de estas dimensiones varía dependiendo del nivel de desarrollo de cada país. En los países y regiones de mayor desarrollo, a diferencia, las MYPES tienden a funcionar predominantemente como medios para obtener lucro, dejando de lado otros aspectos antes mencionados. Aun así, las MYPES siguen siendo entidades importantes para acelerar el crecimiento económico y son beneficiarias de distintas políticas públicas que buscan impulsarlas.

Es importante destacar que, aunque hay algunas coincidencias en los criterios utilizados para definir las MYPES parámetros aplicados difieren notablemente entre distintos organismos y países. Por ejemplo, el Banco Mundial y la OCDE definen las microempresas como entidades de hasta 9 trabajadores y las pequeñas empresas como aquellas que tienen de 10 a 50 trabajadores.

Por su parte, la Unión Europea considera microempresas a las unidades económicas que tienen hasta 9 trabajadores y facturan menos de dos millones de euros y pequeñas empresas a las que tienen de 11 a 49 trabajadores e ingresos brutos anuales de dos a menos de 10 millones de euros. En Honduras, las microempresas son aquellas que tienen hasta 10 trabajadores remunerados y las pequeñas empresas son las que tienen de 11 a 50 trabajadores remunerados (véase tabla 1.1).

En el caso salvadoreño, la *Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa*[1] , conocida como Ley MYPE, establece que las microempresas son aquellos negocios con ventas brutas anuales de hasta 482 salarios mínimos mensuales y que emplean hasta 10 trabajadores; mientras que las pequeñas empresas son las que tienen ingresos brutos anuales de hasta 4,817 salarios mínimos mensuales con un máximo de 50 trabajadores.

Tabla 1.1: Clasificaciones de las micro y pequeñas empresas en distintos países y organismos

País u organismo	Tipo de empresa	Criterio
Banco Mundial, OCDE	Microempresa	Hasta 9 trabajadores.
	Pequeña empresa	De 10 hasta 50 trabajadores.
Unión Europea	Microempresa	Hasta 9 trabajadores además de una facturación menor a €2 millones al año y un balance general igual o menor a €2 millones.
	Pequeña empresa	Menos de 50 trabajadores además de ingresos brutos anuales y balance general inferiores a €10 millones.
Estados Unidos	Microempresa	Menos de 10 trabajadores aunque esto puede variar a nivel municipal, estatal o federal.
	Pequeña empresa	Variable a nivel municipal, estatal o federal. Generalmente, menos de 500 trabajadores, aunque esto depende del sector en el que opere el negocio.
México	Microempresa	Hasta 10 trabajadores.
	Pequeña empresa	De 11 hasta 50 trabajadores, pero para el comercio entre 11 y 30 trabajadores.
Honduras	Microempresa	Hasta 10 trabajadores remunerados.
	Pequeña empresa	De 11 hasta 50 trabajadores remunerados.
El Salvador	Microempresa	Ventas brutas anuales de hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía (actualmente US$175,930.00) y hasta 10 trabajadores.
	Pequeña empresa	Ventas brutas anuales de hasta 4,817 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía (actualmente US$1,758,205.00) y de 11 hasta 50 trabajadores.

Fuentes: CONAMYPE (2017), Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa (2018), Hait (2021), SBA (2022), Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2019), Ley para la Recuperación y Reactivación Económica de la Micro y Pequeña Empresa (2022), OECD (2019), DAES (2020), MTPS (2021).

En El Salvador, debido al alto nivel de diversidad y heterogeneidad de las microempresas, se han establecidos tres categorías para clasificarlas: de subsistencia, de acumulación simple y de acumulación ampliada (Comité Coordinador del Libro Blanco de la Microempresa, 1996). Las microempresas de subsistencia son aquellas que que tienen tan baja productividad y solo buscan generar ingresos para el consumo inmediato.

1 Decreto Legislativo N° 667 promulgado el 25 de abril de 2014 y publicado en el Diario Oficial N° 90, del 20 de mayo del mismo año. Reformado mediante el Decreto Legislativo No. 838 del 15 de noviembre de 2017 y publicada en el Diario Oficial No. 222, Tomo 417 del día 28 del mismo mes y año.

Se estima que estas empresas representan el 70% del total de microempresas. Las microempresas de acumulación simple generan ingresos que cubren los costos de la actividad, pero no generan excedentes suficientes para invertir en capital. Estas empresas representan el 26 % del total. Finalmente, las microempresas de acumulación ampliada son aquellas cuya productividad es suficientemente alta como para generar excedentes y permitir la inversión en el crecimiento de la empresa.

En este informe, se utilizará una clasificación basada en la Ley MYPE y en el Libro Blanco de la Microempresa, aunque más práctica. Esta clasificación diferencia cuatro categorías: microempresas de subsistencia, que tienen ventas mensuales de menos de US$1,200; microempresas de acumulación simple, que tienen ventas mensuales entre US$1,201 y US$4,200; microempresas de acumulación ampliada, que tienen ventas mensuales entre US$4,201 y US$8,300; y pequeñas empresas, que tienen ventas mensuales entre US$8300 y US$100,000 (véase tabla 1.2).

Tabla 1.2: Clasificaciones de las micro y pequeñas empresas en distintos países y organismos

Categoría	Ventas mensuales	Capacidad de inversión estimada
Microempresas de subsistencia	Menos de US$1,200	Ninguna. Buscan generar ingresos para el consumo inmediato.
Microempresas de acumulación simple	Entre US$1,201 y US$4,200	Únicamente lo necesario para mantener el negocio.
Microempresas de acumulación ampliada	Entre US$4,201 y US$8,300	Baja, pero con capacidad para hacer crecer el negocio.
Pequeñas empresas	Más de US$8,300	Media y con capacidad para crecer.

Fuente: Elaboración propia

1.2 LA IMPORTANCIA DE LAS MYPES PARA EL DESARROLLO

Las MYPES tienen una relación estrecha con el desarrollo socioeconómico de un país ya que fomentan la competencia, dinamizan el mercado laboral, aumentan la tasa de participación de las mujeres en la economía y fortalecen las cadenas de valor, especialmente en los mercados menos atendidos.

Con lo anterior, desempeñan un papel estabilizador durante las catástrofes y crisis económicas. En este sentido se pueden resaltar:

Fomento de la competencia: Las MYPES fomentan la competencia de diferentes maneras; en primer lugar, al ser más numerosas y poseer un capital más parecido entre sí ,a diferencia de las empresas medianas y grandes, se crea una competencia interna por los mismos clientes.

En segundo lugar, la competencia entre las MYPES puede prevenir la aparición de monopolios y fomentar la innovación. Además, el fomento de la competencia que permite impulsar a las MYPES a mejorar la calidad de sus productos y servicios, adoptando prácticas más eficientes y sostenibles en el tiempo.

Dinamización del mercado laboral: Las MYPES representan una importante fuente de empleo, especialmente en las zonas rurales y en áreas urbanas con bajos ingresos, brindando oportunidades de autoempleo a sus propietarios, también ofrecen empleo a familiares y allegados. De esta manera, las MYPE sirven como refugio para personas que no pueden acceder a un empleo formal e introducen a muchos jóvenes al mercado laboral.

Asimismo, al promoverse las MYPES, se fomenta el crecimiento económico local y se generan empleos en las comunidades donde operan, lo que puede fortalecer la base económica de un espacio territorial.

Aumento en la tasa de participación económica de las mujeres: Una de las razones radica en que las MYPES son más flexibles en cuanto a horarios, lo que permite a las mujeres conciliar su trabajo con sus responsabilidades familiares y personales. Además, las MYPES brindan a las mujeres la posibilidad de crear y gestionar sus propios negocios, lo cual se refleja en el hecho de que la mayoría de los propietarios de microempresas en el mundo, incluyendo El Salvador, son mujeres. Asimismo, las MYPES pueden ofrecer a las mujeres, oportunidades de capacitación y desarrollo de habilidades que luego les permiten mejorar su empleabilidad y obtener mayores ingresos.

Fortalecimiento de las cadenas de valor: Una razón es porque suelen ubicarse cerca de sus clientes, permitiéndoles identificar y responder a sus necesidades con mayor rapidez que las empresas de mayor tamaño.
Además, pueden ofrecer una mayor diversidad de proveedores y productos a las medianas y grandes empresas, fortaleciendo así la resiliencia de las cadenas de valor frente a eventos como crisis económicas, catástrofes originadas por fenómenos ambientales o pandemias.

Todos estos aspectos guardan una relación con el desarrollo, pues contribuyen a reducir la pobreza, fomentan el crecimiento económico y mejoran la calidad de vida de las personas**.**

1.3 LA IMPORTANCIA DE LAS MYPES EN LA ECONOMÍA SALVADOREÑA

En El Salvador, las MYPES tienen una enorme importancia socioeconómica. Según el Observatorio MYPE de FUSAI, para 2022 había 833,164 unidades económicas en el país[1]. Otras fuentes, como CONAMYPE(2023), sugieren que aproximadamente el 94.4 % de estas son microempresas y el 5.3 % son pequeñas empresas[2]. Además, se estima que alrededor del 60% de las MYPES pertenecen a mujeres, mientras que el 40% restante son propiedad de hombres[3] .

Al combinar los datos de la EHPM-2022 con el informe de coyuntura del ISSS, el Observatorio MYPE de FUSAI estima que aproximadamente dos tercios de la población ocupada total del país trabajan dentro del sector informal, integrado mayoritariamente por MYPES. Se estima, además, que del total de trabajadores en las micro y pequeña el 45.8% son hombres, mientras que el 54.2% son mujeres.

Respecto a la ubicación geográfica, según DIGESTYC/CONAMYPE (2017), el 30.5% de las MYPES están localizadas en el departamento de San Salvador, 12.9% en La Libertad, 10.4% en Sonsonate y 0.4% en Ahuachapán.

Sorprende, sin embargo, que únicamente el 2,4 % se localizan en San Miguel. Se estima que el 31,3 % de la población ocupada total del país trabaja en MYPES, del cual el 45.8 % son hombres y el 54.2 % mujeres. Además, el 46 % de las MYPES tienen 5 años o menos, lo que sugiere que hay una constante rotación de establecimientos que cierran y son reemplazados por otros que inician operaciones.

1. El cálculo del número de unidades económicas realizado por el Observatorio MYPE de FUSAI se basa en datos obtenidos de la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM). Para estimar el número total de unidades económicas en el año 2022, se suman los empleadores o patronos, los trabajadores por cuenta propia con local y los trabajadores por cuenta propia sin local que son reportados en la EHPM-2022 (BCR-2023). Una vez obtenido este dato, el Observatorio realiza un pequeño ajuste para refinar la estimación.
2. Entre las fuentes consultadas se encuentran: La Encuesta Nacional sobre la Micro y Pequeña Empresa 2017(DISGESTYC/ CONAMYPE, 2018), el Directorio de Unidades Económicas 2011-2012 (DIGESTYC/MINEC, 2012), la Encuesta oficial sobre las condiciones de las MYPE ante la pandemia de COVID 19 (CONAMYPE, 2020) y el Registro MYPE mayo 2015 a mayo 2022 de CONAMYPE.
3. La distribución porcentual por género de los empresarios mype que reporta CONAMYPE es casi similar a la que resultó de las diferentes encuestas realizadas para la preparación de este informe.

Por otro lado, las MYPES salvadoreñas se concentran principalmente en dos sectores: el 39.6% en el sector servicios y el 43.3 % en el comercio. Asimismo, se caracterizan por estar cerca de sus clientes, con un 51.3 % ubicadas en el mismo barrio, caserío o cantón donde están domiciliadas y un 37.7 % en el mismo municipio.

1.4 LA IMPORTANCIA DE UN INFORME SOBRE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL SALVADOR

1.4.1 ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ELABORAR PERIÓDICAMENTE INFORMES DE ESTE TIPO?

Elaborar informes periódicos sobre el estado de las micro y pequeñas empresas en El Salvador (INMYPES) es esencial por al menos tres razones:

En primer lugar, estos informes permiten comprender mejor las tendencias, los progresos, las problemáticas y los desafíos que enfrentan cotidianamente muchas familias salvadoreñas. Las MYPES representan una abrumadora mayoría dentro del tejido empresarial del país y dan ocupación a más de tres de cada cuatro salvadoreños. A pesar de ello, la mayoría de los estudios e informes socioeconómicos en el país suelen centrarse en las empresas medianas y grandes, o en el mejor de los casos, en las que pertenecen al denominado sector formal de la economía. Al seguir este enfoque, se renuncia a la posibilidad de comprender mejor como funciona la economía y la sociedad en su conjunto.

En segundo lugar, los informes de esta naturaleza contienen información valiosa para los tomadores de decisiones, tanto en el sector público como en el privado. Esta información puede ser utilizada por los gobiernos para diseñar políticas públicas y herramientas de apoyo en favor de las MYPES y, de esta manera, avanzar hacia la construcción de una sociedad más próspera y equitativa. Los agentes privados que forman parte de las redes con las que los empresarios MYPE realizan transacciones (proveedores, prestamistas, inversionistas, etc.), por su parte, pueden utilizar esta información para identificar tendencias, riesgos y oportunidades de hacer negocios con estas empresas.

En tercer lugar, este tipo de informes, como señaló Mahbul Ul Haq, creador del concepto y del índice de desarrollo humano, permiten ver las cosas desde *la posición ventajosa de la gente*; es decir, escuchando a millares de personas que luchan diariamente por ganarse la vida y llevar un mínimo de bienestar a sus familias. De esta forma, se puede comprender mejor sus necesidades y preocupaciones, lo cual es fundamental para diseñar políticas públicas y herramientas de apoyo adecuadas que permitan a las MYPES crecer y desarrollarse.

1.4.2 CRITERIOS

Los informes sobre el estado de las micro y pequeñas empresas en El Salvador (INMYPES) deben cumplir con ciertas características que permitan ofrecer un análisis objetivo e imparcial de la realidad de las MYPES en el país. A continuación, se detallan algunas de las características más importantes que se buscarán en cada informe:

Propiedad nacional: El contenido del informe se centrará en conocer la realidad de las MYPES en El Salvador, destacando sus fortalezas, limitaciones, oportunidades y amenazas.

Independencia del análisis: Se garantizará la completa independencia editorial para su elaboración, basándose en análisis objetivos e imparciales derivados del procesamiento de datos e información provenientes de fuentes confiables.

Calidad del análisis: Los análisis que se incorporen serán académicamente rigurosos, evitando en la medida de lo posible juicios de valor.

Preparación participativa e incluyente: Se incorporarán resultados de encuestas, entrevistas o grupos focales dirigidos a los empresarios MYPE y a las personas que trabajan con ellos.

Sencillez: Se expresará el contenido de manera sencilla y accesible para todas las audiencias, sin renunciar a la rigurosidad académica.

Propositivo: Se tratará de proponer medidas para mejorar el desempeño de las MYPES en el país a partir de diagnósticos bien fundamentados.

Seguimiento continuo: Se incluirán aspectos y secciones que permitan determinar cómo se están moviendo los principales indicadores relacionados con las mypes y los avances en la construcción de un marco de políticas públicas más favorable para su desarrollo.

Estas características ayudarán a que los INMYPES sean una herramienta útil para comprender la conexión entre el desarrollo de las MYPES y el país en general. Además, serán accesibles y estarán en sintonía con las necesidades de los salvadoreños, brindando información actualizada y análisis propositivos para los tomadores de decisiones.

Capítulo 2
El índice de confianza MYPE

2.1 INTRODUCCIÓN

La confianza es un factor determinante en la toma de decisiones empresariales. Si los negocios tienen un buen desempeño y las expectativas son favorables, es muy probable que los empresarios estén dispuestos a invertir en sus empresas, contratar más trabajadores y expandirse. Por otro lado, si los negocios han tenido un desempeño desfavorable y, además, tienen una visión pesimista sobre el futuro de la economía, los empresarios pueden restringir la inversión y las contrataciones, lo que puede tener un impacto negativo en la economía.

Para cuantificar el efecto conjunto de estas valoraciones, la Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral, a través del Observatorio MYPE, ha creado el Índice de Confianza MYPE, el cual, tiene como objetivo estimar y resumir el grado de confianza y la visión de los empresarios MYPE sobre su negocio y la situación económica del país. Además, este Índice permite identificar áreas que requieren políticas y medidas de atención por parte del gobierno, así como de las instituciones financieras y técnicas que apoyan a las MYPES.

2.1 METODOLOGÍA

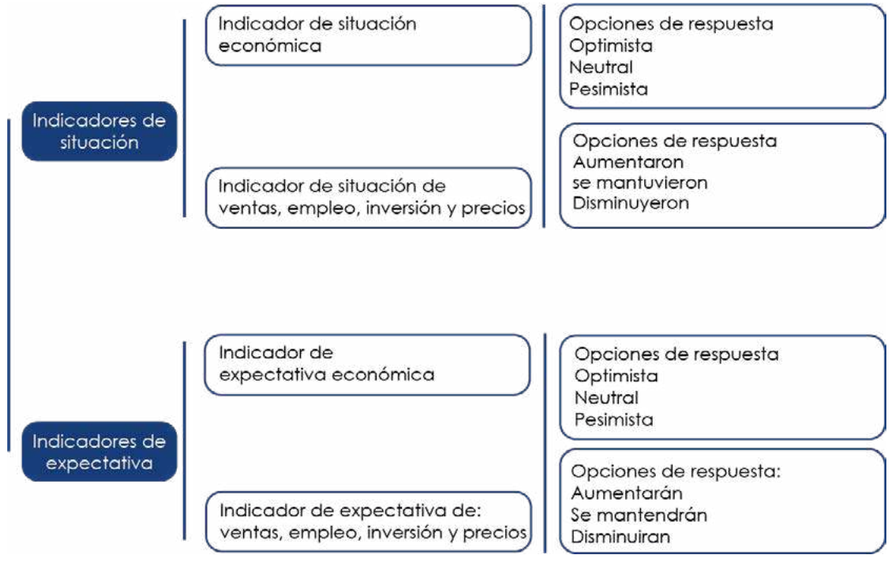
El cálculo del Índice de Confianza MYPE se basa en la metodología utilizada por el Instituto Nacional de España (INE) para los indicadores de confianza empresarial. Para ello, se utiliza un cuestionario dirigido a una muestra aleatoria de micro y pequeños empresarios de todo el territorio salvadoreño. El tamaño de la muestra se establece en base a un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, asumiendo que las características de los empresarios siguen una distribución normal y utilizando como referencia las últimas estimaciones disponibles sobre el total de MYPES en el país.

El cuestionario se aplica trimestralmente desde junio de 2020 y consta de preguntas cerradas que exploran la situación de los encuestados durante el trimestre actual y sus expectativas para el próximo trimestre. Además, se realizan preguntas específicas sobre aspectos como el comportamiento de las ventas, el empleo, la inversión y los precios, entre otros. Los empresarios pueden responder con una de tres opciones: optimista, neutral o pesimista, como se muestra en la Figura 2.1.

Posteriormente, se procede a calcular los indicadores de situación y expectativa. Estos se obtienen a partir de la diferencia entre la proporción de opiniones optimistas (o al alza) y la proporción de opiniones pesimistas (o a la baja) de cada período. La metodología utilizada para calcular estos indicadores presenta ventajas en términos de simplicidad y facilidad de respuesta por parte del empresariado MYPE.

No obstante, también presenta una debilidad, ya que, al tratarse de únicamente tres opciones de respuesta, los indicadores pueden mostrar mayor volatilidad.

Figura 2.1: Diagrama conceptual de los indicadores de situación y de expectativa económica



Fuente: Elaboración propia

A pesar de ello, los indicadores de situación y expectativa económica son muy relevantes para estimar las proyecciones del empresariado MYPE. En ellos se resume la estabilidad financiera y la marcha de los negocios encuestados, así como las expectativas de los empresarios para el próximo trimestre. Además, como estos indicadores están fuertemente asociados con el nivel de vida y la capacidad de inversión de los empresarios, se utilizan como insumo para calcular el Índice de Confianza.

Este Índice busca cuantificar la confianza de los empresarios en sus negocios. Sin embargo, para evitar un comportamiento demasiado volátil del indicador, se promedian los indicadores de situación y expectativa económica mediante una media geométrica que disminuye el efecto de valores extremos.
El resultado se conoce como "Confianza Empresarial" y puede oscilar entre -100 y 100.

Además, el cuestionario que se aplica a los empresarios permite profundizar en algunos factores que creen que están limitando la actividad de su negocio. Estos pueden ser: Baja demanda, escasez de mercadería, dificultades financieras, aumento de la competencia, restricciones municipales y de gobierno,situaciones familiares o personales que requieren su atención, entre otros.

Cabe agregar, que la metodología utilizada para la estimación del Índice de Confianza MYPE es valiosa y novedosa, ya que permite obtener una visión amplia de las perspectivas de los empresarios MYPE sobre su negocio y la economía en general. Esta información es esencial para entender como las expectativas de los empresarios pueden afectar el crecimiento económico y la generación de empleo. Es importante destacar que tradicionalmente los análisis económicos no han considerado las perspectivas de los empresarios MYPES, lo que ha llevado a una falta de comprensión de las dinámicas económicas en el nivel más básico de la economía. Al incluir las opiniones y expectativas de los empresarios MYPE en el análisis, se puede obtener una visión más completa y realista de la situación económica del país.

2.3 EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CONFIANZA MYPE Y LOS INDICADORES DE SITUACIÓN Y EXPECTATIVA

2.3.1 EL ÍNDICE DE CONFIANZA MYPE

En junio de 2020, el Índice de Confianza MYPE alcanzó su nivel más bajo debido al confinamiento y a la recesión económica causada por la pandemia de Covid-19 (ver gráfico 2.1). A medida que la economía se recuperaba y volvía a la normalidad entre 2020 y 2021, el Índice mostró una tendencia al alza hasta marzo de 2022, momento en que se vio interrumpido por un declive en el siguiente trimestre.

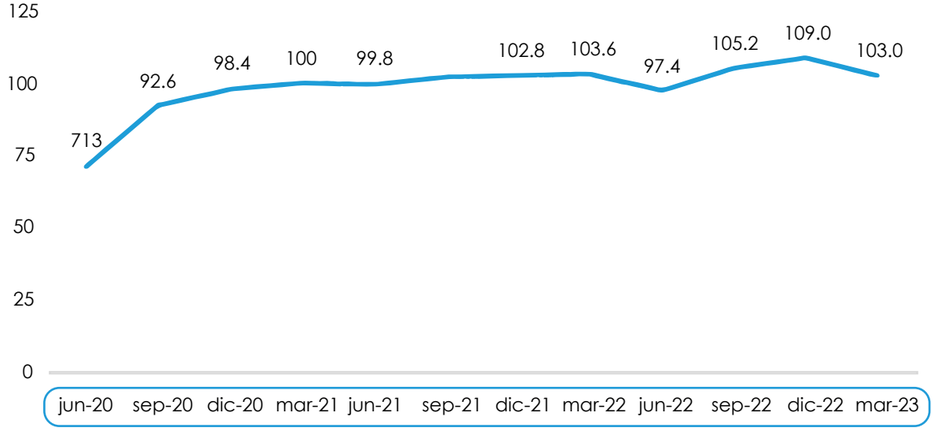
La disminución del Índice de Confianza en junio de 2022 tuvo dos causas fundamentales: en primer lugar, el inicio del régimen de excepción el 27 de marzo de 2022 y, en segundo lugar, el aumento de precios de los bienes de consumo básico causado por la guerra de Rusia contra Ucrania. Aunque el régimen de excepción tuvo éxito en desarticular pandillas, reducir las extorsiones y disminuir la violencia, también se produjeron abusos y detenciones arbitrarias (HRW, 2022; Amnistía Internacional, 2023) que afectaron principalmente a los estratos más pobres de la población salvadoreña, incluidos muchos empresarios MYPE.

Durante la reapertura de la economía, las MYPES ya habían estado lidiando con la inflación, que se aceleró en el segundo trimestre de 2022 debido a la guerra en Ucrania y otros factores, alcanzando su punto máximo en junio con un 7.8%. Sin embargo, la inflación comenzó a desacelerarse después y la población comenzó a sentir los efectos positivos de una mayor seguridad.

A pesar de esto, las MYPES continuaron experimentando los efectos de la inflación, aunque en diciembre de 2022, el Índice de Confianza aumentó significativamente. Este aumento se debió en parte al aumento de las remesas y al mayor nivel de consumo típico del último trimestre del año, lo que a su vez impulsó las ventas de las MYPES.

En el primer trimestre de 2023, el Índice experimentó una disminución, ya que el aumento de las remesas y el nivel de consumo característico de fin de año no continuaron. A pesar de esto, el valor del índice sigue siendo más alto que en el primer trimestre de 2021

Gráfico 2.1: Índice de Confianza MYPE

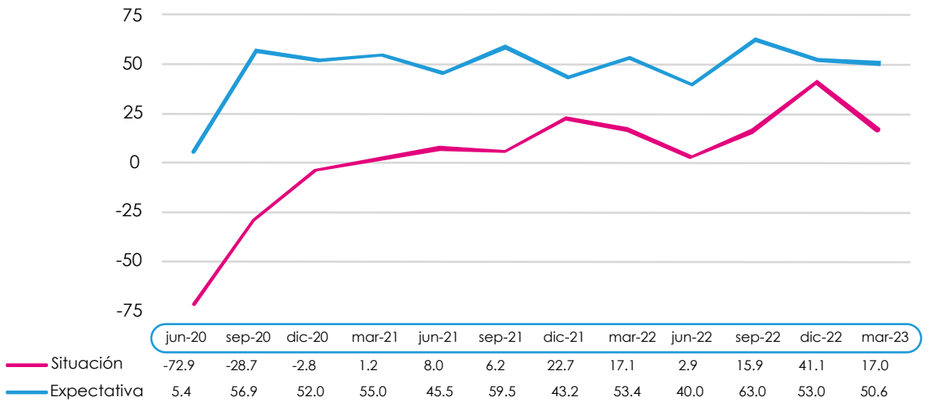


2.3.2 LOS ÍNDICES SITUACIÓN Y EXPECTATIVA ECONÓMICA

Los índices de situación y de expectativa económica son indicadores que engloban diversos aspectos relacionados con la estabilidad financiera y el rendimiento de los negocios encuestados, así como con las expectativas de los empresarios para el próximo trimestre. El índice de situación económica es fundamental, ya que se relaciona con el nivel de vida y la capacidad de inversión de los empresarios. Por otro lado, el índice de expectativa económica está asociado con la disposición de los empresarios para invertir más en su negocio o incluso salir del mercado en caso de adversidades.

Como se puede observar en el gráfico 2.2, el índice de expectativa económica es consistentemente más alto que el índice de situación económica en todos los trimestres. Esto quiere decir que, a pesar de que las condiciones existentes no sean las mejores, el empresariado MYPE tiende a ser optimista y a mantener altas expectativas de crecimiento en su negocio. De hecho, desde el segundo trimestre de 2020 hasta el primer trimestre de 2023, la proporción promedio de respuestas favorables sobre la situación económica solo alcanza el 28.1%, mientras que la proporción promedio de expectativas económicas favorables es más del doble con un 56.4%. Es interesante destacar que incluso durante la época de confinamiento por la pandemia de Covid-19 en el segundo trimestre de 2020, las MYPES mantuvieron una mayor proporción de expectativas favorables que desfavorables.

Gráfico 2.2: Índice de Situación Económica e Índice de Expectativa Económica



	jun-20	sep-20	dic-20	mar-21	jun-21	sep-21	dic-21	mar-22	jun-22	sep-22	dic-22	mar-23
Situación	-72.9	-28.7	-2.8	1.2	8.0	6.2	22.7	17.1	2.9	15.9	41.1	17.0
Expectativa	5.4	56.9	52.0	55.0	45.5	59.5	43.2	53.4	40.0	63.0	53.0	50.6

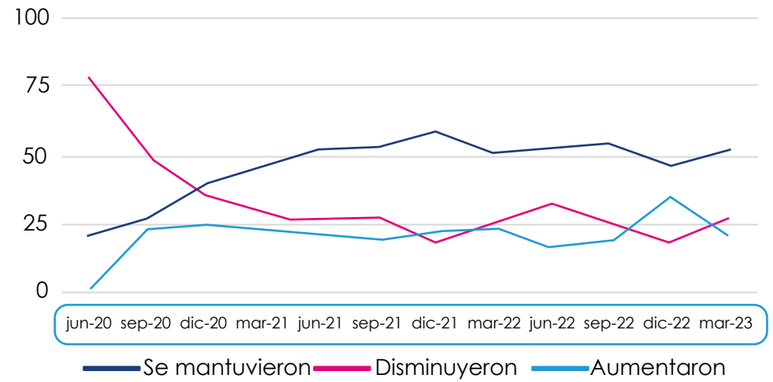
2.3.3 ANÁLISIS DE SITUACIÓN Y EXPECTATIVAS DE VENTAS, EMPLEO, INVERSIÓN Y PRECIOS

Durante el período entre el segundo trimestre de 2021 y el primer trimestre de 2023, la mayoría de las MYPES en El Salvador mantuvieron sus ventas en un nivel similar al del trimestre anterior. Según el gráfico 2.3, el 52.7% de los establecimientos no experimentaron cambios significativos en sus ventas, mientras que solo un 22.2% de ellos aumentó sus ventas y un 25.1% las redujo.

En promedio, esto sugiere que las MYPES se encuentran estancadas en términos de ventas, lo que es sorprendente considerando las mejoras en la seguridad pública logradas a partir del establecimiento del estado de excepción el 27 de marzo de 2022[1]. Sin embargo, los empresarios mantienen un alto nivel de optimismo en cuanto al futuro de sus negocios. Solo un 8.3% de los empresarios encuestados durante este período expresaron temor de que sus ventas se reduzcan, mientras que un 49.5% pronosticó que estas aumentarían y un 42.3% esperaba que permanecieran en el mismo nivel. Este optimismo también se reflejó en el tercer trimestre de 2022, cuando el 64.7% de los establecimientos encuestados esperaba un aumento en las ventas para el período de fin de año, aunque en realidad solo un 34.9% de ellos experimentó un incremento durante ese período.

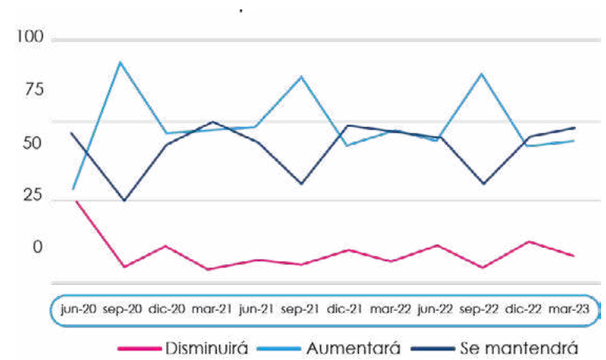
La situación es parecida para el primer trimestre de 2023, pues el porcentaje de empresas que esperan que sus ventas disminuyan bajó al 8.3% y la proporción de establecimientos que pronostican un aumento, subió al 44.1%.

Gráfico 2.3: Situación de ventas



1. Aunque podría ser parcialmente explicado porque luego de la adopción de esta medida una alta cantidad de microempresarios que han sido desalojados del centro histórico de San Salvador y de otros centros urbanos del país

Gráfico 2.4: Expectativas de ventas



En el período comprendido entre junio de 2021 y marzo de 2023, se observa que la variación en el empleo dentro de las MYPES es menor que en el caso de las ventas. De hecho, en promedio, el 66% de los establecimientos mantuvo el mismo número de trabajadores que en el trimestre anterior (véase gráfico 2.5). En cuanto a las expectativas de los empresarios, estas también fueron moderadas, ya que, a lo largo del mismo período, un 61.1% de ellos esperaba mantener el mismo número de empleados para el próximo trimestre.

Es interesante destacar que, a pesar del estancamiento en el nivel de ventas y el aumento en el costo de vida, entre enero de 2022 y marzo de 2023, solo un 16.1% de los empresarios redujo la cantidad de trabajadores en su establecimiento, mientras que un 18.7% adquirió más personal. Esto refleja la fuerte relación entre las MYPES y el empleo, lo cual puede ser un indicador de la importancia que estas tienen en la economía local y en la generación de empleo.

Gráfico 2.5: Situación de empleo

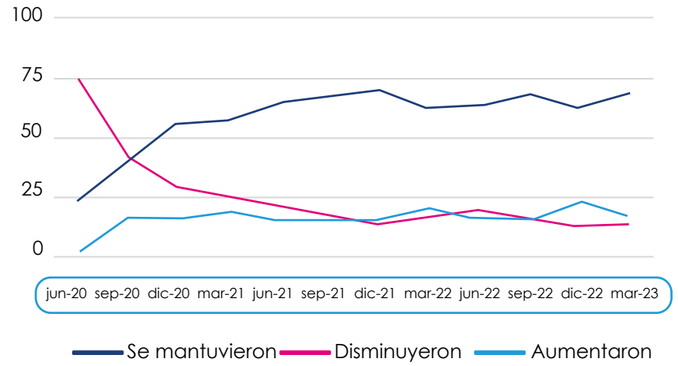
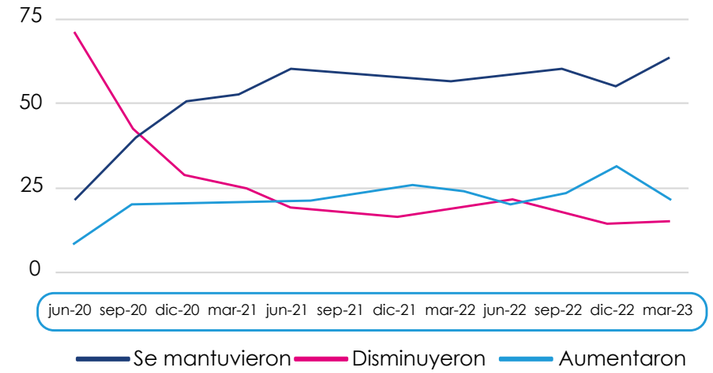


Gráfico 2.6: Expectativa empleo



Por otro lado, de acuerdo con el análisis de situación, el comportamiento de la inversión parece mostrar una tendencia estable desde mediados de 2021, como se puede observar en el gráfico 2.7. Sin embargo, en cuanto a las expectativas, la inversión presenta un comportamiento particular en el tercer trimestre de cada año.

En promedio, el 49% de los encuestados indican que aumentarán su inversión el trimestre siguiente, una cifra significativamente mayor que la media del 32.6% de encuestados que prevén un aumento en los primeros, segundos y cuartos trimestres de cada año. Este aumento podría ser influenciado por las empresas del sector comercial, que probablemente invierten más en la adquisición de mercadería como preparación para la época de fin de año.

Gráfico 2.7: Situación de inversión

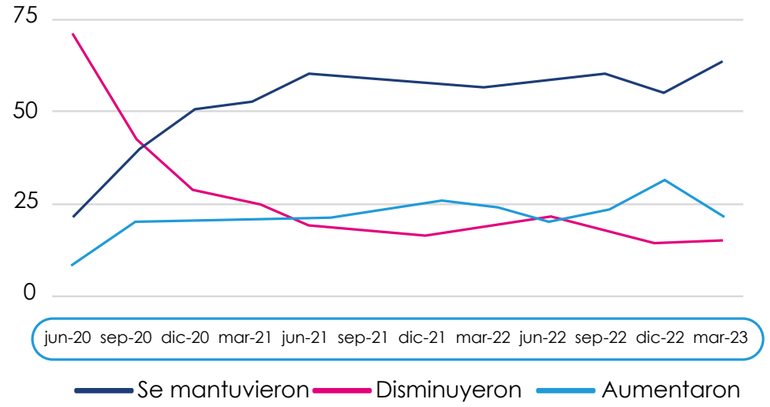
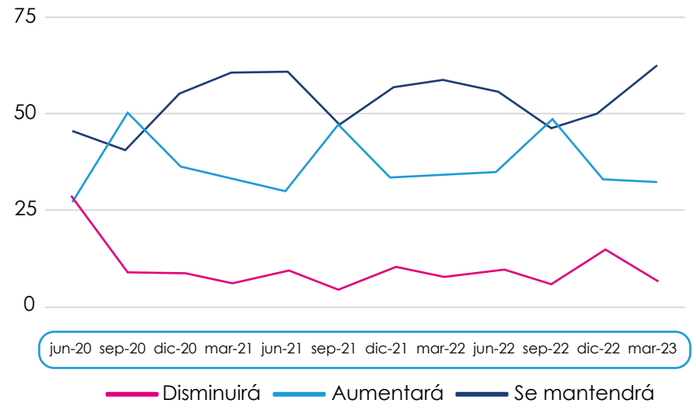


Gráfico 2.8: Expectativas de inversión



Por último, el gráfico 2.9 muestra que, desde el cuarto trimestre de 2020 hasta el segundo trimestre de 2021, el porcentaje de empresarios que aumentaron sus precios con respecto al trimestre anterior pasó del 31.2% al 47.5% y luego se mantuvo en un promedio de 46% hasta marzo 2023. Esto significa que el comportamiento de este indicador de situación está en armonía con el que ha tenido el índice de precios al consumidor (IPC), que es el principal indicador utilizado para medir la inflación en el país.

En cuanto a las expectativas de los empresarios MYPE sobre el comportamiento de los precios, se destaca que en este caso son más acertadas en comparación con las de ventas, empleo e inversión. El gráfico 2.10 evidencia que, en las ocho encuestas realizadas entre marzo de 2021 y diciembre de 2022, un promedio del 39.8 % del empresariado esperaba un aumento de precios para el siguiente trimestre, cifra cercana al promedio de 46% que efectivamente registró un incremento en dicha variable luego de transcurrido cada trimestre.

Esto indica que los empresarios son más certeros en predecir el comportamiento de los precios de los bienes y servicios que ofrecen, aunque también es posible que tengan un comportamiento procíclico en sus expectativas inflacionarias; es decir, que pronostiquen aumentos en los precios cuando estos ya vienen ocurriendo de forma significativa.

Gráfico 2.9: Situación de precios

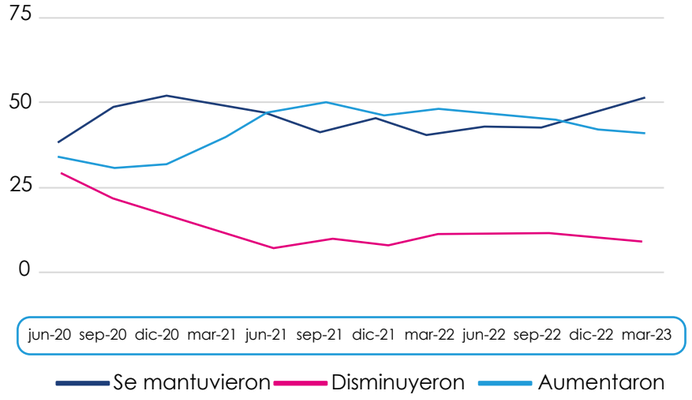
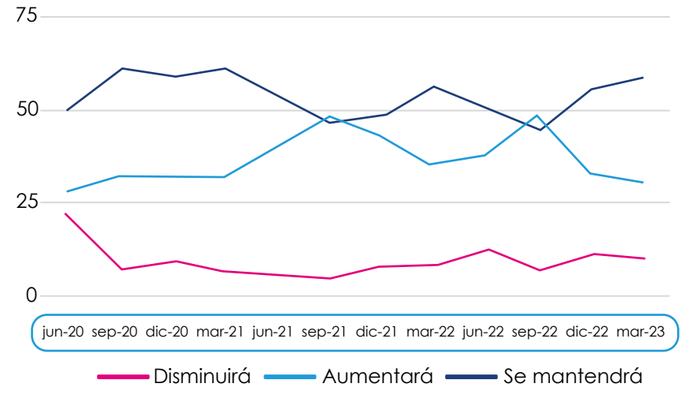


Gráfico 2.10: Expectativa de precios



2.3.4 FACTORES INHIBIDORES DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS MYPES

El cuestionario utilizado para recopilar los datos del Índice de Confianza de las MYPE y los indicadores de situación y expectativas también incluye una pregunta sobre los factores que afectan el desarrollo de cada establecimiento.

Los resultados de esta pregunta, indican que las dificultades financieras son el principal factor inhibidor para un 42.3% de los encuestados cada trimestre, seguido del aumento de la competencia para un 39.1% y la disminución de la demanda para un 34.2%. Sin embargo, a pesar de su importancia histórica, las dificultades financieras han sido menos mencionadas desde 2022, mientras que el aumento de la competencia se ha vuelto más relevante como factor que obstaculiza el desempeño económico de las MYPES.

Además, la importancia de la delincuencia como factor inhibidor de la actividad económica de las MYPES ha casi desaparecido desde el primer trimestre de 2022, seguramente debido a la disminución del accionar de las pandillas después de la aprobación del estado de excepción. Finalmente, solo el 11% de los empresarios se quejan de que el gobierno central o municipal limiten significativamente sus operaciones.

Gráfico 2.11: Aumento de la competencia

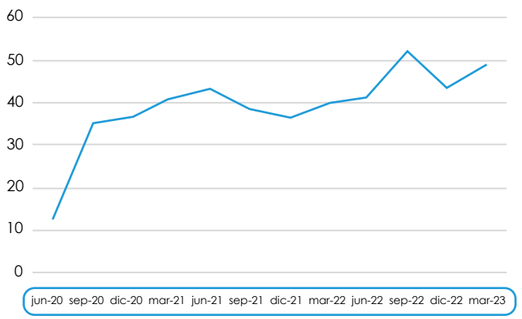


Gráfico 2.12: Delicuencia

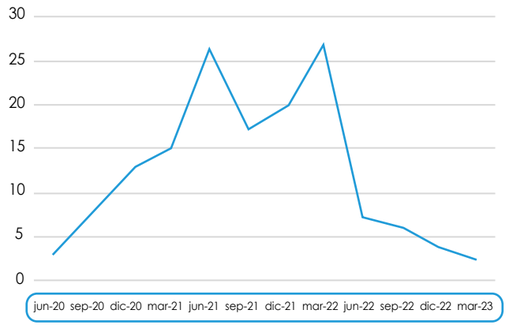


Gráfico 2.13: Dificultades financieras

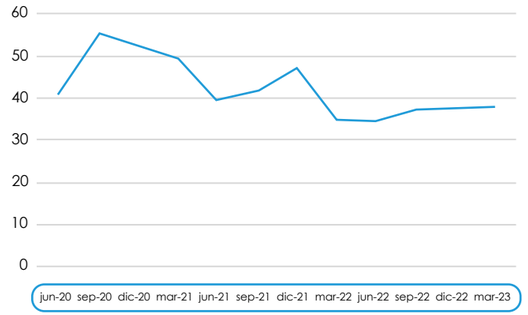


Gráfico 2.14: Disminución de la demanda

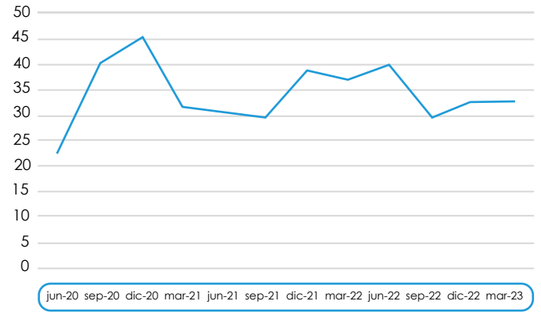


Gráfico 2.15: Disposiciones municipales y de gobierno para operar

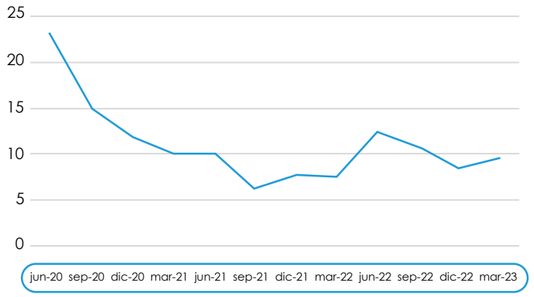


Gráfico 2.16: Escacez de mercadería para comprar

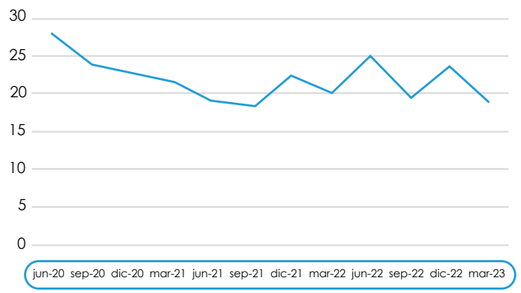
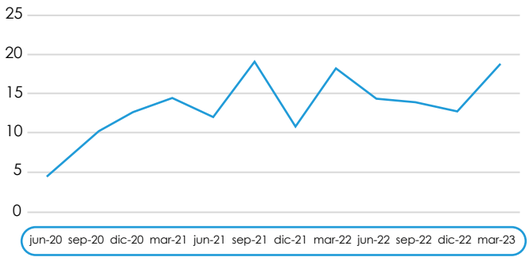


Gráfico 2.17: Situaciones familiares o personales que requieren de su atención



Capítulo 3
Un primer acercamiento a la situación socioeconómica de los propietarios y trabajadores de las MYPES

Los países en vías de desarrollo se caracterizan por presentar indicadores socioeconómicos que evidencian las duras condiciones de vida que enfrenta la mayoría de su población, tales como: niveles bajos de escolaridad promedio, tasas de mortalidad materna e infantil elevadas, predominio de empleos informales y precarios, ingreso promedio bajo, elevados niveles de déficit habitacional altos niveles de pobreza y desigualdad, entre otros. Estos ámbitos están fuertemente relacionados entre sí, ya que escalar mayores niveles de educación y satisfacer estas necesidades básicas es fundamental para tener acceso a un buen empleo y/o impulsar emprendimientos de carácter productivos rentables.

En el caso específico de El Salvador, la realidad socioeconómica, según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2022 (EHPM-2022) (BCR, 2023) es, en términos generales, la siguiente:

En 2022, en el ámbito demográfico, el país cuenta con una población de 6.3 millones, de los cuales el 61.7% residía en áreas urbanas y el 38.3% en áreas rurales. Además, 47.7% eran hombres y 53.3% de mujeres; mientras que el rango de edad de mayor peso fue el de 15 a 29 años, que representó el 25.8% de la población.

En cuanto a la educación, la encuesta encontró que el 9.7% de la población de 10 años o más era analfabeta (15.2% en áreas urbanas y 6.5% en áreas rurales), mientras que la escolaridad promedio era de 7.2 grados (8.2% en áreas urbanas y 5.6% en áreas rurales).

En lo que respecta a la salud, la Encuesta Nacional de Salud 2021 (GOES, 2021) indica que, para 2021, el 10% de los niños menores de cinco años padecían de desnutrición crónica (baja talla por edad) y la tasa de mortalidad infantil (probabilidad de morir antes de cumplir el primer año de vida) era de 16.6% defunciones por cada 1,000 nacidos vivos.

En materia de empleo, al procesar los datos de la EHPM-2022 se encontró que la tasa de subutilización laboral (desempleo más subempleo) a nivel nacional afecta a más del 50% de la población económicamente activa y que el salario promedio mensual percibido por la población ocupada fue de US$377.86 (US$403.99 para los hombres y US$344.01 para las mujeres).

Adicionalmente, más del 60% de los hogares se encuentran en una situación de déficit habitacional, ya sea porque no tienen vivienda o porque la vivienda en la que residen presenta deficiencias de materialidad (pisos, paredes o techos), carece de servicios básicos o presenta problemas de hacinamiento. Finalmente la encuesta reveló que el ingreso promedio mensual de los hogares era de US$629.38 (US$728.64 en áreas urbanas y US$462.85 en áreas rurales) y que estos ingresos combinados con su distribución dieron lugar a niveles de pobreza monetaria del 26.6% (24.9% en áreas urbanas y 29.6% en áreas rurales). De ese porcentaje de hogares pobres el 18.1% estaban en pobreza relativa y el otro 8.6% en pobreza extrema[1].

Por lo tanto, no es sorpresa que encuestas recientes (IUDOP, 2022; FUNDAUNGO, 2022) encuentren que los problemas de índole socioeconómica son los que más preocupan a la población salvadoreña. De hecho, según FUNDAUNGO, el 62.2% de las personas entrevistadas manifestó que los problemas más graves del país eran: La inflación, el desempleo, la pobreza, el bajo crecimiento económico y la desigualdad; mientras que el IUDOP encontró que el 63.4% de encuestados consideraba la economía como el principal problema nacional.

Por otra parte, aunque las MYPES son de alguna manera el resultado de esta dinámica socioeconómica, también pueden contribuir a su superación de diferentes maneras y por distintas razones.

En primer lugar, cabe destacar la capacidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) para generar empleo e ingresos. Aunque en la mayoría de los casos los empleos creados en las MYPES no cumplen con los estándares de trabajo decente establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT)[2], al contratar personal los propietarios de estas empresas contribuyen a mejorar la situación socioeconómica de muchas personas y sus familias. Es por esta razón que organismos como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2009) consideran que promover el crecimiento de las MYPES es una estrategia efectiva para combatir la pobreza y dinamizar la economía.

En el caso de El Salvador, los datos del Observatorio MYPE revelan que aproximadamente dos tercios de la población ocupada trabaja en el sector informal. Sin embargo, Erazo(2020) sostiene que la importancia del empleo informal en el país es aún mayor, llegando a representar casi el 75% de la población ocupada, siendo en su inmensa mayoría generado por las MYPES.

1. Un hogar está en pobreza extrema cuando sus ingresos son inferiores al costo de la canasta alimentaria (CAB) básica y en pobreza relativa cuanto los ingresos son iguales o superiores al costo de la CAB, pero inferiores al costo de una canasta básica ampliada (CBA) que, además de alimentos, incluye otros bienes y servicios básicos.
2 Trabajo decente es aquel que garantiza condiciones laborales que respeten los derechos laborales fundamentales (i.e. libertad sindical, negociación colectiva, eliminación del trabajo forzoso y del trabajo infantil), promueven la igualdad de oportunidades y trato (sin discriminación de ningún tipo), garantice una remuneración justa (suficiente para gozar de un nivel de vida decente), aseguren una protección social adecuada (seguro contra enfermedad, discapacidad, desempleo y vez) y permiten la participación y diálogo entre trabajadores y empleadores (Somavía, 2014).

En segundo lugar, porque las MYPES, al requerir que sus propietarios se ganen la vida administrando sus negocios de manera independiente, también les empoderan frente a los demás y al interior de la misma familia, especialmente en el caso de las mujeres.

Finalmente, muchas MYPES también tienen la peculiaridad de permitir horarios flexibles y condiciones laborales que pueden ser más adecuadas para las necesidades no solamente de sus propietarios, sino también de sus empleados y sus familias.

Pese a la importancia que tienen las MYPES en El Salvador (véase capítulo 1), sorprendentemente no se han elaborado estudios a profundidad para conocer la situación socioeconómica que caracteriza a los empresarios como tales, sus familias y a las personas que trabajan con ellos. Para comenzar a llenar ese vacío, en este capítulo se destacan los resultados de una encuesta dividida en dos partes realizada a finales de 2022 en la que participaron 765 empresarios de la MYPE
La primera parte de esta encuesta indagó sobre diversos aspectos relacionados con la situación socioeconómica de los empresarios como su nivel educativo, características de su vivienda, volúmenes de ventas mensuales, importancia de sus empresas como fuente de ingresos y las soluciones financieras que requieren; así como preguntas relativas a sus familiares, con el propósito de conocer sus expectativas sociolaborales y eventuales necesidades de financiamiento.

La segunda parte de la encuesta se concentró en conocer aspectos relacionados con los empleados y ayudantes de los empresarios; si tienen o no y cuántos porcentaje de hombres y mujeres, número promedio de trabajadores remunerados, frecuencia de las remuneraciones, remuneración promedio, opciones sociolaborales que podrían estar considerando y soluciones financieras prioritariamente demandadas.

3.1 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS EMPRESARIOS

Los empresarios MYPE poseen habilidades que les permiten sobrevivir y en muchísimos casos hasta prosperar, en un entorno muy difícil. Pese a ello, como se verá a continuación, la situación socioeconómica de una alta proporción de ellos en términos de educación, características de la vivienda e ingresos es bastante precaria.

3.2.1 NIVEL EDUCATIVO

Según los resultados de la encuesta, el 8% de los empresarios MYPE no tiene ningún nivel de estudios, el 20.8% cursó estudios entre primero y sexto grado, el 26.4% llegó hasta el tercer ciclo, el 35.3% cursó al menos un año de bachillerato y solamente el 9.5% restante tuvo la oportunidad de cursar estudios superiores a nivel técnico o universitario (ver tabla 3.1)

Tabla 3.1: Nivel de estudio de los empresarios MYPE, de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño (expresado en porcentajes)

	No estudié	Entre 1° y 6° grado	Entre 7° y 9° grado	Algún grado de bachillerato	Algún grado de educación técnica o superior	Total
% población de 15 años o más, según EHPM-2021	10.0	32.7	16.9	26.4	14.0	100
Total	8.0	20.8	26.4	35.3	9.5	100
Sexo						
Masculino	3.7	15.3	25.9	39.9	15.3	100
Femenino	10.8	24.4	26.7	32.3	5.8	100
Sector económico						
Agropecuario	12.9	32.3	12.9	25.8	16.1	100
Comercio	11.0	21.0	29.5	29.2	9.3	100
Producción	6.4	17.0	23.4	48.9	4.3	100
Servicios	5.5	23.1	26.1	35.7	9.5	100
Transporte	1.1	14.8	22.7	47.7	13.6	100
Tamaño (ventas mensuales)						
Hasta US$1,200	13.1	24.4	29.3	30.0	3.2	100
De US$1,201 a US$4,200	7.1	21.5	25.9	36.4	9.1	100
De US$4,201a US$8,300	1.3	16.3	22.5	38.8	21.3	100
Más de US$8,300	1.9	12.4	22.9	43.8	19.0	100

Al comparar estos resultados con los arrojados por la EHPM-2021, se puede concluir que los empresarios MYPE tienen un nivel educativo mayor que el del promedio de la población salvadoreña de 15 años o más. En la población general, el 10% no tiene ningún grado de escolaridad y el 32.7% apenas ha cursado entre primero y sexto grado.

Además, mientras que el 61.7% de los empresarios MYPE tienen estudios de tercer ciclo o bachillerato, este porcentaje es de solo el 43.3% en la población de 15 años o más.

La única excepción es en aquellos con algún grado de educación técnica o superior, ya que para este segmento de la población el porcentaje es mayor, alcanzando el 14%.

Al analizar los logros educativos de los empresarios MYPE según su género, sector de operación y tamaño de negocio, se observan las siguientes tendencias (ver tabla 3.1)

Los hombres poseen un nivel educativo superior al de las mujeres. De hecho, más del 55% de los hombres tienen estudios de bachillerato o educación superior, mientras que este porcentaje disminuye al 40.4% en el caso de las mujeres.

Los empresarios que operan en los sectores de transporte y producción tienen un nivel educativo promedio más alto en comparación con otros sectores. En los empresarios agropecuarios el 45% no tiene estudios o solo ha asistido a la educación primaria, mientras que en el sector del comercio este porcentaje se reduce al 32%, en servicios es del 28.6%, en producción es del 23.4% y en transporte es solo del 15.9%. Por otro lado, más del 60% de los empresarios del sector transporte, el 53.2% de producción, el 45.2% de servicios, el 41.9% de agropecuario y el 38.5% del comercio cuentan con estudios de bachillerato o educación superior. Sin embargo, destaca que, entre los empresarios agropecuarios, el 16.1% reporta tener estudios superiores al bachillerato, el porcentaje más alto en comparación con los otros sectores.

El tamaño del negocio se relaciona directamente con el nivel educativo de los propietarios. En los empresarios de subsistencia (ventas mensuales de hasta US$1,200) y de reproducción simple (ventas mensuales de US$1,201 a US$4,200), el 37.5% y el 28.6%, respectivamente, no han estudiado o solo tienen hasta sexto grado. Mientras que en los empresarios de reproducción ampliada (ventas mensuales de US$4,201 a US$ 8,300) y pequeños empresarios (ventas mayores a US$8,300), estos porcentajes disminuyen a 17.6% y 14.3%, respectivamente.

3.2.2 ASPECTOS RELACIONADOS CON LA VIVIENDA.

Según los resultados de la encuesta realizada, los hogares de los empresarios MYPE tienen, en promedio, una integración de 3.4 personas, cifra ligeramente superior al promedio nacional de 3.3 miembros. En cuanto a la tenencia de vivienda, el 83.5% de los encuestados afirmó residir en una propiedad propia, mientras que el 16.5% restante vive en una vivienda alquilada, sin que se hayan encontrado diferencias significativas entre hombres y mujeres.

Los porcentajes empresarios propietarios de su vivienda también son bastante similares en los distintos sectores económicos en que operan. Obsérvese en la tabla 3.2 que el sector servicios es el que registra el mayor porcentaje de empresarios con vivienda propia, con un 85.9%, mientras que en el sector comercio este porcentaje se reduce al 81.9%.

No obstante, al analizar los datos en función del tamaño del negocio, las diferencias son más notorias, ya que los empresarios con mayores ventas tienen myores posibilidades de contar con una vivienda de su propiedad. De hecho, el 90.5% de los pequeños empresarios encuestados poseen su vivienda, en comparación con el 80.3% de los empresarios de subsistencia. Estos datos ponen de relieve la relación que existe entre el éxito empresarial y la tenencia de activos como la vivienda.

Tabla 3.2: Tenencia de la vivienda en la que residen los empresarios MYPE de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño(expresado en porcentajes)

	Alquilada	Propia	Total
Total	16.5	83.5	100
Sexo			
Femenino	16.6	83.4	100
Masculino	16.3	83.7	100
Sector económico			
Agropecuario	16.1	83.9	100
Comercio	18.1	81.9	100
Producción	14.9	85.1	100
Servicios	14.1	85.9	100
Transporte	17.0	83.0	100
Tamaño (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	19.7	80.3	100
De US$1,201 a US$4,200	14.5	85.5	100
De US$4,201 a US$8,300	18.8	81.3	100
Más de US$8,300	9.5	90.5	100

A pesar de que la mayoría de los empresarios MYPE son propietarios de las viviendas en las que habitan, esto no garantiza que muchas de ellas no tengan carencias importantes que afectan su calidad de vida. Como se observa en el tabla 3.3, en el 42.6% de los casos, las viviendas presentan al menos una carencia, lo que sugiere que sus propietarios podrían estar experimentando una situación de déficit habitacional. Entre las carencias más frecuentes se encuentran el hacinamiento (15.5%), la falta de acceso a servicios de aguas residuales (10.6%) y la construcción de paredes con materiales inadecuados o que se encuentran en mal estado (10.6%).

Tabla 3.3: Tipo de carencias de las viviendas de los empresarios MYPE propietarios de este tipo de bienes inmuebles (expresado en porcentajes)*

Tipo de carencia	%
Hacinamiento	15.5
No ha podido legalizar la propiedad	8.8
No tiene acceso a servicio de aguas residuales	12.7
No tiene electricidad	3.6
No tiene servicio de agua potable	6.4
Tiene paredes de materiales inadecuados o en mal estado	10.6
Tiene techo de paja, plástico u otro material inadecuado	3.1
Ninguna de las anteriores	57.4

* Posibilidad de reportar más de una carencia por empresario encuestado.

Por otro lado, como se puede apreciar en el Tabla 3.4, el porcentaje de viviendas con carencias es menor entre los empresarios MYPE hombres (34.1%) que entre las mujeres (48.1%). En cuanto al sector económico, los empresarios MYPE del sector servicios presentan el porcentaje más alto de viviendas con carencias (55%), mientras que los del sector transporte tienen el porcentaje más bajo (31.5%).

Tabla 3.4: Viviendas de empresarios MYPE propietarios de dichos inmuebles con y sin carencias de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño

	Situación		
	Sin carencias	Con carencias	Total
Total	57.4	42.6	100
Sexo			
Masculino	65.9	34.1	100
Femenino	51.9	48.1	100
Sector económico			
Agropecuario	50.0	50.0	100
Comercio	63.0	37.0	100
Producción	56.3	43.7	100
Servicios	45.0	55.0	100
Transporte	68.5	31.5	100
Tamaño (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	45.8	54.2	100
De US$1,201 a US$4,200	55.5	44.5	100
De US$4,201 A US$8,300	80.0	20.0	100
Más de US$8,300	78.9	21.1	100

3.2.3 VENTAS BRUTAS LOS EMPRESARIOS MYPE POR SEXO Y SECTOR ECONÓMICO EN EL QUE OPERAN

Determinar los ingresos netos de los empresarios MYPE es una tarea difícil, por lo que, para diferenciarlos, se suele recurrir a la segmentación según el volumen de sus ventas brutas. La encuesta encontró que el promedio de ventas brutas diarias es de US$103.00.

Sin embargo, llama la atención que las ventas diarias de los empresarios hombres sean un 65% superior a las de las mujeres. Además, la encuesta reveló que los empresarios que operan en el sector servicios y en el agropecuario tienen los valores promedio de ventas diarias más bajos (US$84.05 y US$97.32), mientras que los que más venden son los del sector producción, con un promedio diario de US$119.41(ver tabla 3.5).

De estos datos se concluye que, en cuanto a ventas promedio, las brechas de género entre los empresarios MYPE son significativas.

Tabla 3.5: Promedio de ventas brutas diarias por genero y sector económico

	Promedio de ventas brutas diarias
Promedio general	US$103.03
Sexo	
Femenino	US$81.94
Masculino	US$135.54
Sector	
Servicios	US$84.05
Agropecuario	US$97.32
Comercio	US$106.72
Producción	US$119.41
Transporte	US$115.69

3.2.4 IMPORTANCIA DE LA EMPRESA COMO FUENTE DE INGRESOS

Aunque los empresarios MYPE pueden obtener ingresos de diversas fuentes, para casi el 75% de ellos la principal fuente es su propia empresa (ver tabla 3.6). Aunque las diferencias entre los sexos no son significativas, las mujeres reportan ligeramente menos frecuentemente que sus empresas son su fuente principal de ingresos (73.3%, contra 77.4%, respectivamente). Por otra parte, los empresarios de los sectores agropecuario y comercio son los que más frecuentemente consideran sus empresas como su principal fuente de ingresos (87.1% y 78.2%, respectivamente), mientras que los empresarios de producción y transporte reportan una tasa más baja (70.2% y 69.3%, respectivamente). Asimismo, a medida que aumenta el tamaño del negocio, también aumenta el porcentaje de empresarios que lo consideran como su fuente de ingresos principal.

Al respecto, la tabla 3.6 muestra que el 68.6% de los empresarios de subsistencia y el 76.4% de los de reproducción simple reportan que sus empresas son su principal fuente de ingresos, mientras que, para los empresarios de reproducción ampliada y los pequeños empresarios, estos porcentajes aumentan a 82.5% y 81.9%, respectivamente.

Tabla 3.6: Negocio como principal fuente de ingresos del empresario MYPE de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño

¿Es la empresa su principal fuente de ingresos?	No	Sí	Total
Total	25.1	74.9	100
Sexo			
Femenino	26.7	73.3	100
Masculino	22.6	77.4	100
Sector económico			
Agropecuario	12.9	87.1	100
Comercio	21.8	78.2	100
Producción	29.8	70.2	100
Servicios	28.1	71.9	100
Transporte	30.7	69.3	100
Tamaño (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	31.4	68.6	100
De US$1,201 a US$4,200	23.6	76.4	100
De US$4,201 a US$8,300	17.5	82.5	100
Más de US$8,300	18.1	81.9	100

3.2.5 OPCIONES QUE ESTÁN SIENDO CONSIDERADAS POR FAMILIARES DE LOS EMPRESARIOS MYPE PARA EL FUTURO

Para tener una idea sobre la situación socioeconómica de los empresarios MYPE, es importante también conocer las opciones futuras de vida que están considerando sus familiares. Si la empresa está funcionando bien, es más probable que otros miembros de la familia deseen iniciar su propio emprendimiento o continuar con sus estudios. Sin embargo, si las ganancias no son favorables, es más probable que busquen empleo en otro lugar o incluso que emigren.

En este sentido la encuesta también se utilizó para investigar las opciones que están siendo consideradas por los familiares de los empresarios. Según sus resultados (ver tabla 3.7), casi el 62% de los empresarios cree que sus familiares están considerando "Poner su propio negocio" (26.9%) o "Continuar estudiando" (25.9%), mientras que solo el 16.3% piensa que están valorando "Encontrar un empleo con mejores condiciones".

Apenas el 9% cree que algún miembro de su familia está considerando emigrar. Este último resultado confirma uno de los principales hallazgos presentados en el capítulo 6: el fomento de las MYPES es una de las estrategias más eficaces para frenar la migración.

Complementariamente, los datos de la tabla 3.7 muestran entre quienes creen que sus familiares están considerando "Poner su propio negocio" o "Continuar estudiando", las proporciones son mayores entre los empresarios MYPE hombres (58.3%), entre los que operan en los sectores de producción y transporte (58.4% y 62.7%, respectivamente) y entre los empresarios de reproducción ampliada y los microempresarios (casi 65% en ambos casos).

Por otro lado, las mayores proporciones de empresarios que creen que sus parientes están considerando "Encontrar un empleo con mejores condiciones" corresponden a las mujeres, a los del sector servicios y a los de subsistencia y reproducción simple. Finalmente, entre quienes creen que sus familiares están considerando migrar, básicamente destacan los empresarios agropecuarios (26.5%) y los de subsistencia (14%), lo cual parece bastante lógicos, dadas las condiciones más adversas que enfrentan estos sectores y segmentos.

Tabla 3.7: Opinión de empresarios MYPE sobre las opciones que están siendo consideradas por las personas que viven en su hogar de acuerdo con su sexo, sector en el que operan y tamaño

	Continuar estudiando	Poner su propio negocio	Encontrar un empleo con condiciones	Emigrar al extranjero	Ninguna de las anteriores	Total
Total	25.9	26.9	16.3	9.0	21.8	100
Sexo						
Femenino	25.8	23.6	18.7	9.9	22.0	100
Masculino	26.1	32.2	12.5	7.6	21.6	100
Sector económico						
Agropecuario	17.6	17.6	11.8	26.5	26.5	100
Comercio	28.4	23.6	12.9	7.4	27.7	100
Producción	29.2	29.2	17.9	9.4	14.2	100
Servicios	21.1	28.9	23.1	9.9	16.9	100
Transporte	27.3	35.4	13.1	7.1	17.2	100
Tamaño (ventas mensuales)						
Hasta US$1,200	18.7	24.0	18.1	14.0	25.1	100
De US$1,201 a US$4,200	28.4	27.5	19.9	5.7	18.4	100
De US$4,201 a US$8,300	39.8	25.0	8.0	6.8	20.5	100
Más de US$8,300	29.8	35.1	7.0	5.3	22.8	100

3.3. UN ACERCAMIENTO A LA SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE LOS EMPLEADOS O AYUDANTES DE LAS EMPRESAS MYPE

3.3.1 PORCENTAJE DE MYPES CON EMPLEADOS O AYUDANTES Y NÚMERO DE EMPLEADOS PROMEDIO

En el capítulo 1 de este informe se resaltó que, a pesar de su tamaño reducido, las MYPES desempeñan un papel crucial como generadoras de empleo en la economía salvadoreña. Sin embargo, de acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta utilizada en este capítulo, solo una tercera parte de las MYPES cuentan con empleados o ayudantes mayores de 18 años; el resto son trabajadores por cuenta propia (ver tabla 3.8). Es relevante señalar que los porcentajes de MYPES con empleados varían según diferentes variables. Por ejemplo, los porcentajes son más altos en el caso de las MYPES pertenecientes a hombres (50.8%), las que operan en el sector transporte (54.5%) y las empresas de acumulación ampliada y pequeñas empresas (60% y 78.1%, respectivamente). Por otro lado, los porcentajes más bajos se encuentran en las MYPES pertenecientes a mujeres (22%), las que operan en los sectores comercio y servicios (29 % y 29.6%, respectivamente) y las de subsistencia (12.4%).

Tabla 3.8: MYPES con trabajadores o ayudantes mayores de 18 años de acuerdo con el sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño
(expresado en porcentajes)*

¿Tiene trabajadores o ayudantes mayores de 18 años en el negocio?			
	No	Sí	Total
Total	66.7	33.3	100
Sexo			
Masculino	49.2	50.8	100
Femenino	78.0	22.0	100
Sector económico			
Agropecuario	67.7	32.3	100
Comercio	72.0	29.0	100
Producción	58.5	41.5	100
Servicios	70.4	29.6	100
Transporte	45.5	54.5	100
Tamaño (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	87.6	12.4	100
De US$1,201 a US$4,200	69.7	30.3	100
De US$4,201a US$8,300	40.0	60.0	100
Más de US$8,300	21.9	78.1	100

3.3.2 NÚMERO PROMEDIO Y PORCENTAJES DE TRABAJADORES DE LAS MYPES DE ACUERDO CON EL SEXO DEL PROPIETARIO, SECTOR EN EL QUE OPERAN Y TAMAÑO

Según los resultados de la encuesta que se hizo para este capítulo, el promedio de empleados generado por empresa MYPE fue de solamente 1.9.

El total de personas empleadas el, 82.8% reciben remuneración, 47.2% son mujeres y 40.5% son familiares (ver tabla 3.9). Las MYPES lideradas por hombres emplean en promedio a 1.6 personas, mientras que las lideradas por mujeres solo a 0.4.

Por sector, las MYPES de transporte generan más empleo, con un promedio de 1.6 trabajadores por establecimiento, mientras que las del comercio y los servicios generan menos, con solo 0.7 trabajadores por establecimiento en cada uno. Además, el número promedio de trabajadores aumenta a medida que aumenta el tamaño de las empresas, con las de subsistencia y acumulación simple generando apenas 0.2 y 0.7 trabajadores por establecimiento, mientras que las de acumulación ampliada y pequeñas empresas dan empleo en promedio a 1.8 y 2.8 trabajadores por establecimiento.

Adicionalmente, las MYPES lideradas por mujeres tienden a emplear a una mayor proporción de mujeres (65.5% de sus trabajadores), mientras que las lideradas por hombres generan más empleo masculino, especialmente en los sectores agropecuario y transporte y en las de acumulación simple. Por otro lado, las MYPES lideradas por mujeres y las que operan en el sector comercio son las que más emplean a familiares, una práctica que aumenta a medida que disminuye el tamaño de las empresas.

Por último, aunque la mayoría de las empresas que contratan trabajadores les remuneran independientemente del género del empresario, el sector en el que operan y el tamaño, las MYPES del sector agropecuario y de subsistencia son las que menos lo hacen. Por el contrario, dentro de las pequeñas empresas, casi la totalidad de las personas que trabajan reciben remuneración.

Tabla 3.9: Promedio de trabajadores y porcentajes de mujeres, familiares y trabajadores remunerados, de acuerdo con el sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño de las MYPES

Promedio de trabajadores y porcentajes de mujeres, familiares y trabajadores remunerados, de acuerdo con el sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño de las mypes					
	N° promedio de trabajadores	% Hombres	% Mujeres	% Familiares	% Trabajadores remunerados
Total0	.9	52.8	47.2	40.5	82.8
Sexo					
Masculino	1.6	60.5	39.5	39.3	82.0
Femenino	0.4	34.5	65.5	43.3	84.7
Sector					
Agropecuario	1.2	55.3	44.7	36.8	63.2
Comercio0	.7	45.9	54.1	48.3	85.5
Producción	1.2	49.6	50.4	37.6	89.7
Servicios0	.7	42.1	57.9	39.3	79.3
Transporte	1.6	77.2	22.8	31.7	81.4
Tamaño (ventasm ensuales)					
Hasta US$1,200	0.2	50.9	49.1	52.7	74.5
De US$1,201 aU S$4,200	0.7	60.0	40.0	41.5	69.5
De US$4,201 aU S$8,300	1.8	42.1	57.9	38.6	82.1
Más de US$8,300	2.8	53.4	46.6	38.4	93.8

3.3.3 FRECUENCIA DE REMUNERACIONES

Una de las características que diferencian a las MYPES con empleados de las empresas más grandes es su frecuencia de pago. Solo el 20% paga a sus trabajadores de manera mensual (ver tabla 3.10). En general, las MYPES prefieren pagar semanalmente(34.5%) o diariamente (26.9%). Esta tendencia es aún más fuerte en el caso de las mujeres empresarias, quienes pagan diariamente en el 36% de los casos y semanalmente en el 32,6 %. Dependiendo del sector en el que operan, las MYPES tienen distintas preferencias de pago: las del sector agropecuario prefieren pagar semanalmente (60%); las del sector comercio, de manera semanal o diaria (30.2% y 25.6%, respectivamente); las del sector producción, semanal (45.7 %) o mensualmente (25.7%); las del sector servicios, diariamente (41.5%) o semanalmente (26.4%); y las del sector transporte, semanalmente (38.5%).

Aunque la mayoría de las MYPES prefiere pagar a sus empleados semanal o diariamente, independientemente de su tamaño, la preferencia por el pago mensual aumenta a medida que las empresas crecen. En definitiva, puede concluirse que el patrón de pagos en las MYPES difiere del que se observa en las grandes empresas, donde la mayoría de los trabajadores recibe una remuneración mensual.

Tabla 3.10: Frecuencia de pago a los trabajadores en MYPES según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño (en porcentajes)

Frecuencia de pago a los trabajadores en MYPES según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño (en porcentajes)					
	Diario (22 días)	Semanal	Quincenal	Mensual	Total
Total	26.9	34.5	18.4	20.2	100
Sexo					
Masculino	21.2	35.8	19.7	23.4	100
Femenino	36.0	32.6	16.3	15.1	100
Sector					
Agropecuario	10.0	60.0	10.0	20.0	100
Comercio	25.6	30.2	19.8	24.4	100
Producción	17.1	45.7	11.4	25.7	100
Servicios	41.5	26.4	18.9	13.2	100
Transporte	23.1	38.5	23.1	15.4	100
Tamaño de la empresa					
Hasta US$1,200	30.8	42.3	15.4	11.5	100
De US$1,201 a US$4,200	40.6	23.2	20.3	15.9	100
De US$4,201 a $8,300	19.1	46.8	14.9	19.1	100
Más de US$8,300	18.5	34.6	19.8	27.2	100

3.3.4 REMUNERACIÓN PROMEDIO DE LOS ASALARIADOS

La encuesta utilizada en este capítulo revela que el salario promedio de los asalariados de las MYPES es de US$314.92, lo que representa una diferencia negativa del 14% respecto al salario mínimo vigente del sector comercio en El Salvador (actualmente de US$365).

Las MYPES lideradas por mujeres pagan un salario promedio un 15% superior al pagado por los hombres (US$334.30, contra US$284.05). Además, las MYPES del sector transporte pagan un salario promedio superior al del resto de los sectores, incluso duplicando el pagado por las del sector agropecuario.

Es importante destacar que el salario promedio aumenta a medida que las MYPES crecen en tamaño. Sin embargo, llama la atención que solo en el caso de las pequeñas empresas se supera el salario mínimo del sector comercio en un 15%. Esto pone de manifiesto la necesidad de buscar la forma de cerrar la brecha salarial que permitan equiparar las remuneraciones de las MYPES a los salarios mínimos establecidos oficialmente. Asimismo, la diferencia salarial de género es un problema que afecta a las MYPES y que debe ser abordado para lograr una mayor equidad.

Tabla 3.11: Retribución promedio mensual de los trabajadores remunerados de las MYPES, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño

Retribución promedio mensual de los trabajadores remunerados de las MYPES, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño		
	Salario promedio (en US$)	Porcentaje del salario mínimo del sector comercio
Total	314.92	86.28
Sexo		
Masculino	334.30	91.59
Femenino	284.05	77.82
Sector económico		
Agropecuario	173.60	47.56
Comercio	328.93	90.12
Producción	336.51	92.19
Servicios	271.58	74.41
Transporte	359.77	98.57
Tamaño (ventas mensuales)		
Hasta US$1,200	221.04	60.56
De US$1,201 a US$4,200	254.74	69.79
De US$4,201a US$8,300	273.57	74.95
Más de US$8,300	420.31	115.15

3.3.4 OPCIONES QUE PODRÍAN ESTAR CONSIDERANDO HACIA EL FUTURO LOS EMPLEADOS O AYUDANTES DE LAS MYPE

Para comprender las condiciones de bienestar o carencia en que se encuentran los empleados y ayudantes de las MYPES, también es útil explorar las opciones socioeconómicas que podrían estar considerando. Si se sienten satisfechos, es posible que quieran iniciar sus propios emprendimientos aprovechando el aprendizaje obtenido o continuar sus estudios. Pero si no están contentos con su trabajo, es natural que busquen nuevas oportunidades, incluso en otros países.

Al preguntar a los empresarios MYPE encuestados, se encontró que casi un tercio de las respuestas correspondieron en que los empleados y ayudantes están considerando iniciar su propio negocio, mientras que el 18.4% señalaron que estarían pensando en seguir estudiando. Solo el 13.4% de las respuestas indicó que posiblemente estén buscando un empleo mejor, y un 5.7% que estarían considerando emigrar (ver tabla 3.12). Los porcentajes de respuestas relativas a los que buscan un mejor empleo son particularmente altos en el sector servicios (18.8%) y en las empresas de subsistencia (20%), mientras que las que señalan que están considerando emigrar son más altos en las MYPES agropecuarias (30%).

Tabla 3.12: Retribución promedio mensual de los trabajadores remunerados de las MYPES, según sexo del empresario, sector en el que operan y tamaño

Opciones que, según los empresarios mype, podrían estar considerando sus empleados y ayudantes por sexo, sector en el que operan y tamaño (en porcentaje del total de respuestas)						
	Continuar estudiando	Poner su propio negocio	Buscar mejor empleo	Emigrar al extranjero	Ninguna de las anteriores	Total
Total	18.4	32.5	13.4	5.7	30.0	100
Sexo						
Masculino	14.8	34.9	11.2	5.9	33.1	100
Femenino	23.7	28.9	16.7	5.3	25.4	100
Sector						
Agropecuario	40.0	0.0	10.0	30.0	20.0	100
Comercio	22.0	34.9	14.7	2.8	25.7	100
Producción	17.5	30.0	2.5	7.5	42.5	100
Servicios	17.4	36.2	18.8	4.3	23.2	100
Transporte	9.1	30.9	12.7	7.3	40.0	100
Tamaño (ventas mensuales)						
Hasta US$1,200	17.5	32.5	20.0	5.0	25.0	100
De US$1,201 a US$4,200	20.6	28.9	15.5	5.2	29.9	100
De US$4,201 a US$8,300	15.8	36.8	14.0	10.5	22.8	100
Más de US$8,300	18.0	33.7	7.9	3.4	37.1	100

Capítulo 4
Inclusión financiera de los micro y pequeños empresarios.

Facilitar el acceso a servicios financieros ha demostrado ser una de las estrategias más eficaces en el mundo para atender y combatir la pobreza y la exclusión socioeconómica. Esto es así, debido a que cuando una persona o un empresario tienen acceso a servicios financieros se les facilitan muchas cosas de la vida cotidiana, tales como disminuir la exposición al riesgo por guardar su dinero de manera precaria y evitar la movilización de dinero en efectivo. Además, mejoran sus capacidades para hacer frente a situaciones de emergencia inesperadas y hasta es usual que comiencen a planificar con visión de largo plazo. Por el contrario, cuando experimentan una limitada inclusión financiera, sus opciones económicas se ven seriamente limitadas. De ahí que la inclusión financiera sea considerada por el Banco Mundial como un elemento que facilita la consecución de 7 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)[1].

Este mismo organismo define la inclusión financiera como el acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades (transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros) y que se prestan de manera responsable y sostenible[2] . La Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), por su parte, la definen como "el acceso y uso de una amplia y diversa gama de productos y servicios financieros responsables, sustentables y de calidad, tanto por personas como por empresas[3]" .

En el caso de las micro y pequeñas empresas (MYPES) la inclusión financiera generalmente comienza con la obtención de un crédito para crear, operar o ampliar un negocio, extendiéndose luego a la apertura de cuentas de ahorro, el acceso a tarjetas de crédito o débito, banca por internet, pagos de servicios, pagos de remesas, pago de planillas, contratación de seguros y otros servicios.

Tan importante es la inclusión financiera para crear un ecosistema favorable para las MYPES, que el Libro Blanco de la Microempresa sostenía que, en El Salvador, el principal obstáculo que, para entonces (1996), impedía al sector de la microempresa participar en el mercado en igualdad de oportunidades con el resto de sectores económicos, era el escaso acceso a los recursos financieros del país, lo que a su vez le impedía acceder a otros recursos productivos así como aprovechar las oportunidades de inversión.

1. Banco Mundial, La inclusión financiera es un elemento facilitador clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad. Última actualización: 29 de marzo de 2022. Disponible en: https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview
2. Ibíd.
3. Véase: https://www.conamype.gob.sv/blog/2022/06/27/desarrollan-por-primera-vez-en-la-historia-del-pais-el-foro-nacional-de-inclusion-financiera-y-lanzamiento-del-progamype/

Además, agregaba que, como producto de ello, la microempresa también carecía de oportunidades para aumentar su productividad y expandir sus operaciones, lo cual repercutía en sus posibilidades de acumulación[1].

Desde la publicación del *Libro Blanco de la Microempresa* a la fecha, sin embargo, en El Salvador la oferta de servicios financieros a las MYPES se ha ampliado y diversificado sustancialmente como consecuencia del desarrollo de metodologías y tecnologías especializadas en atender al sector (i.e. créditos grupales, simplificación de trámites, garantías flexibles, aprovechamiento de tecnologías digitales, entre otras).

Conscientes del camino recorrido, pero también de que todavía queda mucho por andar, en este capítulo, se destacan los principales resultados de una encuesta realizada en junio de 2022 en la que participaron 1,009 micro y pequeños empresarios, cuyo propósito consistía precisamente en conocer su grado de inclusión financiera y las principales razones por las que todavía no hacen uso de algunos servicios financieros[2].

Específicamente, los aspectos que se indagaron a través de la encuesta fueron los siguientes: a) la tenencia de cuentas de ahorro o corriente o las razones para no hacer uso de ellas; b) el tipo de entidades con las que contrataron su último préstamo, la tasa de interés a la que lo contrataron, los destinos que dan o darían a su préstamo y las razones para no contratar nuevos créditos; c) el grado de acceso a distintos tipos de seguros privados (vida, salud, vehículo y contra incendio y daños) o las razones para no hacer uso de ellos; d) el acceso a tarjetas de crédito o las razones para no hacer uso de ellas; y e) el nivel de conocimiento y uso de otro tipo de instrumentos financieros, tales como las transferencias bancarias, Tigo Money, links de pago, terminales POS y Chivo Wallet.

1. Comité Coordinador del Libro Blanco de la Microempresa, Libro Blanco de la Microempresa, (San Salvador, 1996). El Comité Coordinador lo integraron la Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios (AMPES), la Asociación Nacional de la Empresa Privada a través del Sistema Integrado de Apoyo a la Pequeña Empresa (ANEP/SIAPE), el Banco Multisectorial de Inversiones (BMI), Catholic Relief Services (CRS), el Programa de Fomento a la Microempresa (FOMMI), la Fundación Nacional para el Desarrollo (FUNDE), la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social a través del Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa (FUSADES/PROPEMI), el Programa de Generación de Empleo en el Sector Informal (GENESISS de San Salvador), la Maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (MADE/UCA) el Ministerio de Economía y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
2. Véase en el Anexo 4.1 el contenido de la encuesta y la distribución de los empresarios mype participantes de acuerdo a las distintas categorías analizadas.

Para efecto de procesar las respuestas brindadas, los empresarios encuestados fueron divididos de acuerdo a: a) su sexo (femenino y masculino); b) el tamaño de sus empresas (de subsistencia, si sus ventas mensuales eran de hasta US$1,200; de acumulación simple, si sus ventas eran de US$1,201 a US$4,200; de acumulación ampliada, si sus ventas por mes oscilaban entre US$4,201 y US$8,300; y microempresarios, si las ventas mensuales superaban los US$8,300); c) la localización geográfica por departamento de las empresas; d) el sector económico al que pertenecen (agropecuario, comercio, producción, servicios y transporte); y la edad de los negocios (menos de un año, de 1 a 3 años, de 3 a 5 años, de 5 a 7 años y de más de 7 años).

En correspondencia con los cinco aspectos investigados y la distribución de las respuestas de los empresarios, los hallazgos de la encuesta fueron organizados en los cinco subcapítulos que se presentan a continuación.

4.2 CUENTAS CORRIENTES, DE AHORRO O A PLAZOS

Las cuentas corrientes son utilizadas para realizar actividades financieras cotidianas o de corto plazo tales como pago de facturas, retiros en efectivo, cargos en las tarjetas de débito, descuentos por nóminas o pagos por la compra de bienes y servicios. Usualmente son alimentadas mediante depósitos de cheques por pagos recibidos y otro tipo de ingresos.

Las cuentas de ahorro o plazos, por su parte, suelen utilizarse para guardar dinero de forma segura y a mediano plazo. Debido a que ganan intereses, permiten que nominalmente el dinero crezca en el tiempo, protegiendo su poder adquisitivo de la inflación[1]. Generalmente son utilizadas para pagar servicios básicos, cuotas escolares, sacar efectivo, pagar tarjetas de crédito y para hacer inversiones.

4.2.1 TENENCIA DE CUENTAS CORRIENTES, DE AHORRO O A PLAZOS Y TIPO DE INSTITUCIONES UTILIZADAS

Según la encuesta, el 50.2% de los empresarios MYPE tienen cuentas bancarias, siendo más común entre hombres (60.2%) que mujeres (43.7%). Además, el acceso a cuentas bancarias aumenta conforme aumentan las ventas mensuales (40.2% para los microempresarios de subsistencia y 78.6% en el caso de los pequeños empresarios). Por sector, los empresarios del transporte (75.9%) son los que más reportan tener cuentas, mientras que los del comercio (46.2%) y los servicios (44.8%) son los que menos. La propensión de los empresarios MYPE a tener cuentas bancarias aumenta con la edad del negocio, especialmente después de los tres años de existencia, aunque sorprendentemente el 40% de las empresas con más de 7 años aún no poseen cuentas de este tipo (ver tabla 4.1).

1. Podría ocurrir, sin embargo, que la tasa de interés por los depósitos de ahorro sea menor que la inflación, en cuyo caso los intereses recibidos no serían suficientes para contrarrestar la pérdida de poder adquisitivo derivada del aumento que pueden estar experimentando los precios de los bienes y servicios.

Estos resultados evidencian los avances que han experimentado las MYPES en este ámbito de la inclusión financiera son muy grandes, pero aún quedan importantes desafíos por enfrentar. Es necesario seguir trabajando para mejorar el acceso a este tipo de cuentas y reducir las brechas de género y de tamaño de empresa, entre otros desafíos.

Tabla 4.1: Tenencia de cuentas corrientes, de ahorro o a plazos por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes)

	Sí	No	Total
Total	50.2	47.8	100
Sexo			
Femenino	43.7	56.3	100
Masculino	60.2	39.8	100
Tamaño (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	40.2	59.8	100
De US$1,201 a US$4,200	63.9	36.1	100
De US$4,201 a US$8,300	66.7	33.3	100
Más de US$8,300	78.6	21.4	100
Sector económico			
Agropecuario	53.3	46.7	100
Comercio	46.2	53.8	100
Producción	55.4	44.6	100
Servicios	44.8	55.2	100
Transporte	75.9	24.1	100
Edad del negocio			
Menos de 1 año	38.6	61.4	100
1 a 3 años	38.6	61.4	100
3 a 5 años	53.8	46.2	100
5 a 7 años	47.7	52.3	100
Más de 7 años	59.9	40.1	100

Un dato interesante arrojado por la encuesta, es que la mayoría de los empresarios MYPE que ya tienen cuentas corrientes, de ahorro o a plazos han preferido abrirlas en instituciones financieras no bancarias. En concreto, el 35.3% tiene cuentas en bancos, mientras que el 28.2% en sociedades de ahorro y crédito (SAC), el 18.7% en cajas de crédito, el 14.0% en cooperativas y el 3.8% en el Banco de los Trabajadores y otras instituciones de Fedecrédito (BT/Fedecrédito). Esto significa que cerca de dos tercios de los empresarios MYPE confían sus ahorros a entidades financieras no bancarias (ver tabla 4.2).

Sin embargo, existen diferencias en las instituciones financieras elegidas por mujeres y hombres para depositar sus fondos. Las mujeres prefieren principalmente los bancos (32.1%), seguidos en proporciones similares por las SAC[1] (22.6%), cooperativas (20.4%) y cajas de crédito (20%). En cambio, los hombres tienden a concentrar sus preferencias en tres tipos de entidades: bancos (38.8%), SAC (34.3%) y cajas de crédito (17.4%).

En cuanto a los microempresarios de subsistencia, prefieren los bancos (33%), seguidos de las cooperativas (23%), las cajas de crédito (22%) y las SAC (17%). Los microempresarios de acumulación simple prefieren tener sus depósitos principalmente en SAC (40%), bancos (36%) y cajas de crédito (15%). Por su parte, los microempresarios de acumulación ampliada tienen sus cuentas de ahorro principalmente en SAC (45.1%) y bancos (33.9%). En línea con lo esperado, en el caso de los pequeños empresarios que disponen de cuentas de ahorro, el 45.5 % las tienen en bancos, un 29.5% en SAC y el 20.5% en cajas de crédito. Finalmente, los bancos son la entidad preferida para tener cuentas de ahorro, corriente o a plazo en los sectores de transporte (44.4%), servicios (42.6%), producción (41.7%) y comercio (30.6%); mientras que las SAC son ampliamente preferidas por los empresarios del sector agropecuario (55.4%).

Tabla 4.2: Tipo de instituciones que utilizan los empresarios MYPE que tienen cuentas corrientes, de ahorro o a plazos, según sexo, tamaño y sector económico en el que operan (en porcentajes)

	Bancos	Cajas de crédito	Cooperativas	BT/Fedecrédito	SAC
Total	35.3	18.7	14.0	3.8	28.2
Sexo					
Femenino	32.1	20.0	20.4	4.9	22.6
Masculino	38.8	17.4	7.0	2.1	34.3
Tamaño (ventas mensuales)					
Hasta US$1,200	33.3	22.6	23.4	3.2	17.5
De US$1,201 a US$4,200	36.2	14.8	4.0	6.1	38.9
De US$4,201 a US$8,300	33.9	11.3	9.7	0.0	45.1
Más de US$8,300	45.5	20.5	0.0	4.5	29.5
Sector económico					
Agropecuario	23.2	8.9	12.5	0.0	55.4
Comercio	30.6	20.7	18.5	5.4	24.8
Producción	41.7	23.6	9.7	2.8	22.2
Servicios	42.6	17.0	13.8	3.2	23.4
Transporte	44.4	17.5	4.8	3.2	30.1

1. Incluyen a Integral, Credicomer, Constelación y Gente

En resumen, este análisis muestra la enorme contribución que realizan las instituciones financieras no bancarias en la movilización del ahorro de las MYPES. Muestra, además, que las preferencias de los empresarios MYPE en cuanto a las instituciones financieras para tener sus cuentas de ahorro difieren según el género, el tamaño y el sector económico en el que se desempeñan. Comprender estas diferencias en las preferencias es crucial para las instituciones financieras que buscan diseñar productos financieros y estrategias de *marketing* efectivas para el sector MYPE.

4.2.2 RAZONES ADUCIDAS POR LOS EMPRESARIOS MYPE PARA NO TENER CUENTAS DE AHORRO

Para poder desarrollar estrategias eficaces de inclusión financiera en las MYPES también es importante entender las razones por las cuales casi la mitad de ellas no tienen cuentas corrientes, de ahorro o a plazos. Los resultados de la encuesta diseñada para este capítulo muestran al respecto que las principales razones citadas por los empresarios MYPE son: gastos demasiado elevados, preferencia por manejar dinero en efectivo y pérdida de tiempo en ir a la agencia (tabla 4.3). Además, se encontró que las razones para no tener una cuenta de ahorro varían según el género, el tamaño y el sector económico al que pertenecen. Por ejemplo, las empresarias MYPE citan principalmente gastos elevados como razón, mientras que los empresarios masculinos prefieren manejar dinero en efectivo.

Los microempresarios de subsistencia aducen principalmente gastos elevados, mientras que los microempresarios de acumulación ampliada prefieren manejar dinero en efectivo y tienen gastos elevados. Finalmente, los empresarios agropecuarios citan la pérdida de tiempo en ir a la agencia como la principal razón para no ahorrar, mientras que los empresarios de los sectores comercio y producción aducen principalmente que sus gastos son demasiado elevados. Los empresarios de los sectores de servicios y transporte prefieren manejar efectivo. En general, estos hallazgos sugieren que aún hay espacio para promover el uso de cuentas de ahorro entre los empresarios MYPE, y que se deben tener en cuenta las diferencias en las razones para no ahorrar según el género, tamaño y sector económico de las empresas al diseñar estrategias de inclusión financiera.

Es importante destacar que recientemente se han implementado en El Salvador regulaciones que han eliminado gran parte de los costos asociados a la apertura de cuentas de ahorro, llevándolos a ser prácticamente nulos.

Por lo tanto, se podría hipotetizar que una de las principales razones por las que muchos empresarios MYPE aún no tienen cuentas de este tipo es debido al costo de uso, ya que para utilizarlas es necesario ir con frecuencia a las agencias para realizar depósitos en efectivo, lo que resulta costoso en términos de tiempo y gastos de transporte para los empresarios.

Tabla 4.3: Razones aducidas por los empresarios MYPE para no tener cuentas de ahorro por sexo, tamaño de la empresa y sector económico en el que operan
(en porcentajes)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total
Total	12.7	20.8	9.5	9.5	16.5	7.6	4.4	18.3	0.0	0.7	100
Sexo											
Femenino	12.8	22.1	9.1	9.8	17.0	8.1	4.5	16.0	0.0	0.6	100
Masculino	12.5	17.7	10.5	8.6	15.3	6.2	4.3	23.9	0.0	1.0	100
Tamaño (ventas mensuales)											
Hasta US$1,200	13.6	22.1	10.5	10.5	15.5	7.9	3.5	15.8	0.0	0.6	100
De US$1,201 a US$4,200	11.8	16.5	8.7	7.9	22.0	8.7	6.3	17.3	0.0	0.8	100
De US$4,201 a US$8,300	8.2	16.3	2.0	4.1	14.3	4.1	6.1	42.9	0.0	2.0	100
Más de US$8,300	5.0	25.0	5.0	5.0	15.0	0.0	15.0	30.0	0.0	0.0	100
Sector económico											
Agropecuario	14.3	15.7	12.9	8.6	24.3	7.1	1.4	11.4	4.3	0.0	100
Comercio	11.9	22.3	7.7	9.7	15.7	7.7	3.9	16.5	4.4	0.2	100
Producción	13.0	22.1	7.8	11.7	11.7	5.2	5.2	14.3	7.8	1.3	100
Servicios	12.2	17.1	12.2	6.1	14.9	7.2	5.0	21.5	2.8	1.1	100
Transporte	10.0	10.0	3.3	13.3	13.3	6.7	10.0	30.0	0.0	3.3	100

Definición de las razones:

- A Falta de confianza en las entidades financieras
- B Tengo gastos demasiado elevados
- C Los trámites y documentos requeridos son muy complicados
- D No sé cómo abrir una cuenta
- E Pierdo mucho tiempo en ir a la agencia
- F Es costoso y cobran por distintas cosas
- G Pagan intereses muy bajos
- H Prefiero manejar efectivo
- I NS/NR
- J Lo intenté, pero se negaron a abrirme la cuenta

4.2.3 USO ACTUAL O POTENCIAL DE LAS CUENTAS CORRIENTES, DE AHORROS O A PLAZOS

La encuesta también investigó el uso que los empresarios MYPE dan o darían a cuentas corrientes, de ahorro o a plazo, obteniendo varios resultados (ver tabla 4.4). El 29.9% de las respuestas obtenidas correspondió a que el uso que dan o darían sería "Tener sus ahorros en un lugar seguro[1]", lo cual probablemente se relaciona con los riesgos de extorsión que ha caracterizado al entorno en el que se localizan sus negocios .

Otras razones comunes fueron hacer o mantener el hábito de ahorrar, surtir el negocio para temporada alta, realizar pagos y transferencias de dinero. Entre los empresarios que ya tienen estas cuentas, la principal razón de uso es mantener sus ahorros seguros. Aquellos que aún no tienen cuentas de ahorro también indicaron que la principal razón para obtener una sería mantener sus ahorros seguros.

Las necesidades personales de ahorro también son importantes, pero se subordinan a las necesidades de sus respectivas actividades económicas. Los datos también revelan que el uso de estas cuentas varía según el sector económico al que pertenece el empresario. Por ejemplo, para los empresarios del sector comercio, "Surtir el negocio para temporada alta" es la segunda de mayor relevancia, mientras que para los de los sectores producción y transporte, es lugar lo ocupa "Efectuar pagos en efectivo".

Además, a medida que las MYPES aumentan de tamaño, la importancia de efectuar pagos y transferencias de dinero a través de cuentas de ahorro también crece. Para los microempresarios (de subsistencia, acumulación simple y acumulación ampliada), tener sus ahorros en un lugar seguro sigue siendo la razón principal para utilizar estos servicios financieros, pero para los pequeños empresarios, la necesidad de realizar pagos y transferencias de manera eficiente se convierte en una prioridad casi igual de importante. Esto sugiere que a medida que las MYPES crecen y se vuelven más complejas, sus necesidades financieras también cambian y se vuelven más diversas y específicas. Por lo tanto, es importante que las instituciones financieras ofrezcan una amplia gama de opciones y servicios para adaptarse a las necesidades cambiantes de estos negocios en crecimiento.

1. Es importante tener en cuenta que la encuesta se hizo algunos meses antes de que entrara en vigor el régimen de excepción.

Tabla 4.4: Usos que dan o darían empresarios MYPE a cuentas de ahorro o corriente, si las tienen o no, por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total
Total	29.9	12.6	6.5	13.5	12.7	11.9	7.1	5.7	0.1	100
Tienen cuentas										
Sí	32.6	15.6	6.7	12.4	11.1	11.7	7.3	2.7	0.0	100
No	26.5	8.8	6.3	14.9	14.7	12.2	6.9	9.5	0.1	100
Sexo										
Femenino	29.2	10.6	5.8	15.3	13.8	13.3	6.6	5.3	0.1	100
Masculino	30.9	15.6	7.7	10.7	10.9	9.8	8.0	6.4	0.0	100
Total	29.9	12.6	6.5	13.5	12.7	11.9	7.1	5.7	0.1	100
Tamaño (ventas mensuales)										
Hasta US$ 1,200	29.4	16.1	5.8	16.1	13.9	8.5	6.8	3.4	0.0	100
De US$1,201 a US$4,200	23.0	12.5	7.9	13.2	13.8	11.2	11.2	6.6	0.7	100
De US$4,201 a US$8,300	31.5	9.8	6.4	13.1	12.6	13.9	6.3	6.5	0.0	100
Más de US$8,300	26.3	27.4	8.4	7.4	6.3	7.4	10.5	6.3	0.0	100
Sector económico										
Agropecuario	28.6	12.4	8.7	15.5	10.6	13.0	4.3	6.8	0.0	100
Comercio	29.5	10.2	5.4	14.1	16.2	12.1	7.2	5.3	0.0	100
Producción	33.3	17.4	8.0	10.9	8.5	10.0	7.0	4.5	0.5	100
Servicios	29.2	13.4	6.3	14.6	11.0	11.9	6.3	7.4	0.0	100
Transporte	30.3	17.9	9.0	9.0	4.8	12.4	11.7	4.8	0.0	100

Definición de las razones:

- A Tener mis ahorros en un lugar seguro
- B Efectuar pagos y transferencias de dinero
- C Posibilidad de contar con tarjeta de débito o crédito
- D Hacerme o mantener el hábito de ahorrar
- E Surtir el negocio para temporada alta
- F Gastos personales o del hogar
- G Pagar deudas del negocio
- H Ninguna de las anteriores
- I NS/NR

4.3 CRÉDITO

El financiamiento a las MYPES en El Salvador ser realiza bajo tres modalidades:

> El proveniente de entidades supervisadas por la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF), el ofrecido por entidades no supervisadas y el otorgado por agentes informales.

De acuerdo con la literatura económica, financiarse a través de entidades del sistema financiero formal ofrece varias ventajas a las MYPES ya que, además de poder acceder a créditos en mejores condiciones (tasas, plazos, garantías, asesoría especializada, etc.), les facilita el desarrollo de sus operaciones y la posibilidad de crecer. A continuación, se presentan algunos resultados arrojados por la encuesta relacionados con estos aspectos.

4.3.1 TASA DE INTERÉS ANUAL DE ÚLTIMO CRÉDITO OTORGADO A LOS EMPRESARIOS MYPE

La encuesta incluyó también una pregunta crucial acerca de la tasa de interés anual a la que los empresarios MYPE obtuvieron en su último crédito. Esta pregunta se hizo con el propósito de investigar si el aumento en el uso de servicios financieros por parte de las MYPE se ha traducido en una mejora en los términos de acceso al financiamiento.

Los resultados obtenidos presentados en la tabla 4.5 muestran que el 32.2% de los encuestados obtuvo el crédito a tasas anuales superiores al 50%, el 30.1% a tasas entre el 21% y el 50%, y el 31.9% a tasas de 20% o menos.

En general, se encontró que los empresarios con cuentas de ahorro obtuvieron créditos a tasas de interés más bajas que los que no las tienen. De hecho, el 58% de los empresarios sin cuenta de ahorro contrataron su último crédito a tasas de interés del 41% o más, mientras que solo el 43.9% de los empresarios con cuenta de ahorro lo hicieron a estas tasas. Además, menos del 20% de los empresarios sin cuenta de ahorro contrataron su último crédito a tasas de 20% o menos, en comparación con casi el 32% de los que sí la tienen. Esto destaca el hecho de que, a medida que los empresarios ganan una reputación y muestran cultura financiera en el uso de los productos financieros de las instituciones, las condiciones que reciben mejoran con el tiempo a medida que su comportamiento histórico es más sostenible.

En cuanto a las diferencias de género, se observó que las tasas de interés por los créditos otorgados son más altas para las mujeres que para los hombres. Solo el 24.4% de las mujeres pudieron contratar su último crédito a tasas de 20% o menos, en comparación con el 31.9% de los hombres. Por el contrario, el 51.5% de las mujeres pagaron tasas de más del 40%, frente al 43.9% de los hombres.

Asimismo, se encontró que las tasas de interés por los créditos contratados tienden a disminuir a medida que aumenta el tamaño de los empresarios. De hecho, solo el 22.6% de los empresarios de subsistencia contrataron su último crédito a tasas de hasta el 20%, mientras que el porcentaje se elevó al 35.2% en el caso de los microempresarios de acumulación simple, al 57.1% en el caso de los microempresarios de acumulación ampliada y llegó hasta el 82.2% en el caso de los pequeños empresarios. Esto confirma la relación inversa entre el monto del crédito y el costo relativo, ya que los créditos de monto bajo son relativamente más costosos de gestionar que los de monto más alto.

Los empresarios del sector transporte se destacan por su capacidad de acceder a financiamiento a tasas menores en comparación con los de otros sectores económicos. Esto puede ser atribuido a su mayor demanda de servicios financieros, un mejor récord crediticio y una estructura con un peso relativo mayor de empresarios de mayor tamaño. Según la encuesta, el 61.4% de los empresarios del sector transporte contrataron su último crédito a tasas de interés del 20% o menos, superando a los de los sectores agropecuario (39%), producción (33.1%), comercio (27.7%) y servicios (25.7%). Además, solo el 13.2% de los empresarios del sector transporte pagaron tasas de interés superiores al 40% en su último préstamo, mientras que en otros sectores el porcentaje de empresarios que contrataron créditos a tasas superiores al 40% osciló entre el 40% y el 50%.

Tabla 4.5: Tasa de interés pagada por los empresarios MYPE por el último préstamo por tenencia o no de cuenta de ahorro, sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes)

	Menos del 11%	11% a 15%	16% a 20%	21% a 30%	31% a 40%	41% a 50%	51% a 60%	Más de 60%	Nunca me han dado un préstamo	NS/NR	Total
Total	8.9	8.3	14.7	8.7	9.7	11.7	27.7	4.5	3.0	2.8	100
Tienen cuenta de ahorro, corriente o a plazos											
Sí	10.8	12.2	21.3	9.1	10.1	11.0	17.4	1.6	2.4	4.1	100
No	7.0	4.4	8.0	8.4	9.4	12.4	38.2	7.4	3.6	1.4	100
Sexo											
Femenino	8.7	5.3	10.4	7.9	8.9	13.3	31.6	6.6	4.0	3.3	100
Masculino	9.2	12.9	21.1	10.0	10.9	9.2	21.9	1.2	1.5	2.0	100
Total	8.9	8.3	14.7	8.7	9.7	11.7	27.7	4.5	3.0	2.8	100
Tamaño (ventas mensuales)											
Hasta US$ 1,200	8.5	6.1	8.0	7.3	8.1	11.5	38.4	5.1	4.8	2.2	100
De US$1,201 a US$4,200	10.3	12.0	12.9	10.3	14.2	15.9	15.0	4.7	0.0	4.7	100
De US$4,201 a US$8,300	6.5	9.7	40.9	12.9	14.0	8.6	3.2	2.2	0.0	2.2	100
Más de US$8,300	12.5	16.1	53.6	10.7	1.8	1.8	1.8	0.0	0.0	1.8	100
Sector económico											
Agropecuario	12.4	9.5	17.1	10.5	5.7	16.2	21.9	0.9	2.9	2.9	100
Comercio	9.4	7.1	11.2	8.1	11.2	11.0	29.7	5.6	4.6	2.1	100
Producción	7.7	8.5	16.9	9.2	4.6	11.5	31.5	2.3	2.3	5.4	100
Servicios	8.6	5.2	11.9	9.0	10.0	13.8	31.9	6.2	0.5	2.9	100
Transporte	4.8	21.7	34.9	8.4	13.3	4.8	7.2	1.2	1.2	2.4	100
Edad del negocio											
Menos de 1 año	10.5	8.8	7.0	10.5	8.8	3.5	45.6	0.0	0.0	5.3	100
1 a 3 años	4.2	7.6	10.2	7.6	7.2	11.9	40.3	5.5	3.8	1.7	100
3 a 5 años	6.8	5.6	11.7	8.6	10.1	14.7	35.7	3.8	0.7	2.3	100
5 a 7 años	8.5	7.8	12.4	5.2	13.7	13.7	25.5	6.5	3.3	3.3	100
Más de 7 años	14.5	11.5	23.6	11.1	9.4	9.4	8.4	4.0	4.7	3.4	100

La edad del negocio tiene una relación significativa con las condiciones crediticias que los empresarios pueden obtener. Los resultados de la encuesta muestran que el 49.6% de los empresarios con negocios de más de 7 años contrataron su último crédito a tasas de 20% o menos, en comparación con el 28.7% de los empresarios con negocios de 5 a 7 años, el 24.1% con negocios de 3 a 5 años y el 22% con negocios de 1 a 3 años. Además, sólo el 21.8% de los empresarios con negocios de más de 7 años pagaron tasas de interés superiores al 40% en su último préstamo, en comparación con el 45.7% de los empresarios con negocios de 5 a 7 años, el 54.2% con negocios de 3 a 5 años, el 57.7% con negocios de 1 a 3 años y el 49.1% con negocios de menos de un año.

Estos resultados confirman la hipótesis de que a medida que un empresario consolida y estabiliza su negocio, tiene una mayor posibilidad de conseguir mejores condiciones crediticias siempre y cuando mantenga un buen historial crediticio.

4.3.2 DESTINO ACTUAL O POTENCIAL DE LOS RECURSOS RECIBIDOS A TRAVÉS DE UN PRÉSTAMO

A los empresarios MYPE también se les preguntó sobre el destino que dan o darían a los recursos provenientes de un préstamo, pudiendo seleccionar más de una de las opciones que se pusieron a su disposición. La opción más mencionada, independientemente del sexo, tamaño y sector en que operan los empresarios (ver tabla 4.6), fue la "Compra de mercadería" (37.3%), lo que sugiere que la capacidad de adquirir materiales para la producción o para aumentar el inventario es fundamental para el éxito de las MYPES. La compra de mercadería fue seguida de lejos por "Mejoras en la vivienda" (12.1%) y la "Compra de activo fijo" (12%).

Sin embargo, se observaron algunas diferencias en las otras opciones de uso de los recursos del préstamo.

En general, las mujeres tienden a privilegiar más la compra de mercadería y menos la compra de activos fijos o la mejora de la vivienda en comparación con los empresarios masculinos.

Por otra parte, los empresarios de subsistencia tienden a dar más importancia a mejoras en la vivienda y gastos personales o familiares, mientras que los pequeños empresarios prefieren la compra de activos fijos y la remodelación del negocio. El mayor peso asignado a mejoras en la vivienda de parte de los microempresarios de subsistencia es el resultado de las condiciones relativas de mayor precariedad de este segmento, que se ve obligado a destinar buena parte de sus ingresos a proveerse de necesidades muy básicas, entre ellas, techos y mejoras mínimas a sus viviendas.

En general, también se podría concluir que, a medida que el tamaño del negocio aumenta, el uso que hace de sus préstamos es más productivo. Para los empresarios de menor tamaño (de subsistencia y de acumulación simple), que en su mayoría son mujeres, la prioridad es atender necesidades personales, enfermedades, emergencias y reparaciones de vivienda, lo que denota su mayor grado de precariedad.

Además, se observa que, como segunda opción de uso de los recursos de un préstamo, los empresarios de los sectores agropecuario y transporte asignan más importancia a la compra de activos fijos, mientras que los del sector comercio y servicios prefieren las mejoras en la vivienda.

Tabla 4.6: Destino actual o potencial de los recursos recibidos a través de un préstamo, por sexo, tamaño de la empresa como el sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total
Total	37.3	8.7	12.0	9.5	9.1	12.1	5.7	5.3	0.3	100
Sexo										
Femenino	39.7	8.1	8.7	9.2	9.8	14.0	5.4	4.6	0.5	100
Masculino	33.7	9.6	17.0	9.9	7.9	9.3	6.1	6.4	0.0	100
Tamaño (ventas mensuales)										
Hasta US$1,200	37.3	7.1	8.9	8.4	11.9	14.8	5.3	5.9	0.5	100
De US$1,201 a US$4,200	38.6	11.3	13.9	11.8	5.6	8.5	6.8	3.5	0.0	100
De US$4,201 a US$8,300	36.3	14.6	21.1	8.8	3.5	7.6	3.5	4.7	0.0	100
Más de US$8,300	34.3	5.7	22.9	12.4	1.9	6.7	8.6	7.6	0.0	100
Sector económico										
Agropecuario	27.9	16.3	18.0	7.0	7.0	11.6	5.8	6.4	0.0	100
Comercio	43.8	6.7	9.6	8.5	7.7	12.9	5.9	4.5	0.5	100
Producción	32.7	9.3	11.9	11.9	10.2	11.5	3.5	8.4	0.4	100
Servicios	34.2	6.9	10.4	11.7	12.9	13.4	5.7	4.5	0.2	100
Transporte	25.2	15.4	23.8	8.4	7.7	5.6	7.0	7.0	0.0	100

Definición de las razones:

- A Compra de mercadería
- B Pagar gastos operativos del negocio
- C Compra de activo fijo
- D Remodelación o adecuación del negocio
- E Gastos personales o familiares
- F Mejoras en la vivienda
- G Mejorar mi situación crediticia, cancelando otras deudas
- H Compra de vivienda o terreno
- I NS/NR

Finalmente, es interesante notar que alrededor de un 20% de las respuestas de los empresarios MYPE, independientemente de la edad de sus negocios, correspondieron a que el dinero obtenido a través de un préstamo lo utilizarían para la compra de activos fijos y la remodelación de sus negocios. Esto indica el interés permanente que tienen de invertir en su crecimiento y expansión.

En conclusión, el uso que los empresarios dan o darían a los recursos de un préstamo varía ligeramente según el sexo, tamaño, sector en que operan y el tiempo que llevan en el negocio. Aunque la compra de mercadería es la opción más mencionada y crítica para el éxito de las MYPES en general, es importante tener en cuenta estas diferencias para diseñar programas y políticas que respondan a las necesidades específicas de cada segmento de empresarios MYPE y promover su desarrollo sostenible.

4.3.3 RAZONES POR LAS QUE NO SOLICITARÍA PRÉSTAMO EN UNA ENTIDAD FINANCIERA

En la encuesta realizada se aprovechó para conocer las razones por las que los empresarios MYPE no solicitarían un crédito en una entidad financiera. Los resultados obtenidos muestran que en el 50 % de los casos, las razones más frecuentemente señaladas fueron el alto porcentaje de tasas de interés (31.5%) y que las cuotas eran muy elevadas (18.6%). Siguieron en importancia los requisitos excesivos y trámites engorrosos (16.7%), y la falta de necesidad de crédito (14.8%). Estas cuatro razones tienen la misma relevancia para el empresariado MYPE de ambos sexos (ver tabla 4.7).

La razón de las tasas de interés elevadas también fue la principal entre empresarios MYPE de todas las edades, sectores y tamaños. Sin embargo, hay diferencias en la importancia que se le da a las otras razones. Por ejemplo, la opción de que no necesitan crédito es más común entre los pequeños empresarios (26.7% de los que registran ventas mensuales de más de US$8,300) en comparación con los microempresarios de subsistencia (11.8% en el caso de los que venden mensualmente hasta US$1,200). Por otro lado, la opción de cuotas elevadas es más común entre los microempresarios de subsistencia (21.4%) en comparación con los pequeños empresarios (8.1%).

La inconformidad con la tasa aumenta a medida que el negocio es más pequeño y el riesgo para las instituciones financieras aumenta. Mientras que solo el 8.1% de los pequeños empresarios se muestran inconformes con las tasas, ese porcentaje sube al 21.4% en los de subsistencia, aunque puede afirmarse que la inconformidad con las cuotas no es un reclamo generalizado en las MYPES de todos los tamaños.

En cuanto al sector en el que operan, la opción de cuotas elevadas es más común entre los empresarios de los sectores comercio, producción y servicios (19.6%, 18.9% y 20.7% de las respuestas, respectivamente) en comparación con los de los sectores de transporte y agropecuario (12.9% y 12.8% de las respuestas, respectivamente).

Para los empresarios de estos dos últimos sectores, la segunda razón más importante es que no necesitan crédito (19.4% y 17.4% de las respuestas, respectivamente).

En términos de la edad de los negocios, la opción de cuotas elevadas es la segunda razón más común para no solicitar un crédito para empresas con negocios de 1 a 3 años, 3 a 5 años y 5 a 7 años (21.2%, 21.5% y 21.4% de las respuestas, respectivamente). En cambio, la segunda razón más común para empresas con negocios de menos de un año y más de 7 años es la falta de necesidad de crédito (22.1% y 19.6% de las respuestas, respectivamente).

En conclusión, las razones más comunes por las que los empresarios MYPE no solicitarían un crédito en una entidad financiera son las tasas de interés elevadas y las cuotas demasiado altas. De esto se deduce que muchos empresarios MYPE continúan prefiriendo financiar sus negocios con recursos propios, pero que podrían reevaluar su postura si las tasas y cuotas fueran más bajas.

Tabla 4.7: Razones para no solicitar un préstamo por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes de total de respuestas)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total
Total	14.8	3.6	3.5	16.7	31.5	18.6	8.5	1.4	1.4	100
Sexo										
Femenino	14.0	3.8	3.5	16.5	30.2	20.1	9.1	1.5	1.3	100
Masculino	16.0	3.2	3.6	17.0	33.7	16.0	7.5	1.4	1.5	100
Tamaño (ventas mensuales)										
Hasta US$1,200	11.8	4.3	2.3	16.5	30.8	21.4	10.0	1.6	1.4	100
De US$1,201 a US$4,200	16.8	2.8	4.0	17.7	34.2	15.7	6.0	1.7	1.1	100
De US$4,201 a US$8,300	22.8	2.2	7.4	16.2	30.9	12.5	5.9	0.7	1.5	100
Más de US$8,300	26.7	1.2	9.3	16.3	30.2	8.1	5.8	0.0	2.3	100
Sectoreconómico										
Agropecuario	17.4	6.7	4.7	15.4	33.6	12.8	7.4	0.7	1.3	100
Comercio	13.4	2.8	3.5	16.7	32.4	19.6	8.5	1.6	1.4	100
Producción	17.4	3.7	3.2	15.3	30.5	18.9	10.5	0.0	0.5	100
Servicios	13.3	3.1	3.7	17.9	29.6	20.7	8.0	2.2	1.5	100
Transporte	19.4	5.6	2.4	17.7	30.6	12.9	7.3	1.6	2.4	100
Edad del negocio										
Menos de 1 año	22.1	3.9	6.5	14.3	26.0	14.3	7.8	3.9	1.3	100
1 a 3 años	11.5	5.0	2.2	14.5	35.5	21.2	7.0	2.2	0.8	100
3 a 5 años	10.4	3.5	3.3	16.8	32.9	21.5	9.9	1.2	0.5	100
5 a 7 años	16.2	3.0	3.4	15.4	29.9	21.4	10.3	0.4	0.0	100
Más de 7 años	19.6	2.8	4.4	19.6	28.9	12.7	7.4	1.2	3.5	100

Definición de las razones:

- A No necesita crédito
- B No confía en las entidades financieras
- C No tiene en qué invertirlo
- D Demasiados requisitos, documentos y trámites
- E Muy altas las tasas de interés
- F Muy altas las cuotas
- G Ya estoy muy endeudado
- H Mal calificado en los burós de crédito (Dicom)
- I NS/NR

4.4 ACCESO A SEGUROS PRIVADOS Y RAZONES PARA NO CONTRATARLOS

(De parte de quienes no tienen)

Las MYPES enfrentan diariamente diferentes riesgos que pueden impactar negativamente sus operaciones y su capacidad para mantener el empleo. Entre ellos, se encuentran enfermedades, pandemias, robos, accidentes, desastres naturales, entre otros. Estos shocks pueden obligar a los empresarios a reducir sus operaciones y prescindir de parte de su personal, afectando no solo a ellos, sino también a los hogares que forman parte de sus redes de transacciones comerciales.

Según Kinnan, et al, 2022, los efectos indirectos de estos shocks en los hogares con los que se relacionan comercialmente los empresarios MYPE son aproximadamente 1.7 veces mayores que los efectos directos. Conscientes de esta realidad, en las economías avanzadas, las MYPES suelen contratar seguros con el apoyo de los gobiernos, lo que les permite hacer frente a estos riesgos y minimizar su impacto en su producción y en los efectos indirectos sobre sus trabajadores y proveedores de insumos.

Con más razón en países como El Salvador, con un alto predominio de MYPES, expandir la oferta de seguros en este sector sería beneficioso no solo para proteger a los empresarios ante una diversidad de riesgos, sino también a todas las empresas y trabajadores que forman parte de su entorno. Por lo tanto, se debería impulsar políticas públicas y privadas que fomenten la contratación de seguros por parte de las MYPES y se promueva una cultura de prevención y gestión de riesgos en este sector empresarial

4.4.1 ACCESO A SEGUROS PRIVADOS

Con el propósito de conocer los niveles de protección ante shocks externos, a los empresarios MYPE también se les preguntó en la encuesta si tenían algún tipo de seguro privado. El 61% afirmó tener acceso a seguros privados, aunque este acceso es significativamente mayor entre los hombres (69.7%) que entre las mujeres (55.2%), y entre aquellos con cuentas de ahorro (74.9%) en comparación con aquellos sin este servicio financiero (46.8%). A medida que el tamaño de la empresa aumenta, también lo hace el acceso a seguros privados, pasando del 50.7% para las empresas de subsistencia al 74.7% para las de acumulación simple y al 82.8% para las de acumulación ampliada. Sin embargo, en el caso de los microempresarios (con ventas mensuales superiores a US$8,300), el porcentaje disminuye ligeramente al 82.1% (ver tabla 4.8).

Tabla 4.8: Tenencia de seguros privados por sexo del empresario MYPE, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa y sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentajes)

	Sí	No	No responde	Total
Total	61.0	38.9	0.1	100
Sexo				
Femenino	55.2	44.6	0.2	100
Masculino	69.7	30.3	0.0	100
Tenencia de cuenta de ahorro				
Sí	74.9	25.1	0.0	100
No	46.8	53.0	0.2	100
Tamaño de la empresa (ventas mensuales)				
Hasta US$1,200	50.7	49.1	0.2	100
De US$1,201 a US$4,200	74.7	25.3	0.0	100
De US$4,201 a US$8,300	82.8	17.2	0.0	100
Más de US$8,300	82.1	17.9	0.0	100
Sector económico				
Agropecuario	73.3	26.7	0.0	100
Comercio	57.2	42.6	0.2	100
Producción	53.8	46.2	0.0	100
Servicios	60.5	39.5	0.0	100
Transporte	79.5	20.5	0.0	100
Edad del negocio				
Menos de 1 año	31.6	68.4	0.0	100
De 1 a 3 años	51.7	48.3	0.0	100
De 3 a 5 años	64.3	35.7	0.0	100
De 5 a 7 años	62.7	37.3	0.0	100
Más de 7 años	70.0	29.6	0.3	100

En términos de sector económico, los empresarios del transporte y los agropecuarios son los que presentan los niveles más altos de cobertura con algún tipo de servicio privado (79.5% y 73.3%, respectivamente), mientras que los menos cubiertos son los del sector producción (53.8%) y comercio (57.2%). Finalmente, como era de esperar, los porcentajes de acceso a seguros privados aumentan a medida que la edad del negocio aumenta (31.6% para los que establecieron su negocio hace menos de un año; 51.7% para aquellos con negocios de 1 a 3 años; 64.3% para los propietarios de negocios de 3 a 5 años; 62.7% para aquellos con empresas de 5 a 7 años; y 70% para los dueños de empresas de más de 7 años).

Estos resultados sugieren que, aunque una proporción significativa de empresarios MYPE tienen acceso a seguros privados, todavía hay muchos que no los tienen y que existen desigualdades en el acceso según género, tamaño del negocio y sector económico en el que operan. Esto podría tener implicaciones importantes para la resiliencia de las MYPE ante diferentes riesgos y shocks que enfrentan en su entorno.

4.4.2 TIPOS DE SEGUROS CONTRATADOS

Posteriormente, se indagó sobre los tipos de seguros contratados por los empresarios MYPE. Los resultados obtenidos (ver tabla 4.9) fueron los siguientes:
El seguro de vida es el tipo de seguro más contratado, independientemente del género, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio. 53.1% tenía acceso a este tipo de seguro, aunque se observaron diferencias significativas dentro de cada categoría analizada:

- El acceso de las mujeres era del 49.1%, frente al 59.5% de los hombres
- El de los propietarios de las microempresas de subsistencia era del 45 %, mientras que para los dueños de microempresas de acumulación amplia da y pequeñas empresas era del 73.1% y del 60.7%, respectivamente;
- Para los empresarios del sector producción era del 41.5%, frente al 67.6% de los del sector agropecuario
- Para aquellos con negocios de menos de un año era del 22.8%, mientras que para los propietarios de negocios de 3 a 5 años y de 7 años o más era del 58.6% y el 61.3%, respectivamente

El segundo tipo de seguro más utilizado es el de salud, con un 19.3% de acceso total. En este caso, quienes más lo utilizan son los empresarios hombres (23.1%), los que tienen con negocios de acumulación ampliada o pequeñas empresas (33.35% y 28.6%, respectivamente), los del sector transporte (27.7%) y los dueños de negocios de más de 7 años (32.3%).

El tercer tipo de seguro que más se contrata, pero en el que existen mayores brechas, es en el de vehículos. Solo el 9.1% de los empresarios tienen contratado este tipo de seguro, siendo la proporción mayor entre los hombres (15.2%) que entre las mujeres (5.1%). Además, se observan diferencias significativas entre los microempresarios de subsistencia (4.9%) y los pequeños empresarios (39.3%), así como entre los del sector comercio (4.6%) y los del sector transporte (37.3%). Cabe destacar que la edad del negocio parece tener poco efecto en la contratación de este tipo de seguro. La mayor cobertura de los empresarios del sector transporte es totalmente comprensible por la naturaleza de su actividad.

Finalmente, en el caso de los seguros contra incendios y otros daños, apenas el 1 % de los empresarios MYPE tiene acceso a ellos. Los niveles de adopción de este tipo de seguros son extremadamente bajos, lo que muestra la vulnerabilidad relativa de las MYPES como un todo.

Tabla 4.9: Acceso a seguros privados de los empresarios MYPE de acuerdo con sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (porcentajes del total de empresarios de cada categoría)

	Vida	Salud	Vehículo	Incendio y daños	Ninguno
Total	53.1	19.3	9.1	1.0	38.9
Sexo					
Femenino	49.1	16.8	5.1	0.7	44.6
Masculino	59.5	23.1	15.2	1.5	30.3
Tamaño (ventas mensuales)					
Hasta US$1,200	45.0	12.8	4.6	0.5	49.1
De US$1,201 a US$4,200	65.7	29.2	9.9	0.4	25.3
De US$4,201 a US$8,300	73.1	33.3	19.4	3.2	17.2
Más de US$8,300	60.7	28.6	39.3	5.4	17.9
Sector económico					
Agropecuario	67.6	23.8	9.5	0.0	26.7
Comercio	52.2	17.9	4.6	0.8	42.6
Producción	41.5	18.5	10.8	2.3	46.2
Servicios	55.2	17.6	7.1	1.0	39.5
Transporte	54.2	27.7	37.3	1.2	20.5
Edad del negocio					
Menos de 1 año	22.8	8.8	7.0	1.8	68.4
1 a 3 años	43.2	10.6	6.4	0.0	48.3
3 a 5 años	58.6	14.7	6.4	0.4	35.7
5 a 7 años	54.9	19.6	9.8	1.3	37.3
Más de 7 años	61.3	32.3	13.8	2.0	29.6

4.4.3 RAZONES PARA NO CONTRATAR SEGUROS PRIVADOS DE PARTE DE LOS EMPRESARIOS MYPE QUE CARECEN DE ELLOS.

Además de evaluar el nivel de acceso a seguros privados por parte de los empresarios MYPE y el tipo de seguros que contrataban, la encuesta también indagó en las razones que aducían los empresarios que no contaban con estos servicios financieros. Para ello, se les ofreció la posibilidad de seleccionar más de una de las opciones presentadas en la encuesta. Los resultados obtenidos se resumen en la tabla 4.10 y muestran lo siguiente:

- Las dos razones principales por las que los empresarios no tienen seguros privados son: el alto costo o no poder pagarlos (51.3%) y el hecho de que no se les han ofrecido o no saben en qué consisten (35.6%). Esto indica que aún hay un amplio margen para expandir la venta de este tipo de servicios, especialmente entre los empresarios de acumulación simple y los de los sectores agropecuario, comercio y transporte.

- En cuanto al género de los entrevistados, los resultados indican que el 32.9% de los empresarios MYPE masculinos respondió que no contaban con seguros privados debido al alto costo, frente al 28.9% de las mujeres. Por otro lado, el 26.8% de las mujeres respondió que no podían pagar los seguros, mientras que solo el 9.3% de los hombres indicó lo mismo. La importancia relativa de las respuestas que indican que cuentan con suficientes niveles de ahorros para cubrir imprevistos o daños es casi el triple en el caso de los empresarios que en las empresarias MYPE (17.1% y 6%, respectivamente). Además, el 17.1% de los hombres y el 13.8% de las mujeres respondieron que no contrataban seguros privados porque no sabían qué consistían. Finalmente, el 21.5% de las empresarias y el 19.3% de los empresarios masculinos indicaron que no tenían seguros porque no se les habían ofrecido.

Tabla 4.10: Razones para no tener seguros entre los empresarios MYPE que carecen de ellos por sexo, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (porcentaje del total de respuestas)

	Razones						
	A	B	C	D	E	F	Total
Total	14.8	30.1	20.8	21.2	9.6	3.4	100
Sexo							
Femenino	13.8	28.9	21.5	26.8	6.0	3.0	100
Masculino	17.1	32.9	19.3	9.3	17.1	4.3	100
Tamaño (ventas mensuales)							
Hasta US$1,200	13.4	31.1	21.5	23.8	7.3	2.9	100
De US$1,201 a US$4,200	23.0	24.6	21.3	13.1	14.8	3.3	100
DeUS$4,201 a US$8,300	15.0	35.0	15.0	5.0	20.0	10.0	100
Más de US$8,300	15.4	23.1	7.7	15.4	30.8	7.7	100
Sector económico							
Agropecuario	35.3	32.4	8.8	8.8	8.8	5.9	100
Comercio	14.0	25.0	26.3	24.1	7.5	3.1	100
Producción	11.9	34.3	10.4	22.4	16.4	4.5	100
Servicios	9.8	37.0	19.6	20.7	9.8	3.3	100
Transporte	23.5	41.2	17.6	5.9	11.8	0.0	100
Edad del negocio							
Menos de 1 año	14.6	36.6	7.3	14.6	24.4	2.4	100
De 1 a 3 años	8.7	31.0	27.8	25.4	5.6	1.6	100
De 3 a 5 años	10.4	28.3	24.5	22.6	8.5	5.7	100
De 5 a 7 años	16.4	34.3	16.4	23.9	3.0	6.0	100
Más de 7 años	25.7	24.8	15.8	14.9	13.9	5.0	100

Definición de las razones:

- A: No sé en qué consisten
- B: Son muy caros
- C: No me han ofrecido
- D: No puedo pagarlo
- E: Tengo ahorros para cubrir cualquier imprevisto o daño
- F: NS/NR

4.5 ACCESO A TARJETA DE CRÉDITO Y RAZONES ADUCIDAS POR QUIENES NO TIENEN ACCESO

El acceso a tarjetas de crédito es un indicador clave para medir el nivel de diversificación de servicios financieros que las MYPES tienen a su disposición. Sin embargo, la experiencia demuestra que el uso adecuado de este producto financiero es un reto no solo para este segmento empresarial, sino para la población en general. El buen uso de las tarjetas de crédito requiere un alto grado de madurez financiera y disciplina que solo los empresarios con más años de operación y de tamaño más grande parecen tener.

A pesar de los desafíos, el uso responsable de las tarjetas de crédito puede ofrecer importantes beneficios a las MYPES, tales como: a) proporcionar una fuente de financiamiento rápida en momentos de necesidad de efectivo; b) ofrecer una solución temporal para comprar suministros y equipos necesarios para operar; c) establecer un historial de crédito sólido que es fundamental para expandir sus operaciones en el futuro; y d) aprovechar los programas de recompensas y beneficios que muchas tarjetas ofrecen, como puntos por gastos, millas de viajero frecuente y descuentos por compras que pueden ser aprovechados para ahorrar dinero en gastos recurrentes.

Sin embargo, a pesar de estos beneficios, la experiencia muestra que las tarjetas de crédito siguen siendo difíciles de manejar, debido a que su diseño y forma de operación no parecen adaptarse a las necesidades y capacidades de las empresas MYPE.

4.5.1 ACCESO A TARJETA DE CRÉDITO

A través de la encuesta, también se investigó si los empresarios MYPE tenían acceso a tarjetas de crédito y se obtuvieron los siguientes resultados (ver tabla 4.11) solamente el 26.2% de los encuestados tenía acceso a este tipo de servicio financiero. Se encontraron diferencias importantes según el género del empresario, con un acceso del 33.6% para hombres y del 21.3% para mujeres, y también según si tenían o no una cuenta de ahorro, con un acceso del 39.1% para quienes la tenían y del 13.1% para quienes no.

Además, se observó que el acceso a tarjetas de crédito aumenta con el tamaño del negocio, desde un 18.7% para los empresarios de subsistencia, hasta un 34.3% para los de acumulación simple, un 44.1% para los de acumulación ampliada y un 46.4% para los pequeños empresarios.

El acceso a este servicio es bastante uniforme entre los empresarios MYPE de los sectores agropecuario, comercio, producción y servicios, con un rango entre el 22.2% y el 26.2%, pero aumenta significativamente para los del sector transporte, con un 55.4%.

Finalmente, se encontró que el acceso a tarjetas de crédito de los empresarios tiende a aumentar a medida que la antigüedad de sus negocios aumenta. El acceso varía desde un 14% para los empresarios con negocios de hasta un año, hasta un 16.5% para aquellos con negocios de 1 a 3 años, un 30.5% para los propietarios de negocios de 3 a 5 años, y hasta un 33.7% para aquellos cuyos negocios tienen más de 7 años.

Tabla 4.11: Acceso a tarjeta de crédito de empresarios MYPE por sexo, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (en porcentaje)

	Sí	No	Total
Total	26.2	73.8	100
Sexo			
Femenino	21.3	78.7	100
Masculino	33.6	66.4	100
Tenencia de cuenta de ahorro			
Sí	39.1	60.9	100
No	13.1	86.9	100
Tamaño del negocio (ventas mensuales)			
Hasta US$1,200	18.7	81.3	100
De US$1,201 a US$4,200	34.3	65.7	100
De US$4,201 a US$8,300	44.1	55.9	100
Más de US$8,300	46.4	53.6	100
Sector económico			
Agropecuario	24.8	75.2	100
Comercio	22.2	77.8	100
Producción	23.1	76.9	100
Servicios	26.2	73.8	100
Transporte	55.4	44.6	100
Edad del negocio			
Menos de 1 año	14.0	86.0	100
De 1 a 3 años	16.5	83.5	100
De 3 a 5 años	30.5	69.5	100
De 5 a 7 años	23.5	76.5	100
Más de 7 años	33.7	66.3	100

4.5.2 RAZONES ADUCIDAS POR QUIENES NO TIENEN ACCESO A TARJETA DE CRÉDITO.

La encuesta realizada, también proporcionó información sobre las razones por las que los empresarios MYPE que no tienen acceso a tarjetas de crédito se encuentran en esta situación (ver tabla 4.12). Los resultados indican que las dos razones más comunes son la falta de oferta por parte de las entidades financieras (40.8 %) y el miedo a caer en mora (29%). Esto parece indicar que las tarjetas de crédito no son la mejor opción para cubrir necesidades de liquidez repentinas de las MYPES, ya que su diseño se enfoca principalmente en el consumo.

Al analizar los resultados por género, se observa que para los hombres la razón de falta de oferta sube ligeramente a un 43.1%, mientras que el miedo a caer en mora baja al 25.4%. En cambio, para las mujeres, la primera razón baja a un 39.5% y la segunda sube a un 31%, lo que indica que las mujeres son más propensas a tener miedo a caer en mora que los hombres.

Es interesante notar que el miedo a caer en mora se vuelve una razón más importante a medida que aumenta el tamaño de los empresarios, probablemente debido a las altas tasas de interés y estrictas multas que se aplican por falta de pago puntual. Por otro lado, conforme a lo esperado, la falta de oferta tiene menos peso en los empresarios a medida que aumenta su nivel de ventas mensuales.

Además, resulta curioso que el miedo a caer en mora tenga un peso sustancialmente más bajo entre los empresarios del sector agropecuario en comparación con los empresarios de los sectores comercio, producción, servicios y transporte. En contraste, la razón "No le han ofrecido" se eleva hasta el 62% en los empresarios de este sector.

Por último, se observa que los empresarios con negocios de menos de un año asignan menos peso al miedo a caer en mora, pero también son los que expresan menor interés en tener acceso a este servicio financiero y quienes con más frecuencia aducen que no se les ha ofrecido.

En resumen, los resultados parecen indicar que las MYPES prefieren cubrir sus necesidades de financiamiento a través de créditos comerciales directos con almacenes y otros proveedores, en lugar de utilizar tarjetas de crédito que están diseñadas principalmente para el consumo. Las instituciones financieras podrían mejorar su oferta de productos financieros, para que se adapten mejor a las necesidades de liquidez inmediata de los empresarios MYPE y sus familias y así aumentar su acceso al crédito. Esto ayudaría enormemente a fortalecer y a fomentar su crecimiento y desarrollo.

Tabla 4.12: Razones aducidas por los empresarios MYPE para no tener acceso a tarjeta de crédito por sexo, tenencia de cuenta de ahorro, tamaño de la empresa, sector económico en el que operan y edad del negocio (porcentaje del total de respuestas)

	A	B	C	D	E	F	Total
Total	29.0	8.4	40.8	18.3	1.1	2.4	100
Sexo							
Femenino	31.0	8.1	39.5	17.8	1.5	2.1	100
Masculino	25.4	9.0	43.1	19.1	0.4	3.0	100
Tenencia de cuenta de ahorro							
Sí	34.3	8.7	39.2	15.5	1.0	1.3	100
No	25.2	8.3	42.0	20.2	1.1	3.2	100
Tamaño de la empresa (ingresos por ventas mensuales)							
Hasta US$1,200	27.3	10.2	39.8	18.8	1.2	2.7	100
De US$1,201 a US$4,200	30.7	6.5	45.8	15.0	0.7	1.3	100
De US$4,201 a US$8,300	34.6	1.9	40.4	19.2	1.9	1.9	100
Más de US$8,300	40.0	0.0	33.3	23.3	0.0	3.3	100
Sector económico al que pertenecen							
Agropecuario	13.9	8.9	62.0	12.7	0.0	2.5	100
Comercio	31.3	6.1	42.8	16.8	1.1	1.9	100
Producción	30.0	5.0	28.0	29.0	0.0	8.0	100
Servicios	30.3	16.1	33.6	16.8	2.6	0.6	100
Transporte	29.7	8.1	40.5	21.6	0.0	0.0	100
Edad del negocio							
Menos de 1 año	22.4	2.0	20.4	46.9	0.0	8.2	100
1 a 3 años	30.0	13.2	41.6	12.2	0.5	2.5	100
3 a 5 años	33.0	9.7	43.2	13.5	0.0	0.6	100
5 a 7 años	29.9	10.3	41.0	16.2	0.9	1.7	100
Más de 7 años	25.4	3.2	42.6	22.8	3.0	3.0	100

Definición de las razones:

- A Miedo a caer en mora
- B No le aprobaron
- C No le han ofrecido
- D No le interesa
- E No sabe usarlas
- F NS/NR

4.6 UTILIZACIÓN DE OTROS INSTRUMENTOS FINANCIEROS

En la encuesta también se exploró la frecuencia con la que los empresarios MYPE utilizan diversos instrumentos financieros, como transferencias bancarias, Tigo Money, enlaces de pago, terminales POS y Chivo Wallet. El objetivo era determinar el grado de penetración, uso y preferencias con respecto a estos servicios. Los resultados obtenidos se resumen a continuación (ver tabla 4.13).

El uso de transferencias bancarias es importante, pero aún hay una proporción significativa de empresarios que no las utilizan con frecuencia. De hecho, el 31.7% de los empresarios manifestó no usarlas en absoluto y un 41% las usan muy poco. Solo el 13.7% reportó usarlas "algo" y un reducido 5.2% las usan con frecuencia.

En general, el uso de Tigo Money es menos común que el de las transferencias bancarias y hay un número considerable de empresarios que no lo utilizan. De hecho, el 37.8% de los encuestados no utiliza este instrumento, mientras que el 39.4% lo usa muy poco. Solo un 13.1% lo utiliza "algo" y el 5.2% lo usa con frecuencia. Cabe destacar que el segmento de microempresas de subsistencia utiliza Tigo Money con mayor frecuencia, como se explicará en el siguiente capítulo relativo al uso de medios electrónicos y redes sociales.

El uso de enlaces de pago es aún menos común entre los empresarios MYPE y muchos de ellos no están familiarizados con este instrumento. De hecho, el 25% de los encuestados no sabe qué son los enlaces de pago y el 54.5% nunca los ha utilizado. Solo el 3% los usa "algo" y el 0.7% los usa con frecuencia. En términos de uso, este es el instrumento menos utilizado por las MYPES.

Aunque el porcentaje de empresarios MYPE que desconoce qué son las terminales POS en comparación con los enlaces de pago es ligeramente superior (26.1% frente al 25%), las primeras se utilizan un poco más. De hecho, el 3.7% de los encuestados utiliza las terminales POS "algo" (en comparación con el 3% para los enlaces de pago) y el 1.6% las usa con frecuencia (en comparación con el 0.7% para los enlaces de pago). Además, el 52.4% de los empresarios indica que no utiliza las terminales POS y el 15.6% las utiliza muy poco, frente al 54.5% y el 15.8%, respectivamente, en el caso de los enlaces de pago Finalmente, los resultados sobre el uso de Chivo Wallet entre los empresarios MYPE parecen contradictorios, ya que se trata de un instrumento ampliamente conocido (solo el 8.1% de los encuestados desconoce su existencia), pero muchos empresarios no lo han utilizado. De hecho, el 56.4% nunca ha utilizado Chivo Wallet y el 28.4% lo utiliza muy poco. Solo el 4.5% lo usa "algo" y el 0.9% lo utiliza con frecuencia

De manera general se puede concluir que los empresarios MYPE tienen una baja utilización de instrumentos financieros electrónicos como transferencias bancarias, Tigo Money, enlaces de pago, terminales POS y Chivo Wallet. En particular, se destaca que el uso de enlaces de pago es el menos utilizado, mientras que el uso de transferencias bancarias y terminales POS es ligeramente más alto. Además, se observa que los empresarios MYPE tienen necesidades de financiamiento inmediato para atender necesidades emergentes tanto del negocio como de la familia, lo que sugiere que existe una oportunidad para que las instituciones financieras desarrollen productos que atiendan estas necesidades específicas.

Tabla 4.13 Uso de transferencias bancarias, Tigo Money, enlaces de pago, terminales POS y Chivo Wallet entre los empresarios MYPE (porcentaje del total de empresarios por cada condición).

	No sé que es	Nada	Muy poco	Algo	Mucho	NS/NR	Total
Transferencias bancarias	5.7	31.7	41.0	13.7	5.2	2.7	100
Tigo Money	3.5	37.8	39.4	13.1	3.7	2.6	100
Enlaces de pago	25.0	54.5	15.8	3.0	0.7	1.1	100
Terminales POS	26.1	52.4	15.6	3.7	1.6	0.7	100
Chivo Wallet	8.1	56.4	28.4	4.5	0.9	1.7	100

Capítulo 5
Uso y acceso de medios electrónicos y redes sociales para transacciones comerciales y financieras

5.1 INTRODUCCIÓN

La adopción de tecnologías digitales es una de las claves para potenciar el crecimiento de las MYPES, ya que les permite mejorar su eficiencia, reducir costos y explorar nuevos mercados y clientes. Esto significa una mayor capacidad de generar empleos, más ingresos y aumentos en la productividad. Por ello, la digitalización de las MYPES es un tema crucial para el crecimiento y el desarrollo socioeconómico de países como El Salvador.

Según el BID (2020), las empresas que adoptan tecnologías digitales tienen mayores probabilidades de sobrevivir y prosperar a largo plazo, al acceder a servicios financieros, mejorar su gestión y aumentar su productividad. Además, la CEPAL (2020) sostiene que los micros y pequeños empresarios que adoptan estas tecnologías tienen más posibilidades de sobrevivir y recuperarse de los impactos económicos de pandemias y otros desastres, por lo que se recomienda a los gobiernos implementar políticas que fomenten su uso. Según este último estudio, durante la pandemia de Covid-19, las microempresas (1-4 empleados) experimentaron un aumento del 65% en sus ventas en línea, mientras que las pequeñas empresas (5-19 empleados) lo hicieron en un 66%. Esto como resultado de la mayor adopción de tecnologías digitales de las MYPES durante la adversidad.

La *International Finance Corporation* (IFC, 2021) también ha encontrado resultados similares al señalar que las pequeñas empresas en Centroamérica están comenzando a adoptar tecnologías, aunque la mayoría aún utiliza métodos manuales y herramientas digitales básicas para gestionar sus operaciones, ventas, pagos, marketing y toma de decisiones. A pesar de esto, más del 40% de las pequeñas y medianas empresas y más del 50% de las grandes empresas que han adoptado nuevas tecnologías lograron obtener nuevos clientes y mejorar su productividad. En línea con estas observaciones, la OCDE ha recomendado a los gobiernos de la región implementar políticas y estrategias que fomenten la digitalización de las MIPYMES, ya que esto les ayudaría a superar dificultades en su acceso a financiamiento y nuevos mercados.

En el caso específico de El Salvador, un estudio realizado por Microsoft en 2022, basado en encuestas a sus clientes, reveló que durante la pandemia. el 91% de las pequeñas y medianas empresas aceleraron su proceso de transformación digital, mientras que un 48% manifestó haber invertido en tecnologías digitales y tener planes de continuar haciéndolo en el futuro. Sin embargo, es importante tener en cuenta que estos avances en la digitalización de los negocios se concentran principalmente en empresas del sector formal de la economía, q

Por lo tanto, como se muestra más adelante en este capítulo, aún existe un amplio espacio para promover el uso productivo de los medios electrónicos y las redes sociales, especialmente en las MYPES que operan en el sector informal de la economía.

Es innegable que en los últimos años se han realizado mejoras significativas en marco regulatorio para promover la digitalización de los negocios en El Salvador. Un ejemplo de ello es la aprobación en 2015 de la *Ley para Facilitar la Inclusión Financiera*, la cual introdujo dos iniciativas: la incorporación de las sociedades proveedoras de dinero electrónico al sistema financiero y la creación de la cuenta de ahorro con requisitos simplificados, accesible a través de un teléfono móvil y una identificación vigente.

Estas medidas tenían como objetivo principal mejorar el acceso y la utilización de medios digitales en los negocios de emprendedores que se encontraban menos bancarizados, como las MYPES y otros actores del sector informal. Sin embargo, de acuerdo con los balances publicados por la Superintendencia del Sistema Financiero (SSF), el saldo de las cuentas de ahorro con requisitos simplificados se ha mantenido, lo que sugiere que dicha medida no ha logrado alcanzar su objetivo.

A diferencia, los servicios de transferencias interbancarias facilitados por el Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR) a través de la solución Transfer365 han demostrado ser más efectivos. Este servicio, sin costo alguno para el usuario, utiliza una tecnología digital de transferencias que se destaca por su concepto interoperable e integrado, ofreciendo un amplio acceso a la población. Otras opciones como el envío de remesas sin tarjeta lanzados por la banca privada son opciones nuevas con grandes potenciales para la digitalización de los envíos de dinero y de las MYPES.

A pesar de los avances mencionados, aún existen obstáculos para la formulación e implementación de políticas que impulsen el uso y acceso de medios electrónicos y redes sociales en transacciones comerciales y financieras. Uno de estos obstáculos es la escasez de estudios que aborden estos temas de manera exhaustiva. El presente capítulo tiene como objetivo contribuir a llenar ese vacío, enfocándose en el análisis de los niveles de adopción digital y los desafíos que enfrentan las MYPES, especialmente aquellas que operan en la economía informal.

Para indagar sobre la adopción de medios electrónicos entre el empresariado MYPE, se encuestaron a 725 empresarios durante el mes de enero del 2022. Los participantes tenían una edad promedio de 37.1 años, 59.3% eran mujeres y el resto hombres.

Del total de encuestados, 3.4% operaban en el sector agropecuario, 55.7% en comercio, 5.9% en producción, 26.6 % en servicios y el 8.3% restante en el sector transporte. Además, un 29.7% de encuestados tenían negocios de subsistencia, 43.4% negocios de reproducción simple, 13.9% negocios de reproducción ampliada y 13% eran pequeños empresarios. Geográficamente, la muestra de empresarios se distribuyó en los 14 departamentos del país.

5.2 USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS Y REDES SOCIALES PARA COMERCIALIZAR PRODUCTOS Y SERVICIOS

Durante la pandemia, como se mencionó anteriormente, muchos empresarios MYPE aceleraron la adopción de medios electrónicos y redes sociales en la operación de sus negocios. Sin embargo, es importante destacar que existen grandes diferencias en los niveles de acceso y uso de estos medios, las cuales se hacen evidentes al analizar factores como el sexo del empresario, el tamaño de los negocios y el sector en el que operan. Esto revela que las MYPES son un segmento empresarial altamente heterogéneo y diverso.

De acuerdo con la tabla 5.1, se observa que un 40.4% de los empresarios MYPE (44.1% hombres y 37.9 % mujeres) aún no utilizan medios electrónicos para la comercialización de sus productos. Esta brecha revela un vacío significativo, pero también una oportunidad aún más importante para capitalizar.

Tabla 5.1: Medios utilizados por MYPES para comercializar sus productos según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

		Facebook	Instagram	Página web propia	Ninguna de las anteriores	Total
Total	40.8	15.7	1.1	1.9	40.4	100
Sexo						
Femenino	42.8	16.5	0.9	1.9	37.9	100
Masculino	38.0	14.6	1.4	2.0	44.1	100
Sector						
Agropecuario*	52.0	4.0	0.0	0.0	44.0	100
Comercio	39.9	20.8	1.2	1.5	36.6	100
Producción	25.6	11.6	2.3	7.0	53.5	100
Servicios	40.4	9.3	1.0	1.6	47.7	100
Transporte	55.0	10.0	0.0	3.3	31.7	100
Tamaño						
Subsistencia (hasta US$1,200)	34.9	14.4	0.0	0.9	49.8	100
Reproducción simple (de US$1,201 a US$4,200)	45.1	14.9	1.3	1.0	37.8	100
Reproducción ampliada (de US$4,201 a US$8,300)	35.6	22.8	4.0	5.0	32.7	100
Pequeña empresa (más de US$8,300)	45.7	13.8	0.0	4.3	36.2	100

En cuanto a los medios utilizados, se encontró que el 40.8% de los empresarios encuestados emplean WhatsApp, el 15.7% recurre a Facebook, el 1.9% utiliza una página web propia y el 1.1% utiliza Instagram.

En el caso de las empresarias, el uso de WhatsApp y Facebook para la comercialización de productos se incrementa al 42.8% y 16.5%, respectivamente, mientras que en los hombres se reduce al 38% y 14.6%. A nivel sectorial, destaca el uso predominante de WhatsApp, aunque resulta llamativo el bajo nivel de utilización de esta plataforma entre los empresarios del sector de producción, alcanzando solo un 25.6%.

Los empresarios MYPE del sector producción también se distinguen por ser los únicos en los que la mayoría (53.5%) no utiliza los medios electrónicos señalados para comercializar sus productos. Esto, sumado a los bajos niveles de uso entre las microempresas de subsistencia (49.8%), sugiere una posible relación entre el nivel educativo, el acceso a los mercados urbanos y locales y el grado de utilización de medios electrónicos y redes sociales con fines comerciales por parte de las MYPES.

5.3. DISPONIBILIDAD DE CUENTA DE AHORRO, APERTURA VÍA TELEFÓNICA DE LAS MISMAS Y USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS PARA SU MANEJO.

La relación entre el ahorro y la inversión, y su impacto en el desarrollo de las empresas de todos los tamaños, ha sido ampliamente documentada. En esta sección, se analizan los niveles de adopción de servicios de ahorro digitales por parte de las MYPES. Este análisis es relevante, ya que fomentar el ahorro es uno de los desafíos más importantes para fortalecer las capacidades empresariales de las MYPES y promover una mayor inversión en tecnología, infraestructura y otros aspectos que impulsen su competitividad.

5.3.1 ACCESO A CUENTA DE AHORRO

Según los datos expresados en la tabla 5.2, aproximadamente la mitad de los empresarios MYPE tienen una cuenta de ahorro (54.9% en el caso de los hombres y 47% en el de las mujeres). Sin embargo, esta cifra varía según el sector en el que operan. Por ejemplo, solo el 34.7% de los empresarios MYPE del sector servicios y el 44% de los agropecuarios tienen cuentas de ahorro, mientras que en los sectores comercio, producción y transporte, los porcentajes son del 55%, 55.8 % y 66.7%, respectivamente.

Por otro lado, se observa que el porcentaje de empresarios con una cuenta de ahorro aumenta a medida que aumenta el tamaño de las empresas. De esta manera, el acceso a este tipo de instrumento financiero se eleva del 27.4% para los microempresarios de subsistencia al 79.8% entre los pequeños empresarios.

Tabla 5.2: Acceso a cuenta de ahorro según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

Posee una cuenta de ahorro	No	Sí	Total
Total	49.8	50.2	100
Sexo			
Hombre	45.1	54.9	100
Mujer	53.0	47.0	100
Sector			
Agropecuario	56.0	44.0	100
Comercio	45.0	55.0	100
Producción	44.2	55.8	100
Servicios	65.3	34.7	100
Transporte	33.3	66.7	100
Tamaño de la empresa			
Hasta US$1,200	72.6	27.4	100
De US$1,201 a US$4,200	48.6	51.4	100
De US$4,201 a US$8,300	32.7	67.3	100
Más de US$8,300	20.2	79.8	100

5.3.2 APERTURA DE CUENTAS DE AHORRO A TRAVÉS DE TELÉFONO

De acuerdo con la información contenida en la tabla 5.3, el 28.8% de los empresarios MYPE abrieron una cuenta de ahorro desde su teléfono (29.6% en el caso de los hombres y 28.2% en el de las mujeres).

En este ámbito, también se detectaron diferencias importantes entre los empresarios que operan en los distintos sectores. Los porcentajes de empresarios que han abierto cuentas de ahorro desde su teléfono son más altos entre los que operan en el sector de producción 27.9%), seguido por los del sector transporte (16.7%); mientras que los más bajos se dan entre los empresarios del sector servicios (11.4%) y agropecuario (12%).

Existe también cierta relación entre el tamaño de los empresarios MYPE y el aprovechamiento del teléfono para abrir cuentas de ahorro. Así, la apertura vía telefónica aumenta del 2.8% en el caso de los microempresarios de subsistencia al 14% en los de microempresarios de acumulación simple y al 29.7% en los de acumulación ampliada (aunque disminuye ligeramente al 26.6% de los pequeños empresarios).

Tabla 5.3: Porcentaje de empresarios MYPE con cuentas de ahorro que las han abierto desde su teléfono según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio

¿Abrió una cuenta de ahorro desde su teléfono?	No	Sí	Total
Total	85.5	14.5	100
Sexo			
Masculino	83.7	16.3	100
Femenino	86.7	13.3	100
Sector			
Agropecuario *	88.0	12.0	100
Comercio	85.6	14.4	100
Producción *	72.1	27.9	100
Servicios	88.6	11.4	100
Transporte	83.3	16.7	100
Tamaño de la empresa			
Hasta US$1,200	97.2	2.8	100
De US$1,201 a US$4,200	86.6	14.0	100
De US$4,201 a US$8,300	70.3	29.7	100
Más de US$8,300	73.4	26.6	100

5.3.3 OPERACIONES DE DEPÓSITO O RETIRO DE FONDOS A TRAVÉS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS.

Los empresarios con cuentas de ahorro también comentaron sobre su el que hacen de diferentes medios electrónicos (teléfono, Tigo Money, computadora, cajero automático u otros) para realizar depósitos o retiros, obteniéndose los siguientes resultados:

A) TELÉFONO

Según los datos en tabla 5.4, el 37.9% de los empresarios realizaron depósitos o retiros a través del teléfono (42.4% en el caso de los hombres y 34.9% en el caso de las mujeres). El uso del teléfono para este tipo de operaciones fue más común entre los empresarios de los sectores comercio, transporte y producción, con un 40.8%, 50% y 46.5% respectivamente, mientras que solo el 20% de los empresarios del sector agropecuario optaron por esta opción.

Además, el uso del teléfono para realizar depósitos o retiros tiende a aumentar a medida que aumenta el tamaño de las empresas. Por ejemplo, el 21.9% de los microempresarios de subsistencia utilizan el teléfono para estas operaciones, mientras que este porcentaje aumenta a 36.2% entre los microempresarios de acumulación simple, a 56.4% entre los microempresarios de acumulación ampliada y al 60.6% para los pequeños empresarios.

B) TIGO MONEY

Solo el 32.4% del empresariado utiliza Tigo Money para realizar depósitos o retiros. Resulta interesante observar que el porcentaje de mujeres usuarias de esta herramienta es casi el doble que el de los hombres (38.6% frente a 23.4% respectivamente). Esta diferencia podría deberse a la mayor representación de mujeres en el segmento de microempresas de subsistencia.

Asimismo, el uso de Tigo Money es más frecuente entre los empresarios de los sectores de servicios (35.8%) y comercio (33.9%), mientras que es menos utilizado por aquellos que operan en los sectores de transporte (20%) y agropecuario (28%).

C) COMPUTADORA

Solo el 18.9% de los empresarios MYPE utilizan un ordenador para realizar operaciones de depósito o retiro de fondos, según se muestra en la tabla 5.4. No obstante, resulta llamativo que el porcentaje de mujeres que utilizan esta herramienta sea significativamente menor que el de los hombres (14.2% frente a 25.8%, respectivamente).

Los empresarios que más utilizan el ordenador para realizar operaciones de depósito o retiro de fondos son los microempresarios de acumulación ampliada, con un 34.7%, seguidos de los pequeños empresarios con un 31.9%. En contraste, solo un 9.8% de los microempresarios de subsistencia y un 16.2% de acumulación ampliada hacen uso de la computadora para llevar a cabo este tipo de operaciones.

D) CAJERO AUTOMÁTICO

El cajero automático es el medio electrónico más utilizado por los empresarios MYPE para realizar depósitos o retiros. En efecto, un 47.9% de empresarios utilizan este medio, aunque la intensidad del uso es ligeramente superior en el caso de los hombres (53.9%) en comparación con las mujeres (43.7%). El uso del cajero automático es especialmente alto entre los empresarios de los sectores transporte (75%) y producción (53.5%), mientras que los de los sectores agropecuario (36%) y servicios (37.3%) son los que menos lo utilizan.

Este uso notablemente más elevado del cajero automático se debe principalmente a que este medio se emplea casi exclusivamente para realizar retiros de efectivo. Según expertos en MYPES, esta tendencia es lógica, ya que la economía de estos negocios se basa en gran medida en el manejo de efectivo.

E) OTROS MEDIOS ELECTRÓNICOS

Los empresarios también utilizan otros medios para realizar abonos o retiros. De acuerdo con la información de la tabla 5.4, estos otros medios fueron utilizados por el 24.1% de los empresarios (32.5% del empresariado masculino y 18.4% del femenino). Los que más hacen uso de estos otros medios son los empresarios MYPE de los sectores transporte (40%) y producción (27.9%). Además, su uso aumenta del 13.5% para los que tienen ingresos inferiores a US$1,200 al 41.5% para la pequeña empresa.

Tabla 5.4: Uso de medios electrónicos de los empresarios MYPE para hacer depósitos o retiros de sus cuentas de ahorro en los últimos tres meses según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

¿En los últimos 3 meses ha realizado depósitos o retiros en su cuenta de ahorro desde los siguientes medios?	Teléfono		TigoMoney		Computadora		Cajero automático		Otros medios electrónicos	
	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí
Total	62.1	37.9	67.6	32.4	81.1	18.9	52.1	47.9	75.9	24.1
Sexo										
Masculino	57.6	42.4	76.6	23.4	74.2	25.8	46.1	53.9	67.5	32.5
Femenino	65.1	34.9	61.4	38.6	85.8	14.2	56.3	43.7	81.6	18.4
Sector										
Agropecuario *	80.0	20.0	72.0	28.0	88.0	12.0	64.0	36.0	92.0	8.0
Comercio	59.2	40.8	66.1	33.9	78.2	21.8	51.0	49.0	75.0	24.8
Producción *	53.5	46.5	76.7	23.3	83.7	16.3	46.5	53.5	72.1	27.9
Servicios	71.5	28.5	64.2	35.8	89.1	10.9	62.7	37.3	80.8	19.2
Transporte	50.0	50.0	80.0	20.0	70.0	30.0	25.0	75.0	60.0	40.0
Tamaño de la empresa										
Hasta US$1,200	78.1	21.9	69.3	30.7	90.2	9.8	72.6	27.4	86.5	13.5
De US$1,201 a US$4,200	63.8	36.2	61.6	38.4	83.8	16.2	50.8	49.2	76.8	23.2
De US$4,201 a US$8,300	43.6	56.4	74.3	25.7	65.3	34.7	32.7	67.3	66.3	33.7
Más de US$8,300	39.4	60.6	76.6	23.4	68.1	31.9	30.9	69.1	58.5	41.5

5.4. DISPOSITIVOS Y OPERACIONES UTILIZADOS POR LOS EMPRESARIOS MYPE PARA USOS DIVERSOS Y SUS NEGOCIOS

Aunque el grado de digitalización varía entre los empresarios MYPE según su tamaño y sector de actividad, el uso de tecnologías se ha vuelto cada vez más frecuente en su vida cotidiana. Tanto para mejorar la gestión de sus negocios como para satisfacer necesidades personales y familiares, los empresarios recurren cada vez más a las tecnologías. En este sentido, no sorprende que el teléfono móvil y las redes sociales sean las tecnologías más utilizadas por el empresariado nacional, ya que son de los pocos medios electrónicos que cumplen con ambos propósitos.

Por otra parte, aunque se sabe que los empresarios MYPE están logrando mayores niveles de acceso a estas tecnologías y se reconoce el potencial que estas ofrecen para impulsar sus negocios, todavía existe un vacío de conocimiento sobre su uso actual en el ámbito comercial. Con el fin de obtener una visión inicial al respecto, se presentan a continuación algunos datos sobre el uso que los empresarios MYPE hacen de los dispositivos electrónicos más comunes en el país, las operaciones que realizan con mayor frecuencia y la percepción de riesgo y seguridad asociada al uso de estos medios.

5.4.1 TIPOS DE MEDIOS ELECTRÓNICOS MÁS UTILIZADOS

La tabla 5.5 revela que el teléfono con acceso a internet es el medio electrónico más utilizado por los empresarios de la micro y pequeña empresa, con un porcentaje del 76.4%. En segundo lugar se encuentra la computadora o laptop, utilizada por el 17.8%, seguida de cerca por la *tablet* con un 8.7%. Es importante destacar que el sector transporte tiene la mayor proporción de empresarios que utilizan estos medios electrónicos, mientras que los del sector agropecuario son los que menos los utilizan.

Tabla 5.5 Porcentaje de empresarios que utilizan medios electrónicos según sexo, sector en el que operan y tamaño del negocio

	Teléfono con acceso a internet	Computadora o laptop	Tablet o iPad	Ninguno de los anteriores
Total	76.4	17.8	8.7	20.6
Sexo				
Masculino	75.3	23.1	7.8	21.7
Femenino	77.2	14.2	9.3	19.8
Sector				
Agropecuario *	72.0	8.0	0.0	28.0
Comercio	79.5	17.3	8.7	17.6
Producción	72.1	20.9	14.0	25.6
Servicios	68.4	18.1	8.8	27.5
Transporte	86.7	21.7	8.3	11.7
Tamaño de la empresa				
Hasta US$1,200	61.4	10.2	6.0	35.8
De US$1,201 a US$4,200	78.7	16.8	10.8	17.8
De US$4,201 a US$8,300	86.1	31.7	6.9	10.9
Más de US$8,300	92.6	23.4	9.6	5.3

El uso de medios electrónicos entre los empresarios MYPE también muestra una relación directa con el tamaño de las empresas. El porcentaje de aquellos que no utilizan ningún medio electrónico disminuye desde el 35.8% en los microempresarios de subsistencia hasta el 17.8% en los de acumulación simple, el 10.9% en los de acumulación ampliada, y alcanza solo el 5.3% en el caso de los pequeños empresarios.

5.4.2 TIPO DE OPERACIONES REALIZADAS POR LOS EMPRESARIOS MYPE POR MEDIOS ELECTRÓNICOS EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES

Aunque el 30.8% de los empresarios MYPE no realizan operaciones financieras a través de medios electrónicos, un 43.2% sí los utiliza para pagar recibos. Además, como se muestra en la tabla 5.6, un 20.1% recurre a estas tecnologías para recibir pagos, cobrar remesas familiares (16.8%) o para solicitar créditos (10.8%).

A pesar de que no existen disparidades sustantivas de género en cuanto al uso de medios para distintas operaciones financieras, sí existen diferencias entre los empresarios MYPE dependiendo del sector en el que operan. Particularmente los empresarios que más utilizan medios electrónicos para diferentes tipos de operaciones son los del sector transporte (75%) y los que menos, los del sector agropecuario (60%)[1].

TABLA 5.6 Operaciones hechas con medios electrónicos en los últimos tres meses según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

Tipos de operaciones hechas con medios electrónicos	A	B	C	D	E	F	G
Total	43.2	29.5	20.1	16.8	10.8	3.4	30.8
Sexo							
Masculino	41.0	34.9	22.0	15.6	12.9	3.1	32.5
Femenino	44.7	25.8	18.8	17.7	9.3	3.7	29.5
Sector							
Agropecuario	40.0	20.0	12.0	8.0	12.0	4.0	40.0
Comercio	46.3	31.4	18.8	17.6	10.9	3.2	29.5
Producción	39.5	32.6	32.6	23.3	11.6	11.6	27.9
Servicios	37.8	22.8	18.1	15.0	8.3	3.1	34.7
Transporte	43.3	40.0	30.0	16.7	16.7	0.0	25.0
Tamaño de la empresa							
Hasta US$1,200	34.0	12.6	15.3	14.0	6.0	3.3	45.1
De US$1,201 a US$4,200	45.1	28.9	18.4	18.4	9.5	3.2	28.9
De US$4,201 a US$8,300	50.5	45.5	27.7	21.8	8.9	2.0	16.8
Más de US$8,300	50.0	53.2	28.7	12.8	27.7	6.4	19.1

1. El porcentaje de empresarios que usan medios electrónicos para cada una de las categorías de empresarios MYPE diferenciadas se obtiene restando del 100% el porcentaje de la última columna correspondiente a "Ninguna de las anteriores".

Definición de las razones:

- A Pago de recibo
- B Depósitos o retiros de cuenta de ahorro
- C Recibir pagos
- D Cobro de remesas familiares
- E Solicitar un crédito
- F Abrir una cuenta de ahorro
- G Ninguna de las anteriores

Como es lógico, a medida el tamaño de los empresarios MYPE aumenta, aumenta también el porcentaje de los que utilizan medios electrónicos para sus operaciones financieras. Así, el porcentaje sube de 59.9% en el caso de los microempresarios de subsistencia a 71.1% en los de acumulación simple y luego a 82.2% en los de acumulación ampliada; aunque se reduce ligeramente a 80.9% en el caso de los pequeños empresarios.

5.4.3 MEDIOS ELECTRÓNICOS UTILIZADOS EN LOS ÚLTIMOS TRES MESES POR LOS EMPRESARIOS MYPE PARA LAS OPERACIONES DE SU NEGOCIO.

Los medios electrónicos más utilizados por los empresarios MYPE para realizar operaciones financieras de sus negocios son, en su orden: Tigo Money (46.1%), los cajeros automáticos (31.3%), las tarjetas de débito o crédito (26.1%) y la banca móvil (24.7%). Por su parte, los medios menos utilizados son la Chivo Wallet (14.3%) y la banco por internet (12.4%). El análisis por género muestra que las tarjetas de débito o crédito son más comúnmente utilizadas por los hombres (33.2%) en comparación con las mujeres (21.2%), mientras que el uso de Tigo Money es más frecuente entre mujeres (51.6%) que entre hombres (38%).

Tigo Money es también el medio electrónico, más utilizado por los empresarios MYPE de todos los sectores, con excepción de los del sector transporte en el que solo lo utilizan el 20%, muy por debajo del cajero automático (56.7%), las tarjetas de débito o crédito (43.3%) e incluso la banca móvil (35%).

Además, el uso de medios electrónicos para realizar operaciones financieras por parte de los empresarios MYPE se hace proporcionalmente mayor, a medida que aumenta su tamaño, con excepción de Tigo Money.
La única excepción es precisamente Tigo Money, cuyo uso es inversamente proporcional al tamaño de los empresarios: 67.4% en el caso de los microempresarios de subsistencia, 44.8% en los de acumulación simple, 25.7% en los de acumulación ampliada y 23.4% en los pequeños empresarios (ver tabla 5.7). Destaca también que el uso de medios relativamente más sofisticados tales como la banca por internet por parte de los pequeños empresarios (26.6%) y los de acumulación ampliada (20.8%) es sustancialmente mayor que el promedio (12.4%).

TABLA 5.7 Medios electrónicos utilizados para operaciones financieras en los últimos tres meses según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	Medios electrónicos utilizados para operaciones financieras					
	Tigo Money	Cajero automático	Tarjeta de débito o crédito	Banca móvil	Chivo wallet u otras billeteras digitales	Banca por internet
Total	46.1	31.3	26.1	24.7	14.3	12.4
Sexo						
Masculino	38.0	33.6	33.2	27.8	17.6	15.6
Femenino	51.6	29.8	21.2	22.6	12.1	10.2
Sector						
Agropecuario	40.0	40.0	24.0	8.0	8.0	8.0
Comercio	44.8	29.5	24.5	27.2	15.1	13.4
Producción	46.5	32.6	37.2	20.9	18.6	9.3
Servicios	57.5	25.9	21.8	19.2	12.4	10.9
Transporte	20.0	56.7	43.3	35.0	15.0	15.0
Tamaño de la empresa						
Hasta US$1,200	67.4	19.1	14.9	11.6	8.8	4.7
De US$1,201 a US$4,200	44.8	31.7	24.1	23.2	15.2	10.8
De US$4,201 a US$8,300	25.7	43.6	38.6	43.6	19.8	20.8
Más de US$8,300	23.4	44.7	44.7	39.4	18.1	26.6

*Poco representativo

5.4.4 MEDIOS ELECTRÓNICOS PREFERIDOS PARA REALIZAR COMPRAS Y HACER O RECIBIR PAGOS

De acuerdo con la tabla 5.8, la mayoría de los empresarios MYPE (59.6%) prefiere realizar compras y hacer o recibir pagos en efectivo. Apenas un 6.6% prefiere hacer este tipo de operaciones por medios electrónicos o digitales; aunque alrededor de un tercio se inclinan por ambas opciones. El efectivo también es el medio preferido para compras y pagos de los empresarios MYPE de todos los sectores, así como de la mayoría de las mujeres (65.6%) y hombres (50.8%).

Esta propensión al uso de efectivo guarda una relación inversa con el tamaño de los empresarios, pues las operaciones en efectivo son preferidas por el 73.5% de los microempresarios de subsistencia y un 61.3% de microempresarios de acumulación simple. En cambio, solo cuatro de cada diez microempresarios de acumulación ampliada y pequeños empresarios prefieren el efectivo.

TABLA 5.8 Medios preferidos para realizar compras y hacer o recibir pagos según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	Medios preferidos para compras y pagos			
	Efectivo	Electrónicos y digitales	Ambas opciones	Total
Total	59.6	6.6	33.8	100
Sexo				
Masculino	50.8	9.5	39.7	100
Femenino	65.6	4.7	29.8	100
Sector				
Agropecuario *	68.0	4.0	28.0	100
Comercio	57.4	6.2	36.4	100
Producción	51.2	2.3	46.5	100
Servicios	71.5	5.2	23.3	100
Transporte	38.3	18.3	43.3	100
Tamaño de la empresa				
Hasta US$1,200	73.5	1.9	24.7	100
De US$1,201 a US$4,200	61.3	6.7	32.1	100
De US$4,201 a US$8,300	41.6	12.9	45.5	100
Más de US$8,300	41.5	10.6	47.9	100

*Poco representativo

5.4.5 PERCEPCIÓN DE RIESGOS SOBRE LOS DIFERENTES MEDIOS PARA REALIZAR COMPRAS, PAGOS Y COBROS

Contrario a lo que podría creerse, 57.5% de empresarios MYPE consideran como más riesgosas las operaciones en efectivo contra un 42.5% que visualiza mayor riesgo en las realizadas mediante medios electrónicos (ver tabla 5.9). Curiosamente, la percepción de riesgo hacia el uso de medios electrónicos es relativamente mayor en el caso de los hombres (47.1%) que entre las mujeres (39.3%).

También en contra de los esperado, los empresarios MYPE cuya percepción de riesgo sobre el uso de medios electrónicos para realizar compras, pagos y cobros es relativamente menor, son los de los que operan en los sectores agropecuario (28%) y producción (37.2%); mientras que en los que la percepción es mayor es en los de los sectores transporte (51.7%) y comercio (44.6%).

La percepción de los medios electrónicos como más riesgosos que el efectivo para realizar compras, pagos y cobros también tiende a aumentar con el tamaño de las empresas, al pasar de 32.6% en el caso de las microempresas de subsistencia a 41.6% en las microempresas de acumulación simple y a 58.4% en las de acumulación ampliada. En el caso de las pequeñas empresas, sin embargo, la percepción de riesgo para realizar este tipo de operaciones por medios electrónicos disminuye ligeramente a 51.1%.

Tabla 5.9: Percepción de riesgos sobre los diferentes medios para realizar compras, pagos y cobros según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	Medios más riesgosos (%)		
	Electrónicos	Efectivo	Total
Total	42.5	57.5	100
Sexo			
Masculino	47.1	52.9	100
Femenino	39.3	60.7	100
Sector			
Agropecuario *	28.0	72.0	100
Comercio	44.6	55.4	100
Producción	37.2	62.8	100
Servicios	38.3	61.7	100
Transporte	51.7	48.3	100
Tamaño de la empresa			
Hasta US$1,200	32.6	67.4	100
De US$1,201 a US$4,200	41.6	58.4	100
De US$4,201 a US$8,300	58.4	41.6	100
Más de US$8,300	51.1	48.9	100

*Poco representativo

5.4.6 IMPACTO DE LAS CUENTAS BANCARIAS PARA AGILIZAR Y HACER MÁS EFICIENTE EL MANEJO DE LOS RECURSOS DE LOS EMPRESARIOS MYPE

Según la tabla 5.10, más de la mitad de los empresarios MYPE considera que el uso de cuentas bancarias les brinda un manejo más eficiente de sus recursos. Esta opinión alcanza mayores proporciones entre los hombres (64.1%) que entre las mujeres (56%).

Además, la mayoría de los empresarios MYPE de todos los sectores económicos, excepto los del sector servicios, coinciden en que el uso de cuentas bancarias les permite un manejo más eficiente de sus recursos. Es especialmente notable el caso de los empresarios del sector transporte, donde un 81.7% considera que las cuentas bancarias son beneficiosas en este aspecto.

Por otro lado, a medida que aumenta el tamaño de los empresarios MYPE, también aumenta el porcentaje de aquellos que consideran que el uso de cuentas bancarias les brinda un manejo más eficiente de los recursos. Por ejemplo, este porcentaje es del 39.1% para los microempresarios de subsistencia, del 58.4% para los de acumulación simple, del 80.2% para los de acumulación ampliada y del 86.2% para los pequeños empresarios.

Tabla 5.10: Impacto de las cuentas bancarias sobre el manejo de los recursos según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	¿Considera que las cuentas bancarias agilizan y hacen más eficiente el manejo de los recursos?		
	No	Sí	
Total	40.7	59.3	100
Sexo			
Masculino	35.9	64.1	100
Femenino	44.0	56.0	100
Sector			
Agropecuario *	44.0	56.0	100
Comercio	36.9	63.1	100
Producción	41.9	58.1	100
Servicios	54.9	45.1	100
Transporte	18.3	81.7	100
Tamaño de la empresa			
Hasta US$1,200	60.9	39.1	100
De US$1,201 a US$4,200	41.6	58.4	100
De US$4,201 a US$8,300	19.8	80.2	100
Más de US$8,300	13.8	86.2	100

*Poco representativo

5.5 PREFERENCIAS Y RAZONES DE LOS EMPRESARIOS MYPE QUE LES HACEN MÁS ATRACTIVO EL USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS SOBRE EL EFECTIVO

5.5.1 PREFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS MYPE PARA REALIZAR PAGOS, COMPRAS O COBROS POR TELÉFONO U OTROS MEDIOS ELECTRÓNICOS SOBRE EL EFECTIVO

Según se muestra en la tabla 5.11, únicamente el 37.1% de los empresarios MYPE prefiere utilizar medios electrónicos en lugar de efectivo para realizar pagos, compras o cobros. Este porcentaje es más bajo entre las mujeres (33.7%) que entre los hombres (42.0%).

Además, en correspondencia con lo esperado, a medida que aumenta el tamaño de las MYPES, el porcentaje de empresarios que prefiere utilizar medios electrónicos para pagos, compras y cobros también se incrementa.
Por ejemplo, este porcentaje es del 22.8% entre los microempresarios de subsistencia, del 34% entre los de acumulación simple, del 54.5% entre los de acumulación ampliada y del 61.7% entre los pequeños empresarios.

Tabla 5.11: Preferencia para realizar pagos, compras o cobros por teléfono u otros medios electrónicos sobre el efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio

¿Prefiere hacer pagos, compras o cobros por medios electrónicos?	No	Sí	Total
Total	62.9	37.1	100
Sexo			
Masculino	58.0	42.0	100
Femenino	66.3	33.7	100
Sector			
Agropecuario *	72.0	28.0	100
Comercio	58.7	41.3	100
Producción	58.1	41.9	100
Servicios	77.2	22.8	100
Transporte	45.0	55.0	100
Tamaño de la empresa			
Hasta US$1,200	77.2	22.8	100
De US$1,201 a US$4,200	66.0	34.0	100
De US$4,201 a US$8,300	45.5	54.5	100
Más de US$8,300	38.3	61.7	100

*Poco representativo

5.5.2 RAZONES QUE SEGÚN LOS EMPRESARIOS MYPE HACEN MÁS ATRACTIVO EL USO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS EN SUS OPERACIONES

A los empresarios encuestados que manifestaron su preferencia por realizar operaciones financieras a través de medios electrónicos se les preguntó sobre las razones que los hacían encontrar estos instrumentos más atractivos, pudiendo seleccionar varias respuestas. Según se muestra en la tabla 5.12, las respuestas más destacadas fueron: "Mejor control de mis finanzas" (22.9%) y "Ahorro de tiempo al evitar ir al banco para retiros y depósitos" (16.9%).

5.5.3 MEDIOS ELECTRÓNICOS QUE YA UTILIZAN O LES GUSTARÍA UTILIZAR A LOS EMPRESARIOS MYPE PARA RECIBIR Y HACER PAGOS DE CUALQUIER TIPO

Los empresarios que expresaron preferir hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos también comentaron si, para realizar y recibir pagos, ya utilizan, les gustaría utilizar o no tendrían interés en los siguientes medios: cajeros automáticos, tarjeta de débito, tarjeta de crédito, banca por internet, banca móvil, POS, Tigo Money, Chivo Wallet y otras billeteras. Los resultados se presentan en la tablas 5.13 y 5.14.

Tabla 5.12: Preferencia para realizar pagos, compras o cobros por teléfono u otros medios electrónicos sobre el efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio

Razones por las que resultan más atractivos los medios electrónicos	A	B	C	D	E	F	G	Total
Total	22.9	16.9	15.5	14.5	11.0	9.9	9.2	100
Sexo								
Masculino	24.2	16.6	14.9	15.5	11.3	8.5	9.0	100
Femenino	21.7	17.1	16.1	13.6	10.7	11.3	9.5	100
Sector								
Agropecuario *	33.3	16.7	16.7	16.7	5.6	11.1	0.0	100
Comercio	22.1	16.8	16.6	14.6	11.1	9.6	9.2	100
Producción	28.3	11.3	13.2	13.2	11.3	13.2	9.4	100
Servicios	20.9	18.3	13.0	13.0	14.8	11.3	8.7	100
Transporte	24.5	18.6	14.7	15.7	6.9	7.8	11.8	100
Tamaño de la empresa								
Hasta US$1,200	24.4	15.4	15.4	8.9	10.6	8.1	17.1	100
De US$1,201 a US$4,200	22.3	18.2	14.6	10.6	10.9	9.9	13.5	100
De US$4,201 a US$8,300	23.0	14.5	17.0	12.1	9.1	10.9	13.3	100
Más de US$8,300	22.8	17.9	15.8	12.0	8.7	7.6	15.2	100

Definición de las razones:

- A Mejor control de mi dinero
- B Ahorro tiempo al no tener que ir al banco a retirar y hacer depósitos
- C Disponibilidad de dinero para realizar compras y pagos en línea
- D Realizar transacciones a cualquier hora
- E Incrementar mis ventas
- F Posibilidad que mis clientes hagan pedidos por anticipado
- G Puedo tener ahorros en el banco

1. CAJERO AUTOMÁTICO

El 74.3% de los empresarios MYPE ya utiliza cajeros automáticos. Una de las razones que explica el amplio uso de los cajeros es su función extendida para el pago de salarios, recepción de remesas internacionales y retiro de transferencias internas. Además, los cajeros automáticos ofrecen la ventaja de no tener problemas de liquidez, a diferencia de los servicios de Tigo y otros corresponsales bancarios y no bancarios. También pueden ser utilizados prácticamente en cualquier momento del día y durante todo el año. La reciente implementación del servicio de retiro sin tarjeta en los cajeros automáticos ha facilitado y agilizado aún más el proceso, permitiendo que cualquier persona pueda recibir una remesa o transferencia con solo un par de números secretos.

2. TARJETA DE DÉBITO

Entre los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos la mayoría (64.7%) ya utiliza las tarjetas de débito, pero aún hay un 16.7% al que le gustaría utilizarlas y no lo está haciendo. El uso de este instrumento es proporcionalmente mayor entre los hombres (72.6%) y entre los empresarios agropecuarios (85.7%). Además, la proporción de quienes usan tarjetas de débito aumenta con el tamaño de los establecimientos (55.1% de los microempresarios de subsistencia, 58.9% de los de acumulación simple, 72.7% de los de acumulación ampliada y 75.9% de los pequeños empresarios).

3. TARJETA DE CRÉDITO

Solo un 46.1% de los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos ya utiliza tarjetas de crédito (56.5% de hombres y 37.2% de mujeres). Por sectores, los empresarios que más utilizan tarjetas de crédito son los de transporte (54.5%) y quienes menos las utilizan son los agropecuarios (28.6%). Sin embargo, el 42.9% de los empresarios MYPE agropecuarios manifestó interés en utilizar este medio electrónico en sus operaciones. Adicionalmente, la proporción de los que ya lo utilizan también aumenta con el tamaño de los empresarios (26.5% en los microempresarios de subsistencia, 37.4% en los de acumulación simple, 60% en los de acumulación ampliada y 65.5% en el caso de los pequeños empresarios).

4. BANCA POR INTERNET

El 40.9% de los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos utiliza la banca por internet y un 28.3% expresaron su interés en hacerlo. Al analizar los resultados por sexo, se encontró que el 46.0% de los hombres ya utiliza este medio electrónico, en comparación con el 36.6% de las mujeres. De manera similar que con el uso de otros medios electrónicos, a medida aumenta el tamaño de los empresarios, aumenta también la proporción de los utilizan la banca por internet.

Tabla 5.13: Medios que utiliza o utilizaría para hacer transacciones según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	Cajero automático			Tarjeta de débito			Tarjeta de crédito			Banca por internet		
	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza
Total	13.4	12.3	74.3	16.7	18.6	64.7	22.3	31.6	46.1	28.3	30.9	40.9
Sexo												
Masculino	8.9	12.9	78.2	12.9	14.5	72.6	19.4	24.2	56.5	25.8	28.2	46.0
Femenino	17.2	11.7	71.0	20.0	22.1	57.9	24.8	37.9	37.2	30.3	33.1	36.6
Sector												
Agropecuario*	14.3	14.3	71.4	14.3	0.0	85.7	42.9	28.6	28.6	42.9	42.9	14.3
Comercio	16.2	12.6	71.3	20.4	18.0	61.7	22.8	31.1	46.1	29.3	31.1	39.5
Producción*	5.6	11.1	83.3	11.1	16.7	72.2	11.1	44.4	44.4	22.2	33.3	44.4
Servicios	11.4	13.6	75.0	11.4	27.3	61.4	27.3	29.5	43.2	29.5	31.8	38.6
Transporte	6.1	9.1	84.8	9.1	15.2	75.8	15.2	30.3	54.5	21.2	24.2	54.5
Tamaño de la empresa												
Hasta US$1,200	20.4	16.3	63.3	20.4	24.5	55.1	34.7	38.8	26.5	36.7	26.5	36.7
De US$1,201 a US$4,200	10.3	13.1	76.6	19.6	21.5	58.9	22.4	40.2	37.4	29.9	38.3	31.8
De US$4,201 a US$8,300	10.9	7.3	81.8	9.1	18.2	72.7	14.5	25.5	60.0	29.1	29.1	41.8
Más de US$8,300	15.5	12.1	72.4	15.5	8.6	75.9	19.0	15.5	65.5	17.2	22.4	60.3

*Poco representativo, 7 observaciones en agropecuario y18 observaciones en producción.

5. BANCA MÓVIL

De los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos el 50.2% ya utiliza banca móvil, el 27.1% tiene interés en hacerlo y el 22.7% no muestra interés. El uso de esta herramienta también se ve fuertemente influenciado por el sector y por el tamaño de las micro y pequeñas empresas (ver tabla 5.14).

6. PUNTO DE VENTA (POS)

Curiosamente, a mayoría (57.3%) de los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos, no muestra interés en el uso de este medio. Esto es consistente con lo esperado pues los costos asociados a los POS son muy elevados, ya que en muchos casos la comisión puede llegar hasta el 7% por cada transacción realizada.

7. TIGO MONEY

Con respecto a Tigo Money, se encontró que, de los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos, un 41.3% ya lo utilizan, un 14.9% adicional manifiestan tener interés en su uso y un 43.9% no están interesado.

8. CHIVO WALLET U OTRAS BILLETERAS

Finalmente, de los empresarios MYPE que prefieren hacer sus operaciones financieras por medios electrónicos, el 41.6% ya utiliza Chivo Wallet u otras billeteras digitales, pero el 42% expresa que no tiene interés en este tipo de herramientas. El uso de esta herramienta no muestra diferencias sustantivas con respecto al género del propietario ni con el tamaño de los empresarios.

Tabla 5.14: Medios que utiliza o utilizaría para hacer transacciones según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (continuación). (porcentaje de empresarios, entre quienes ya usan medios o les interesa)

	Banca móvil			POS			Tigo Money			Chivo Wallet u otras		
	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza	Le gustaría	No le gustaría	Ya la utiliza
Total	27.1	22.7	50.2	25.7	57.3	17.1	14.9	43.9	41.3	16.4	42.0	41.6
Sexo												
Masculino	23.4	20.2	56.5	23.4	55.7	20.9	16.1	54.8	29.0	13.7	41.9	44.4
Femenino	30.3	24.8	44.8	27.6	58.6	13.8	13.8	34.5	51.7	18.6	42.1	39.3
Sector												
Agropecuario*	57.1	28.6	14.3	28.6	71.4	0.0	0.0	71.4	28.6	28.6	42.9	28.6
Comercio	29.9	21.0	49.1	25.7	58.1	16.2	15.0	41.3	43.7	18.6	40.7	40.7
Producción*	22.2	33.3	44.4	22.2	55.6	22.2	16.7	44.4	38.9	16.7	33.3	50.0
Servicios	18.2	29.5	52.3	31.8	56.8	11.4	15.9	34.1	50.0	13.6	40.9	45.5
Transporte	21.2	15.2	63.6	18.2	51.5	30.3	15.2	63.6	21.2	6.1	54.5	39.4
Tamaño de la empresa												
Hasta US$1,200	40.8	22.4	36.7	34.7	55.1	10.2	24.5	24.5	51.0	26.5	30.6	42.9
De US$1,201 a US$4,200	29.9	29.0	41.1	26.2	58.9	15.0	14.0	40.2	45.8	13.1	44.9	42.1
DeUS$4,201 a US$8,300	16.4	20.0	63.6	25.5	54.5	20.0	10.9	56.4	32.7	18.2	40.0	41.8
Más de US$8,300	20.7	13.8	65.5	17.2	58.6	24.1	12.1	55.2	32.8	12.1	48.3	39.7

*Poco representativo, 7 observaciones en agropecuario y18 observaciones en producción.

5.6 RAZONES POR LAS QUE NO LES RESULTA ATRACTIVO A LOS EMPRESARIOS MYPE UTILIZAR MEDIOS DISTINTOS AL EFECTIVO

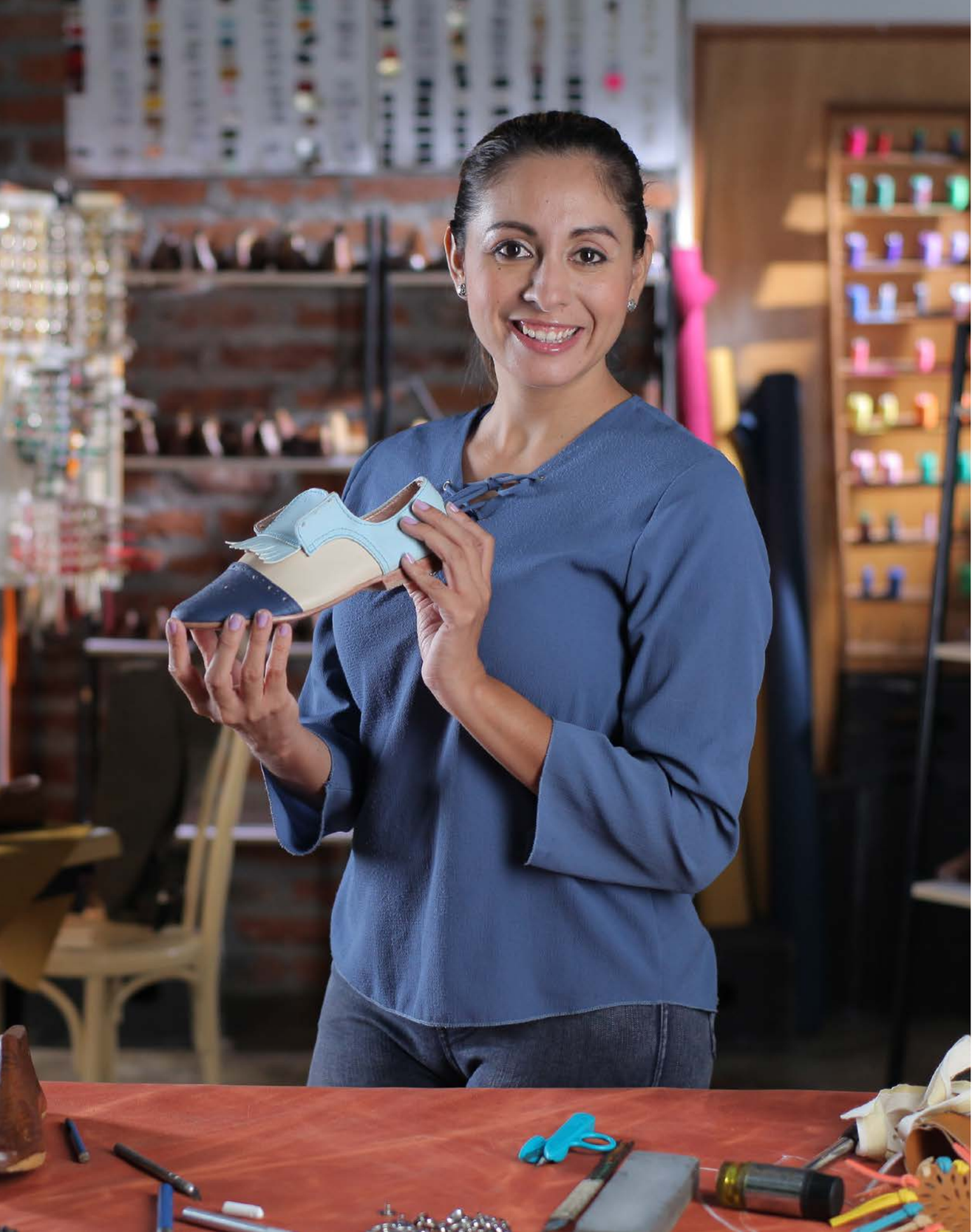
Como cierre de la encuesta, a los empresarios MYPE encuestados se les preguntó si tenían razones por las que no les resultara atractivo utilizar medios de pago distintos del efectivo. Tal como se puede apreciar en la tabla 5.15, las razones más mencionadas fueron: "Me gusta tener el dinero en mis manos" (24.8%) y "No los usan mis clientes" (23%).

Tabla 5.15: Razones por las que no resulta atractivo medios de pago distintos del efectivo según sexo del empresario, sector en el que opera y tamaño del negocio (porcentaje de empresarios)

	A	B	C	D	E	F	Total
Total	24.8	23.0	15.2	13.8	12.2	11.0	100
Sexo							
Masculino	25.8	18.5	15.3	14.4	14.4	11.6	100
Femenino	24.0	26.1	15.2	13.4	10.6	10.6	100
Sector							
Agropecuario	24.3	29.7	10.8	5.4	13.5	16.2	100
Comercio	23.5	23.3	16.7	13.3	12.5	10.6	100
Producción	23.1	20.0	18.5	15.4	12.3	10.8	100
Servicios	24.6	24.6	13.8	14.9	10.5	11.6	100
Transporte	36.3	13.8	8.8	16.3	15.0	10.0	100
Tamaño de la empresa							
Hasta US$1,200	22.9	23.2	16.0	13.0	11.4	13.6	100
De US$1,201 a US$4,200	26.2	23.4	13.8	13.8	11.0	11.9	100
De US$4,201 a US$8,300	28.8	18.7	16.5	16.5	12.9	6.5	100
Más de US$8,300	21.2	25.2	16.6	13.2	16.6	7.3	100

Definición de las razones:

- **A** Me gusta tener el dinero en mis manos
- **B** No los usan mis clientes
- **C** No confío en los medios electrónicos
- **D** No los aceptan en lugares donde compro
- **E** Porque no son gratuitos
- **F** No sé cómo funcionan



Capítulo 6
Las MYPES: un muro contra las migraciones

6.1 INTRODUCCIÓN

El Salvador es un país que cuenta actualmente con una población de 6,3 millones de habitantes residentes en su territorio. A esta población, sin embargo, hay que añadirle los que residen en el exterior. Las estimaciones sobre el número de migrantes de origen salvadoreño, sin embargo, son muy diversas y van desde alrededor de 1.5 millones calculados a partir de los datos del *American Community Survey – ACS Census Bureau (2021)*[1]; 2.5 millones, según la Encuesta Nacional de Migración y Remesas El Salvador 2017 de la OIM (2017)[2]; hasta más de 3 millones según el Ministerio de Relaciones Exteriores. Por otra parte, del total de migrantes se estima que el 93.5% reside en los Estados Unidos, 2.7% en Canadá y el 3.8 % restante en otros países tales como Australia, España, Italia, México, Guatemala, Costa Rica, Belice y Honduras.

Como consecuencia de estos altos niveles de migración, en 2022 las remesas alcanzaron un monto de US$7,741.9 millones (3.2% superiores a las de 2021), equivalentes al 23.8% del PIB. Las remesas recibidas provinieron en un 93.9% de los Estados Unidos, 0.9% de Canadá 0.4% de España 0.3% de Italia, 0.1% del Reino Unido y el 4.1% de otros países. Se estima, además, que estas remesas, que benefician a alrededor de 472 mil hogares (alrededor del 22% del total) integrados por 1.63 millones de personas, son recibidas en alrededor de dos tercios de los casos por mujeres.

Las razones para emigrar se han ido modificando con el tiempo; aunque en los últimos diez años las más importantes han sido las de índole económica, seguidas por la reunificación familiar y las relacionadas con la violencia y la inseguridad. Así lo demuestra un estudio realizado recientemente para los países del Triángulo Norte[3] , por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) y el Programa Mundial de Alimentos (WFP, por sus siglas en inglés), a partir de una encuesta de 4,998 personas encuestadas que incluyó a 1,703 salvadoreños (OIM y WFP, 2022).

Según este estudio, del total de encuestados salvadoreños, el 52% afirmaron tener deseos, planes o preparaciones para migrar permanentemente a otro país. Estos últimos, a su vez, manifestaron que sus motivos principales eran buscar un mejor trabajo, salario o condiciones laborales (84%); desempleo (28%); falta de dinero para cubrir necesidades básicas (24%); enviar remesas (20%); falta de dinero para comprar alimentos (11%); nuevas aventuras/turismo (10 %); reunificación familiar (7%); e inseguridad (6%).

1. Según esta fuente, para 2021 la cantidad de salvadoreños residentes en los Estados Unidos era de 1,418,147 personas, de las cuales 51.1 % eran hombres y 48.9 % mujeres. Además, del total, el 93.4 % tenía 18 años o más
2. En dicha encuesta se le preguntó a los informantes si en su hogar algún miembro había migrado, determinándose que si respondía que sí, y si se había quedado, era migrante.
3. El Salvador, Guatemala y Honduras.

El desarrollo de las micro y pequeñas empresas, por el contrario, puede ayudar a frenar las migraciones internacionales por varias razones, entre las que se destacan:

- En primer lugar, porque a través de la creación de empleo local, las personas de las comunidades tienen la oportunidad de percibir una remuneración y mantenerse cerca de sus hogares y familias. Esto es muy importante, ya que, en muchos países con altos niveles de migración, como El Salvador, el deseo de permanecer en su país de origen continúa siendo muy alto. Según el estudio de OIM y WFP antes citado, del total de entrevistados, el 48% de los salvadoreños que no tenían interés de migrar ni interna ni internacionalmente señaló que los dos motivos principales por los que deseaban permanecer en el país eran evitar la separación de la familia (59%) y el arraigo al lugar donde viven (55%).

- En segundo lugar, porque con el éxito de las MYPES también aumentan los ingresos de las personas en las comunidades locales, lo cual incrementa las posibilidades de que puedan satisfacer sus necesidades básicas y mejora su calidad de vida sin tener que buscar trabajo en otros lugares (tener presente que 24% de los que tienen deseos de migrar es para cubrir las necesidades básicas suyas y de su familia).

- En tercer lugar, porque estimulan la economía local. El desarrollo de las MYPES aumenta también la demanda de bienes y servicios en sus comunidades, estimulando el crecimiento económico y la generación de empleo al interior de estas, reduciendo por consiguiente la necesidad de que las personas emigren en busca de oportunidades.

- Una cuarta razón, es que fomentan el espíritu emprendedor, inspirando a otras personas de su misma comunidad a crear sus propios negocios y empresas. Esta es otra manera de contribuir al fortalecimiento de la economía local y a la reducción de las necesidades de emigrar en busca de trabajo.

Dentro de este contexto, y con el propósito de encontrar pistas para determinar hasta qué punto y de qué forma las MYPES pueden contribuir a reducir de manera progresiva la emigración en El Salvador, en 2021 el Observatorio Mype de FUSAI realizó una encuesta pionera sobre este tema, en la que participaron 361 empresarios (213 mujeres y 148 hombres) con una edad promedio de 41 años, de los 14 departamentos del país.

Del total de encuestados, 59% eran microempresarios de subsistencia (ventas mensuales de hasta US$1,200), 19% de acumulación simple (ventas mensuales de US$1,201 a US$4,200), 9% de acumulación ampliada (ventas mensuales de US$4,201 a US$8,300) y 13% pequeños empresarios (ventas mensuales de más de US$8,300). Por sector en el que operan, el 65.4% de los encuestados trabajan en el comercio, el 17.7% en servicios, el 6.6% en transporte, el 6.1% en el agropecuario y el 4.2% en el de producción. (véase encuesta en Anexo 6.1).

Las preguntas que se les formularon estuvieron orientadas a indagar sobre aspectos tales como: el deseo o la intención de emigrar, los factores que inhibirían o estimularían la toma de esa decisión y las políticas e incentivos que requerirían las MYPES para ser más efectivas en frenar la migración. Aunque las preguntas fueron formuladas únicamente a empresarios, la información obtenida no solamente se refirió a e ellos, sino también a las personas que integran su grupo familiar que no trabajan en el negocio y a sus trabajadores (incluyendo a los familiares).

6.1 LOS EMPRESARIOS MYPE FRENTE A LAS MIGRACIONES

6.1.1 INTENCIÓN DE EMIGRAR ANTES Y DESPUÉS DE PONER EL NEGOCIO

Uno de los objetivos que se buscaba con la encuesta era determinar si la decisión de poner un negocio tenía algún impacto en la intención de emigrar de los empresarios. Para ello se les hizo dos preguntas directas: si tuvieron la intención de emigrar a otro país antes de comenzar su negocio y si después de ponerlo han vuelto a pensar en ello. Los resultados obtenidos, presentados en tabla 6.1, fueron los siguientes:

- Poner una empresa reduce sustancialmente el deseo de emigrar de la población salvadoreña. El porcentaje de personas que ahora son empresarias que ha considerado la posibilidad de emigrar se reduce de 16.1% antes de iniciar sus emprendimientos a 6.1% después de haber tomado esa decisión.

- El deseo de emigrar antes y después de poner un negocio es sustancialmente menor entre las mujeres que entre los hombres. Sin embargo, la reducción en el deseo de migrar que provoca la decisión de establecer un emprendimiento es proporcionalmente mayor entre los hombres (de 26.4% a 6.4%) que entre las mujeres (del 8.9% al 3.8%).

- El impacto de iniciar un emprendimiento en la propensión a emigrar es mayor en los emprendedores de subsistencia, luego en los de acumulación ampliada, le siguen los pequeños empresarios y por último en los de acumulación simple.

- Antes de iniciar un negocio, los emprendedores del sector transporte tienen una propensión a emigrar más de dos veces superior que la de los empresarios de los otros sectores.

- El impacto que genera el establecimiento de un negocio en la intención de emigrar es muy fuerte, independientemente del sector económico en el que se realicen los emprendimientos. En términos relativos, sin embargo, el efecto es mayor en los emprendedores de los sectores agropecuario y producción.

- El impacto de iniciar un negocio en términos de desestimular las migraciones es proporcionalmente mayor en los departamentos de mayor migración y en los que en los que la intención de emigrar antes de los emprendimientos era más alta (La Unión, Ahuachapán y San Miguel). Destaca de manera particular el caso del departamento de Chalatenango, el cual, como consecuencia de los beneficios recibidos por una diversidad de programas de cooperación de gran envergadura, y especialmente de FOMILENIO I, ha pasado a ser uno de los más pobres y de mayor porcentaje de población migrante, al segundo del país con menor pobreza multidimensional y uno de los más eficaces para reducir la emigración a través del inicio de emprendimientos.

Esto evidencia que los programas, tipo FOMILENIO, que buscan reducir la pobreza a través del crecimiento económico, si son complementados con otros de promoción y apoyo a las MYPES, son muy eficaces para reducir la emigración. Obsérvese la tabla 6.1 que la propensión a emigrar de los emprendedores antes de iniciar un negocio es mayor en los departamentos con mayor porcentaje de hogares en pobreza multidimensional[1].

6.1.2 RAZONES QUE INHIBIERON A ALGUNOS SU DESEO DE EMIGRAR Y POR LAS QUE OTROS SIGUEN CONSIDERANDO ESA POSIBILIDAD O LA CONSIDERARÍAN EN EL FUTURO

A los empresarios que después de haber puesto su negocio desistieron de su intención de emigrar se les preguntó cuáles habían sido las principales razones para ello. Como resultado se obtuvo que casi la mitad de las respuestas (44.4%) consistían en que fue porque les prestaron dinero para poner su negocio; un 25.6% adicional, porque valoraron que el trayecto era muy peligroso, otro 16.7% porque habían encontrado un empleo y el 13,3% restante porque habían resuelto un problema de inseguridad (véase tabla 6.1).

1. El análisis no considera al departamento de Cabañas, debido a que la encuesta incluyó únicamente a un emprendedor.

TABLA 6.1 Intención de emigrar antes y después de iniciar un negocio de los empresarios MYPE por sexo, tamaño del negocio, sector económico en el que operan y localización geográfica (en porcentaje)

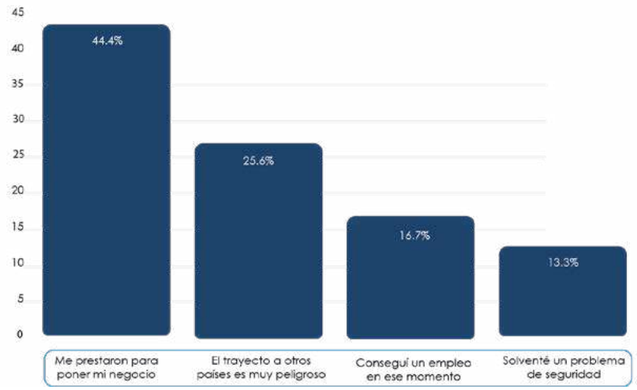
	Antes	Después	
Intención de migrar antes y después de iniciar el negocio			
Sí	16.1	6.1	
No	83.9	93.9	
Total	100	100	
Sexo del empresario MYPE			
Femenino	8.9	3.8	
Masculino	26.4	9.5	
Total	16.1	6.1	
Tamaño de la empresa (ingresos por ventas mensuales)			
Hata US$1,200	12.7	2.4	
De US$1,201 a US$4,200	22.9	17.1	
De US$4,201 A US$8,300	21.9	6.3	
Más de US$8,300	17.0	6.4	
Sector económico al que pertenece			
Agropecuario	13.6	0.0	
Comedor y restaurante	14.8	7.4	
Comercio	14.8	5.5	
Producción	6.7	0.0	
Servicios	17.1	8.6	
Transporte	33.3	16.7	
Localización geográfica	**Antes**	**Después**	**IPM 2019***
Ahuachapán	40.7	14.8	45.7
Cabañas	0	0	34.1
Chalatenango	17.6	0	17.9
Cuscatlán	12.5	6.3	38.6
La Libertad	4.3	2.2	26.2
La Paz	19.6	8.7	37.6
La Unión	45.5	18.2	38.6
Morazán	44.4	33.3	41.2
San Miguel	25.0	8.3	30.8
San Salvador	11.6	0.0	14.0
San Vicente	9.1	0.0	33.6
Santa Ana	11.8	2.9	28.7
Sonsonate	9.4	3.8	37.2
Usulután	10.5	10.5	35.6

* Nota: El Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) proviene de la EHPM 2019.

Estos resultados evidencian que crear oportunidades de financiamiento a potenciales micro y pequeños emprendedores es una estrategia poderosa para inhibir las migraciones. Confirman también que las principales razones por las cuales muchos salvadoreños continúan considerando la posibilidad de emigrar son de tipo económico. Obsérvese que más del 60% de las personas que desistieron de su intención de emigrar fue porque se autoemplearon o encontraron un empleo.

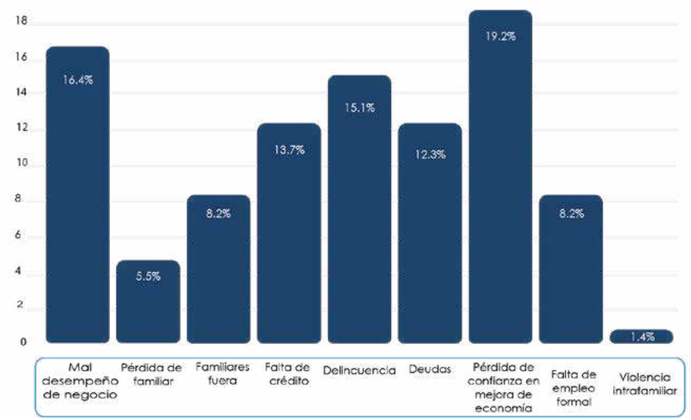
Por otra parte, a los empresarios MYPE que expresaron que mantenían el deseo de emigrar después de haber iniciado sus emprendimientos (6.1% del total de encuestados) también se les preguntó por qué continuaban considerando esa posibilidad. Del total de respuestas obtenidas, el 75.3% fueron razones de tipo económico, de acuerdo con el siguiente orden de importancia: pérdida de confianza en una mejora de la economía (19.2%), mal desempeño de su negocio (16.4%), falta de crédito (13.7%), deudas (12.3%), falta de empleo formal (8.2%) y pérdida de un familiar que era soporte económico del hogar (5.5%).

GRÁFICO 6.1 Principales razones que hicieron desistir a empresarios de abandonar el país después de empezar su emprendimiento
(porcentaje del total de respuesta)



Entre las respuestas hubo, además, dos relacionadas con la violencia (incremento de la delincuencia con el 15.1% del total de respuestas y la violencia intrafamiliar con el 1.4%). Finalmente, el 8.2% de las respuestas señalaba como razón para mantener su deseo de emigrar que tenía familiares afuera, indicando implícitamente que su motivación principal era la reunificación familiar (véase gráfico 6.2).

Gráfico 6.2 Principales razones que hicieron considerar abandonar el país a los empresarios MYPE después de haber iniciado su emprendimiento (porcentaje del total de respuesta)



Después de obtener estas valoraciones, a los empresarios encuestados se les preguntó sobre las situaciones que podrían llevarlos a abandonar el país, destacándose de nuevo las de índole económica con el 68.3% de las respuestas y en el siguiente orden (véase gráfico 6.3): cierre de su negocio (26.5%), empeoramiento económico (20.6%) y falta de financiamiento (18.9%). Nuevamente, solo un 20.6% cree que el principal motivo que lo llevaría a migrar sería un empeoramiento de la violencia. Además, el 11% manifestó que por ninguna circunstancia abandonaría el país.

Gráfico 6.3 Situaciones que podrían llevar a los empresarios MYPE a abandonar el país (porcentaje del total de respuesta)

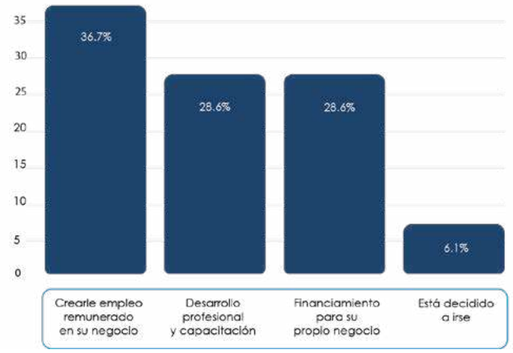
6.2 DESEO DE EMIGRAR DE LOS FAMILIARES Y EMPLEADOS DE LOS EMPRESARIOS MYPE Y FACTORES QUE LES INHIBIRÍAN A TOMAR ESA DECISIÓN

A los empresarios MYPE encuestados se les preguntó, además, si entre los miembros de su grupo familiar que no trabajan en el negocio había al menos uno que estuviese pensando en irse del país y sobre los factores o circunstancias que pudieran inhibirles a tomar esa decisión.

El 12.7% respondió que, en efecto, tenían conocimiento que al menos uno estaba considerando esa posibilidad. Además, sobre los factores que podrían inhibirles a tomar esa decisión, el identificado con mayor frecuencia fue "crearle un empleo remunerado en el negocio" (36.7% de las respuestas), seguido de "desarrollo profesional y capacitación" y "financiamiento para su propio negocio" (ambos con el 28.6% de las respuestas cada uno).

De estos resultados, se deduce que generar un ecosistema favorable para promover el desarrollo de las MYPES es también una estrategia eficaz para reducir las migraciones. De hecho, de las respuestas brindadas por los empresarios MYPE que manifiestan tener parientes con deseo de emigrar, únicamente el 6,1% correspondieron a la opción de que la persona ya estaba decidida a irse, lo cual evidencia la existencia de un gran margen para evitar nuevas migraciones (véase gráfico 6.4).

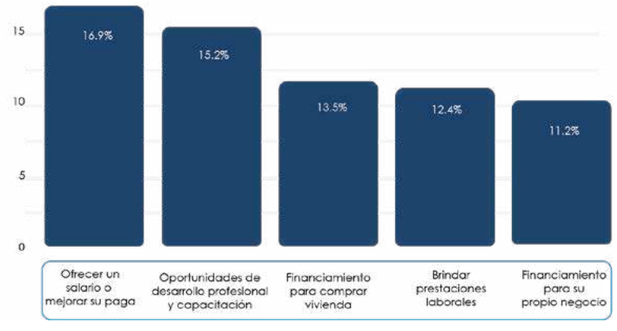
GRÁFICO 6.4 Principales factores que evitarían a la emigración de un familiar que no trabaja en el negocio (porcentaje del total de respuesta)



Otra pregunta que se hizo a los empresarios encuestados fue si alguna de las personas que trabajaba en su negocio (fuese familiar o no), estaba pensado en emigrar y sobre los factores o circunstancias que pudieran inhibirles a tomar esa decisión.

En este caso, el 11.9% de los encuestados expresó que en su emprendimiento laboran trabajadores que están pensando en emigrar. Sin embargo, también consideran que la inmensa mayoría desistiría de dicho proyecto por razones como las siguientes, en su orden de importancia: 16.9%, mejor salario;15.2%, desarrollo profesional y capacitación; 13.5%, acceso a financiamiento para la compra de vivienda; 12.5%, mayores prestaciones laborales; y 11.2%, acceso a financiamiento para poner su propio negocio (véase gráfico 6.5).

Gráfico 6.5 Principales factores que evitarían a la emigración de trabajadores de las MYPE que están valorando esa posibilidad (porcentaje del total de respuesta)

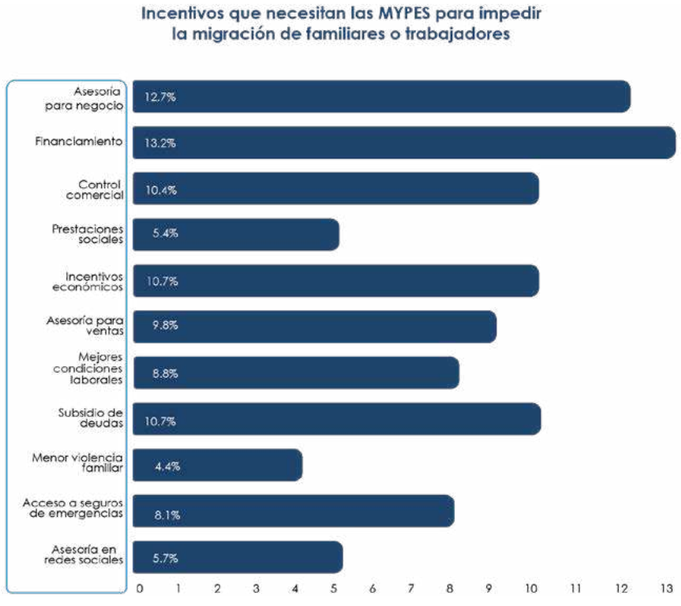


6.3 INCENTIVOS DEMANDADOS POR LOS EMPRESARIOS MYPE PARA FRENAR LAS MIGRACIONES

Una pregunta adicional que se hizo a los empresarios MYPE fue si requerían de algún incentivo que contribuyera a frenar o impedir la emigración de sus familiares y trabajadores. Existe una diversidad de incentivos a través de las cuales se puede apoyar a las MYPES. Contrario a la creencia en que las MYPES el único incentivo que necesitan es el acceso a financiamiento, los resultados de la encuesta mostraron que se les puede apoyar a través de una diversidad de instrumentos.

De hecho, las respuestas fueron muy diversas y con una distribución bastante pareja (véase gráfico 6.6). Del total, únicamente el 13.2% correspondió a la falta de financiamiento, seguido muy de cerca por otras tales como: Asesoría para los negocios (12.7%), subsidio para pagar deudas (10.7%), incentivos económicos (10.7%), asesoría para ventas (9.8%), mejores condiciones laborales (8.8%), acceso a seguros para emergencias (8.1%), asesoría en redes sociales (5.7%) y acceso a prestaciones sociales (5.4%), entre otros.

Gráfico 6.6 Incentivos que necesitan las MYPES para impedir la migración de familiares o trabajadores (porcentaje del total de respuesta).



Compendio estadístico

Cuadro 1: Población en Edad de Trabajar, Población Económicamente Activa y Población Ocupada según sector formal e informal. 2016-2022

Año	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Población total	6,522,419	6,581,860	6,642,767	6,704,864	6,321,042	6,325,827	6,330,947
PET	4,710,551	4,780,530	4,900,541	4,995,745	4,752,507	4,750,123	4,779,865
PEA	2,931,653	2,960,788	3,004,990	3,104,867	2,917,617	2,932,673	2,997,102
Ocupados	2,727,017	2,752,094	2,814,266	2,908,119	2,716,673	2,746,864	2,847,247
Sector formal	848,436	855,725	869,711	881,312	948,622	951,618	1,006,448
Trabajadores	816,145	824,876	838,682	846,692	912,150	915,096	968,245
Patronos	32,291	30,849	31,029	34,620	36,472	36,522	38,203
Sector informal	1,878,581	1,896,369	1,944,555	2,026,807	1,768,051	1,795,246	1,840,799
Empresas informales	820,099	837,627	845,347	883,884	827,874	806,497	833,164
Empleador o patrono	110,087	107,210	127,915	131,574	106,811	102,772	128,126
Cuenta propia con local	76,631	76,338	80,831	89,441	95,921	98,919	130,973
Cuenta propia sin local	710,591	731,347	717,607	751,022	710,389	682,631	663,409
Subtotal	897,309	914,895	926,353	972,037	913,121	884,322	922,508
16-19 años	-10,438	-10,840	-10,064	-11,254	-11,096	-9,189	-11,629
70+ años	-66,772	-66,428	-70,942	-76,899	-74,151	-68,636	-77,715
Asalariados informales	1,058,482	1,058,742	1,099,208	1,142,923	940,177	988,749	1,007,635

Fuente: Estimación del Observatorio MYPE con datos de las EHPM (varios números) y del ISSS (varios años)

Cuadro 2: Empleo informal como porcentaje del empleo total por rama de la actividad económica. 2014-2022

Actividad económica	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	**69.3**	**69.0**	**69.4**	**70.2**	**68.5**	**69.1**	**68.8**	**69.0**	**67.5**
Agricultura	97.5	97.0	97.0	96.3	96.6	96.5	96.9	97.0	96.4
Construcción	81.6	82.3	81.3	82.8	81.4	81.3	82.8	85.8	84.6
Comercio, transporte, alojamiento y alimentación, y servicios comerciales y administrativos	69.4	69.2	68.8	70.6	69.1	68.8	68.1	68.9	66.7
Industria manufacturera	57.2	57.2	53.6	54.7	56.1	57.8	60.8	58.0	54.6
Servicios y actividades de la administración pública, comunitarios, sociales y otros	50.9	50.4	54.7	53.5	49.4	52.4	50.8	50.1	50.1

Fuente: OIT. (2022). Base de datos de empleo informal. Recuperado de: https://ilostat.ilo.org/topics/informality/

Cuadro 3: Empleo informal como porcentaje del empleo total por tamaño de establecimiento. 2014-2022

Tamaño de establecimiento	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1-4 personas	96.5	95.9	97.0	97.5	96.2	96.7	93.2	95.8	96.1
5-49 personas	66.5	66.1	66.3	67.2	69.1	68.7	64.2	71.6	73.6
50+ personas	51.2	50.3	48.6	45.3	46.0	47.5	46.1	43.9	38.9
No se indica	5.2	6.3	4.0	4.7	4.8	5.1	6.7	3.6	3.9
Total	**69.3**	**69.0**	**69.4**	**70.2**	**68.5**	**69.1**	**68.8**	**69.0**	**67.5**

Fuente: OIT. (2022). Base de datos de empleo informal. Recuperado de: https://ilostat.ilo.org/topics/informality/

Cuadro 4: Ingresos por remesas familiares según destino geográfico, expresados en millones de US$. 2001-2022

Municipios	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	**4,985.4**	**5,394.7**	**5,656.2**	**5,929.9**	**7,504.7**	**7,742.0**
Ahuachapán	193.6	208.5	216.2	225.1	287.2	295.8
Cabañas	234.0	251.3	258.7	268.2	338.7	336.5
Chalatenango	290.1	313.0	325.1	336.8	424.8	443.7
Cuscatlán	122.0	133.4	141.3	153.2	196.3	211.5
La Libertad	385.3	423.2	448.8	485.7	602.5	618.8
La Paz	195.6	217.3	230.8	253.6	318.3	329.2
La Unión	408.8	446.2	456.6	461.7	582.5	575.3
Morazán	227.0	245.9	251.1	249.6	321.1	326.0
San Miguel	597.5	640.7	667.6	703.2	883.2	890.8
San Salvador	982.6	1,073.3	1,159.7	1,282.3	1,545.7	1,580.7
San Vicente	169.2	183.3	191.0	196.0	242.7	246.6
Santa Ana	397.3	430.2	452.9	484.9	608.6	618.3
Sonsonate	240.4	260.7	277.9	304.3	383.7	396.7
Usulután	379.6	413.6	434.8	459.4	585.4	586.0
No disponible (recargas, efectivo y no especificado)	162.6	154.2	143.8	66.0	139.7	159.4
Billeteras digitales de criptomonedas	0.0	0.0	0.0	0.0	44.5	126.7

Fuente: BCR. (2022). Base de Datos Económica-Financiera. Ingresos mensuales de remesas familiares por destino geográfico. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado en https://estadisticas.bcr.gob.sv/

Cuadro 5: Patronos y trabajadores cotizantes en ISSS por actividades económicas. Sector público y privado.2010-2022

Actividad económica	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Sector privado	587,463	596,610	614,034	647,322	663,482	671,361	682,829	688,878	702,437	718,584	684,371	745,118	781,241
Agricultura, caza, silvicultura y pesca	12,111	12,839	12,900	13,137	13,657	13,784	14,204	14,119	14,091	14,116	13,608	14,077	14,717
Industrias manufactureras, explotación de minas y canteras y otras actividades industriales	165,251	169,154	170,482	178,187	180,555	185,482	193,483	192,516	195,683	193,193	181,335	196,161	193,175
Construcción	24,045	24,049	24,707	25,403	23,925	24,491	22,911	23,070	24,073	27,124	23,859	23,198	29,533
Comercio, restaurantes y hoteles, transporte, almacenamiento, actividades de alojamiento y servicios de comida	166,091	174,191	180,237	189,888	196,339	194,711	200,622	204,884	208,535	214,234	204,761	229,256	243,414
Información y comunicaciones	18,580	18,750	20,071	21,726	21,514	21,462	18,839	18,807	18,565	18,330	18,611	19,056	19,812
Actividades financieras y de seguros	25,570	25,693	26,682	27,693	28,504	29,715	30,472	30,901	31,443	32,990	32,053	31,610	33,419
Actividades inmobiliarias	6,922	6,477	6,636	6,903	6,984	6,757	6,290	6,317	7,146	7,513	7,035	7,697	8,296
Actividades profesionales, científicas, técnicas y de servicios administrativos de apoyo	93,282	97,539	102,335	111,036	117,615	120,820	120,687	122,308	124,861	129,783	125,518	145,746	155,079
Servicios	75,172	67,039	68,797	71,956	72,880	72,674	73,665	74,228	75,327	77,354	73,168	72,659	76,813
Servicio doméstico	439	879	1,187	1,393	1,509	1,465	1,656	1,720	1,783	1,872	1,822	1,821	1,855
Salvadoreños en el exterior	0	0	0	0	0	0	0	8	31	58	62	67	74
Trabajador independiente	0	0	0	0	0	0	0	0	899	2,017	2,539	3,770	5,054
Sector público	140,912	151,639	150,957	158,438	160,679	160,591	163,093	164,739	167,274	170,219	177,364	188,487	195,322
Total	**728,375**	**748,249**	**764,991**	**805,760**	**824,161**	**831,952**	**845,922**	**853,617**	**869,711**	**888,803**	**861,735**	**933,605**	**976,563**

Nota: Datos para 2020, 2021 y 2022 son preliminares.
Fuentes: ISSS. (2020). *Anuario de estadístico.* San Salvador: Instituto Salvadoreño del Seguro Social.
ISSS. (2021 y 2022). *Estadísticas de patronos y trabajadores.* San Salvador: Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

Cuadro 6: Ingresos por remesas familiares, expresado en millones de US$ y % del PIB 1991-2022

Remesas	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Valor	790.1	858.3	864.1	962.5	1061.4	1086.5	1199.5	1338.3	1373.8	1750.7	1910.5	1935.2	2105.3	2547.6	3017.2	3470.9
% PIB	15.0	14.8	12.9	12.5	11.9	11.3	11.7	12.2	12.2	14.9	15.6	15.3	15.9	18.6	20.5	21.7

Año	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Valor	3,695.3	3,742.1	3,387.2	3,455.3	3,627.5	3,886.6	3,944.2	4,139.2	4,256.6	4,543.8	4,985.4	5,394.7	5,656.2	5,929.9	7,504.7	7,742.0
% PIB	21.7	20.8	19.2	18.7	17.9	18.2	17.9	18.3	18.2	18.8	20.0	20.7	21.0	24.1	26.1	23.8

Notas: Datos para 2021 y 2022 son cifras preliminares.
Fuentes: BCR. (2022). Base de Datos Económica-Financiera. Ingresos mensuales de remesas familiares. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado en https://estadisticas.bcr.gob.sv/
BCR. (2022). Producto Interno Bruto: Producción, Gasto e Ingreso. A precios corrientes. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador. Recuperado en: https://estadisticas.bcr.gob.sv/

Cuadro 7: Porcentaje de hogares con pobreza monetaria según área geográfica. 1995-2022

Hogares en pobreza monetaria	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	**35.2**	**30.7**	**34.6**	**40.0**	**33.3**	**36.5**	**40.6**	**34.5**	**29.6**	**31.8**	**34.9**	**32.7**	**29.3**	**26.3**	**22.8**	**26.2**	**24.6**	**26.6**
Área geográfica																		
Urbano																		
Total	30.9	27.7	29.9	35.7	33.3	33.0	35.4	29.9	26.2	28.5	32.7	29.9	27.4	24.1	21.7	24.8	23.2	24.9
Relativa	21.3	19.8	21.9	25.7	24.1	23.9	26.5	23.4	20.5	22.8	25.7	23.5	22.2	19.2	17.5	17.8	16.9	17.6
Extrema	9.7	8.0	7.9	10.0	9.2	9.1	8.9	6.5	5.7	5.7	7.0	6.4	5.3	4.9	4.1	7.0	6.3	7.3
Rural																		
Total	42.4	35.5	43.8	49.0	46.5	43.2	50.2	43.3	36.0	37.9	38.8	37.5	32.1	30.0	24.8	28.5	27.0	29.6
Relativa	25.5	23.6	27.5	31.5	29.0	28.1	31.7	29.8	26.2	27.0	28.7	27.2	24.4	22.9	19.6	17.4	16.6	18.8
Extrema	16.9	12.2	16.3	17.5	17.5	15.1	18.4	13.6	9.8	10.9	10.1	10.4	7.7	7.1	5.2	11.1	10.4	10.8

Fuentes: PNUD. (2005). Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2005. Una mirada al nuevo nosotros. El impacto de las migraciones. San Salvador: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
BCR, Minec, Digestyc. (varios años). Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2005 a 2022. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador, Ministerio de Economía, Dirección General de Estadística y Censos.

Capítulo 2- Anexos 2.1

Formato de encuesta

Preguntas y opciones de respuestas.

1. Entre los meses de enero y marzo 2023, ¿Cómo fue el comportamiento de su negocio en general?

Favorable
Normal
Desfavorable

2. ¿Cómo espera que sea el comportamiento de su negocio entre abril y junio 2023?
Favorable
Normal
Desfavorable

3. Al comparar el trimestre que finalizó (enero a marzo 2023) con el periodo anterior (octubre a diciembre 2022), ¿Cómo valora la tendencia de las ventas realizadas?
Aumentaron
Disminuyeron
Se mantuvieron

4. Al comparar el trimestre que finalizó (enero a marzo 2023) con el periodo anterior (octubre a diciembre 2022), ¿Cómo valora la tendencia del número de persona ocupadas en su negocio? (incluyéndose usted)
Aumentaron
Disminuyeron
Se mantuvieron

5. Al comparar el trimestre que finalizó (enero a marzo 2023) con el periodo anterior (octubre a diciembre 2022), ¿Cómo valora la tendencia de las compras de mercadería, mobiliario y equipo para su negocio?
Aumentaron
Disminuyeron
Se mantuvieron

6. Al comparar el trimestre que finalizó (enero a marzo 2023) con el periodo anterior (octubre a diciembre 2022, ¿Cual fue la tendencias de los precios de los productos que comercializa en su negocio?
Aumentaron
Disminuyeron
Se mantuvieron

7. ¿Qué factores limitan la actividad o buena marcha de su negocio?
(Puede seleccionar más de uno si lo desea)

Disminución de demanda
Escasez de mercadería para comprar
Dificultades financieras
Aumento de la competencia
Disposiciones municipales y de gobierno para operar
Situaciones familiares o personales que requieren su atención
Delicuencia

8. ¿Cómo espera que sea el trimestre que va a comenzar (abril-junio 2023) en comparación con el que termina (enero-marzo 2023), respecto a la tendencia en ventas de su negocio?
Aumentará
Disminuirá
Se mantendrán

9. ¿Cómo espera que sea el trimestre que va a comenzar (abril-junio 2023) en comparación con el que termina (enero-marzo 2023), respecto a la tendencia de número de personas ocupadas en su negocio? (incluyéndose usted)
Aumentará
Disminuirá
Se mantendrán

10. ¿Cómo espera que sea el trimestre que va a comenzar (abril-junio 2023) en comparación con el que termina (enero-marzo 2023), respecto a la tendencia en compra de mercadería, mobiliario y equipo para su negocio?
Aumentará
Disminuirá
Se mantendrán

11. ¿Cómo espera que sea el trimestre que va a comenzar (abril-junio 2023) en comparación con el que termina (enero-marzo 2023), respecto a la tendencia de en los precios de los productos que comercializa en su negocio?
Aumentará
Disminuirá
Se mantendrán

12. ¿Cuál es el sector económico que mejor define a su negocio?
Comercio
Servicio (incluye venta de comida, pupuserias, tortillerías, etc)
Producción
Agropecuario
Transporte

13. Género
• Femenino
• Masculino

14. Seleccione el departamento donde esta ubicada su empresa
- Ahuachapán
- Cabañas
- Chalatenango
- Cuscatlán
- La Libertad
- La Paz
- La Unión
- Morazán
- San Miguel
- San Salvador
- San Vicente
- Santa Ana
- Sonsonate
- Usulután

15. ¿Cúanto vende diariamente en promedio?
- Menos de US$40.00
- De US$41.00 a US$139.00
- De US$140.00 a US$275.00
- Más de US$275.00

¿De qué forma opera su negocio?
- Lugar Fijo
- De forma ambulante

17. Número de persona que trabaja con usted (el valor debe ser un número)

18. ¿Cuál es su edad, en años? (el valor debe ser un número)

Capítulo 3 - Anexos 3.1

Formato de encuesta

Preguntas y opciones de respuestas.

1. ¿Cuál es su edad en años?

2. Género
• Femenino
• Masculino

3. ¿Cuál fue su último nivel de estudio?
• No estudié
• Hasta 6° Grado
• Hasta 9° Grado
• Bachillerato
• Técnico o Superior (Universidad)

4. ¿Cuál es la actividad económica de su negocio?
• Comercio (venta de verduras, tiendas, ventas ambulantes, etc.)
• Servicios (venta de comida, pupuserías, tortillerías, sala de belleza, sastrería, etc.)
• Transporte
• Producción
(carpinterías, panaderías, elaboración de productos lácteos, elaboración de ropa, elaboración de calzado, etc.)
• Agropecuario

5. Departamento Ubicación del negocio
• Santa Ana, La Libertad, Sonsonate, Ahuachapán, San Salvador, La Paz, Chalatenango, Cuscatlán, Morazán, La Unión, San Vicente, San Miguel y Usulután.

6. ¿Cuánto vende diariamente en promedio?

7. ¿Cuántas personas conforman su hogar?

8. ¿Cuántos ingresos mensuales en conjunto aportan al hogar otros familiares que viven con usted?

8. ¿La vivienda en la que reside con su grupo familiar es propia o alquilada?
• Alquilada
• Propia

Si la vivienda es propia, se encuentra en alguna de las siguientes situaciones:
• Ninguna de las anteriores
• No ha podido legalizar la propiedad
• No tiene acceso a servicio de aguas residuales
• No tiene electricidad
• No tiene servicio de agua potable
• Tiene paredes de materiales inadecuados o en mal estado
• Tiene techo de paja, plástico u otro material inadecuado

10. ¿Cuáles de las siguientes soluciones financieras podrían ser una prioridad o necesidad personal de usted?
• Ninguna de las anteriores
• Ahorrar para un fin específico
• Crear un soporte de dinero para cualquier emergencia
• Disponer de una línea de crédito para gastos personales o familiares
• Préstamo para adquirir un lote para vivienda
• Préstamo para ampliar mi negocio
• Préstamo para construir o adquirir una vivienda
• Préstamo para legalizar mi vivienda
• Préstamo para mejorar mi vivienda

11. Sin contar baños, cocina, cochera, sala, ni comedor, ¿Cuántas habitaciones son utilizadas como dormitorio?

12. ¿Su negocio es la principal fuente de ingresos del hogar?
• No
• Sí

13. ¿Actualmente hay empleados o ayudantes mayores de 18 años laborando en su empresa?
• No
• Sí

14. ¿Cuántas personas mayores de 18 años trabajan o le ayudan en su negocio actualmente?

15. ¿Cuántos mayores de 18 años que trabajan en su negocio son mujeres?

16. ¿Cuántos familiares suyos trabajan o le ayudan en el negocio?

17. ¿A cuántos trabajadores les paga un salario periódicamente?

18. ¿Con qué frecuencia les paga?
• Diario
• Semanal
• Quincenal
• Mensual

19. En función de la frecuencia de pago anterior, ¿Cuánto les paga en promedio?

20. ¿Cuáles de las siguientes consideraciones podrían estar evaluando a futuro las personas que trabajan con usted?
• Ninguna de las anteriores
• Continuar estudiando
• Emigrar al extranjero
• Encontrar un empleo con mejores condiciones
• Poner su propio negocio

21. ¿Cuáles de las siguientes soluciones financieras podrían ser una prioridad o necesidad personal de sus empleados?
• Ahorrar para un fin específico
• Crear un soporte de dinero para cualquier emergencia
• Disponer de una línea de crédito para gastos personales o familiares
• Préstamo para construir o adquirir una vivienda
• Préstamo para iniciar un negocio
• Ninguna de las anteriores

22. ¿Cuáles de las siguientes consideraciones podrían estar evaluando a futuro alguien que viva con usted?
• Continuar estudiando
• Emigrar al extranjero
• Encontrar un empleo con mejores condiciones
• Poner su propio negocio
• Ninguna de las anteriores

23. ¿Cuáles de las siguientes soluciones financieras podrían ser una prioridad o necesidad para alguien que viva con usted?
• Ninguna de las anteriores
• Ahorrar para un fin específico
• Crear un soporte de dinero para cualquier emergencia
• Disponer de una línea de crédito para gastos personales o familiares
• Préstamo para construir o adquirir una vivienda
• Préstamo para iniciar un negocio

Capítulo 4 - Anexos 4.1

Formato de encuesta

Preguntas y opciones de respuestas.

1. ¿Cuál es el sector económico que mejor define su negocio?
a) Comercio (incluye venta de verduras, tiendas, ventas ambulantes, etc.)
b) Servicios (incluye venta de comida, pupuserías, tortillerías, corte de pelo, etc.)
c) Producción (fabricación de productos artesanales, carpinterías, panaderías, elaboración de productos lácteos, elaboración de ropa, elaboración de calzado, etc.)
d) Agropecuario
e) Transporte

2. Departamento donde se ubica su empresa (o donde comercializa su mercadería).

3. ¿Cuál es su ingreso por ventas mensuales? (Opciones: Hasta US$1,200; De US$1,201 a US$4,200; De US$4,201 a US$8,300; Más de US$8,300.)

4. Género
• Femenino
• Masculino

5. ¿Cuál es su edad, en años?

6. ¿Cuántos empleados o familiares remunerados trabajan con usted?

7. ¿Hace cuánto tiempo opera su negocio?
a) Menos de 6 meses
b) De 7 meses a 1 año
c) De 1 a 3 años
d) De 3 a 5 años
e) De 5 a 7 años
f) Más de 7 años

8. De las siguientes instituciones, ¿En cuáles tiene cuenta de ahorros, chequera o depósito a plazo?
a) No tengo cuenta de ahorros, chequera, o depósito a plazo
b) Bancos
c) Sociedades de Ahorro y Crédito
d) Caja de Créditos
e) Cooperativa
f) Banco de los Trabajadores u otras instituciones FEDECREDITO

9.¿Por qué no ahorra en alguna entidad financiera?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) Sí ahorro en una institución financiera
b) Falta de confianza en las entidades financieras
c) Tengo tantos gastos que no me alcanza para ahorrar
d) Los trámites y documentos requeridos son muy complicados
e) No sé cómo abrir una cuenta
f) Pierdo mucho tiempo en ir a la agencia
g) Es costoso y cobran por distintas cosas
h) Pagan intereses muy bajos
i) Prefiero manejar efectivo
j) Lo intenté, pero se negaron a abrirme la cuenta

10. ¿Para qué utiliza o usaría una cuenta de ahorro o corriente?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) Tener mis ahorros en un lugar seguro
b) Efectuar pagos y transferencias de dinero
c) La posibilidad de contar con una tarjeta de débito o crédito
d) Hacerme o mantener el hábito de ahorrar
e) Surtir el negocio para temporada alta
f) Gastos personales o del hogar
g) Pagar deudas del negocio
h) Ninguna de las anteriores

11.De las siguientes instituciones ¿En cuáles tiene préstamo?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) No tengo préstamos (solo para no clientes)
b) Bancos
c) Sociedades de Ahorro y Crédito
d) Caja de Créditos
e) Cooperativa
f) Banco de los Trabajadores
g) Casas de empeño
h) Organizaciones y fundaciones de crédito
i) Ninguna de las anteriores

12. ¿A qué tasa de interés le han otorgado su último préstamo?
a) Nunca me han dado un préstamo
b) Más de 60%
c) 51% a 60%
d) 41% a 50%
e) 31% a 40%
f) 21% a 30%
g) 16% a 20%
h) 11% a 15%
i) Menos del 11%

13. ¿A qué tasa de interés le han ofrecido otro préstamo con otra entidad?
(Seleccione todas las que apliquen). (Solo para clientes)
a) Nunca me han ofrecido otro préstamo con otra entidad.
b) Más de 60%
c) 51% a 60%
d) 41% a 50%
e) 31% a 40%
f) 21% a 30%
g) 16% a 20%
h) 11% a 15%
i) Menos del 11%

14. ¿A qué destinó o destinaría los recursos recibidos en concepto de préstamo?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) Compra de mercadería
b) Pagar gastos operativos del negocio
c) Compra de activo fijo
d) Remodelación o adecuación del negocio
e) Gastos personales o familiares
f) Mejoras en la vivienda
g) Mejorar mi situación crediticia, cancelando otras deudas
h) Compra de vivienda o terreno

15. ¿Razones por las que no solicitaría préstamo en una entidad financiera?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) No necesita crédito
b) No confía en las entidades financieras
c) No tiene en que invertirlo
d) Demasiados requisitos, documentos y trámites
e) Muy altas las tasas de interés
f) Muy altas las cuotas
g) Ya estoy muy endeudado
h) Mal calificado en los burós de crédito (DICOM)

16. ¿Cuáles de los siguientes productos de seguro privado tiene?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) Seguro de vida
b) Seguro de salud
c) Seguro para vehículo
d) Seguro contra incendio o daños
e) Ninguno

17. ¿Por qué no ha tenido seguros privados?
(Seleccione todas las que apliquen).
a) Tengo por lo menos un tipo de seguro privado
b) No sé en qué consisten
c) Son muy caros
d) No me han ofrecido
e) No puedo pagarlo
f) Tengo ahorros para cubrir cualquier imprevisto o daño

18. ¿Tiene una tarjeta de crédito? ¿Por qué no?
(Opciones: Ya tengo una tarjeta de crédito, Porque tengo miedo a caer en mora, Porque nunca me la han ofrecido, Porque no me la aprobaron, Otros).

19 ¿Qué tanto utiliza los siguientes instrumentos?
(Opciones: No sé qué es, Nada, Poco, Algo, Mucho).
a) Transferencias bancarias.
b) Tigo Money.
c) Links de pago.
d) Terminales POS.
e) Chivo Wallet.

Capítulo 6 - Anexos 6.1

Formato de encuesta

Preguntas y opciones de respuestas.

1. ¿Cuál es su edad en años?

2. Género
- Femenino
- Masculino

3. ¿Cuál es su localización geográfica?

4. ¿Cuántos empleados o familiares remunerados trabajan con usted?
- Ahuachapán
- Cabañas
- Chalatenango
- Cuscatlán
- La Libertad
- La Paz
- La Unión
- Morazán
- San Miguel
- San Salvador
- San Vicente
- Santa Ana
- Sonsonate
- Usulután

5. Tamaño de la empresa (ingresos por ventas mensuales)

a) Hasta $ 1,200
b) De $1,201 a $4,200
c) De $4,201 a $8,300
d) Más de $8,300

6. Sector económico al que pertenecen:

a) Agropecuario
b) Comedor y restaurante
c) Comercio
d) Producción
e) Servicios
f) Transporte
g)Turismo

7.¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?

Si no posee escriba 0

8.¿Algún miembro de su grupo familiar que no trabaje en su negocio tiene pensado irse del país?
- Sí
- No

8. Principales elementos que evitarían a la migración de un familiar que no trabaja en el negocio (ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia):
- Crearle un empleo remunerado en su negocio
- Facilitarle oportunidades de desarrollo profesional y capacitación
- Que pueda tener acceso a un préstamo para que ponga su propio negocio
- No hay nada que hacer, está decidido a irse

Además de las anteriores, si hay algo más que podría evitar que su familiar se vaya del país, coméntelo:

9.¿Alguna persona que trabaja en su negocio, ya sea su familiar o no, está pensado irse del país?
- Sí
- No

10. Principales elementos que evitarían a la migración de alguna persona que trabaja en su negocio, ya sea su familiar o no

(ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia):
- Ofrecerle un salario o mejorarle lo que ya le pago
- Ofrecerle jornada laboral conforme la ley (44 horas a la semana)
- Darle mayores responsabilidades en el negocio
- Garantizarle estabilidad y permanencia en el negocio mediante firma de contrato de trabajo
- Facilitarle prestaciones laborales como aguinaldo, vacaciones, cotización al Seguro y AFP
- Darle oportunidades de desarrollo profesional y capacitación
- Que pueda tener acceso a un préstamo para que ponga su propio negocio2
- Cambiar lugar de residencia por temor a la delincuencia
- Que obtenga financiamiento para comprar su vivienda

11. Antes de comenzar su negocio, ¿Tuvo la intención de migrar a otro país?
- Sí
- No

12. Principales razones que hicieron desistir a empresarios de abandonar el país antes de empezar su emprendimiento
(ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia):

- Me prestaron para poner mi negocio
- Conseguí un empleo en ese momento
- El trayecto a otros países es muy peligros
- Solventé un problema de inseguridad

13. Describa si hubieron además de los anteriores otros elementos por los cuales usted desistió irse del país antes de tener su negocio.

14. POSTERIOR A COMEZAR SU NEGOCIO, ¿Ha pensado migrar a otro país?

- Sí
- No
-

15. Principales razones que hicieron considerar abandonar el país a los empresarios MYPE después de haber iniciado su emprendimiento
(ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia):

- El negocio no va bien
- Pérdida de un familiar que era soporte económico del hogar
- Tengo familiares que viven en otro país y quiero estar cerca de ellos
- No poder conseguir crédito para mejorar mi negocio
- La Delincuencia La falta de capacidad para pagar mis deudas
- Pérdida de confianza en que mejore la economía del país
- No poder conseguir un empleo formal
- Violencia intrafamiliar
- Describa si además de los anteriores, hay otros elementos por los cuales usted desiste irse del país

16. Incentivos que necesitan las mypes para impedir la migración de familiares o trabajadores (ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia):

- Asistencia con asesoría para desarrollar mi negocio
- Acceso a financiamiento
- Control y prevención de la delincuencia en la zona
- Acceso a prestaciones sociales (cotización al ISSS y AFP)
- Incentivos económicos para impulsar el negocio
- Asesoría y apoyo para incrementar las ventas
- Mejorar condiciones laborales de los empleados
- Obtener subsidio para hacer frente a deudas adquiridas durante la pandemia
- Violencia intrafamiliar
- Acceso a seguros barato que respondan por emergencias a fin de evitar tomar dinero del negocio
- Capacitación en redes sociales para vender más

17. ¿Qué otros elementos creen que necesitan las empresas como la suya para impedir que los familiares y sus trabajadores se vayan del país?

18. Situaciones que podrían llevar a los empresarios a abandonar el país
(ordenar según importancia: primera, segunda, tercera y menor importancia)

- Incapacidad para seguir adelante con mi negocio
- Cierre de las fuentes de financiamiento
- Empeoramiento de la situación económica y social
- Empeoramiento de la violencia
- Por nada abandono mi país

19. Algo que usted considere que no se contempla en la pregunta anterior, por lo cual usted sí consideraría irse del país:

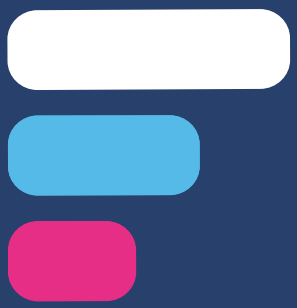
20. ¿Cómo ve el futuro de su empresa?

- Normal
- Favorable
- Desfavorable

Referencias

- CONAMYPE. (2015-2022). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de Registro MYPE: https://onx.la/8b714
- CONAMYPE. (2017). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de https://onx.la/49011
- CONAMYPE. (2020). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de https://onx.la/26cc2
- DIGESTYC. (2012). Ministerio de Economía. Obtenido de https://onx.la/818ce
- CONAMYPE. (2020). Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa. Obtenido de https://onx.la/6394b
- Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa con sus Reformas Incorporadas (2018). .L. N°. 667 (25 de abril de 2014), D.O. N°. 90, T.403 (20 de mayo de 2014). Reforma: D. L. N°. 838 (15 de noviembre de 2017), D. O. N°. 222, T. 417 (28 de noviembre de 2017) Disponible en: https://onx.la/6394b
- Hait, Andrew W. 2021 "The Majority of U.S. Businesses Have Fewer Than Five Employees" U.S. Census Bureau. America Counts: Stories. What is a Small Business? Disponible en: https://www.census.gov/library/stories/2021/01/what-is-a-small-business.html
- United States Small Business Administration, 2022 "Table of Small Business Size Standards Matched to North American Industry Classification System Codes". Disponible en: https://www.sba.gov/sites/sbagov/files/2023-03/Table%20of%20Size%20Standards_Effective%20March%2017%2C%202023%20%281%29%20%281%29_0.pdf
- Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2019). Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002. Última reforma publicada en el Diario Oficial el 13 de agosto de 2019. Disponible en: https://onx.la/50530
- Ley para la Recuperación y Reactivación Económica de la Micro y Pequeña Empresa (2022). República de Honduras, Tegucigalpa. 26 de mayo de 2022 No. 35,933. Disponible en: https://onx.la/1c1c7
- OECD (2019), "OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019", OECD Publishing, Paris, Disponible en: https://doi.org/10.1787/34907e9c-en
- Naciones Unidas, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (2020) "Micro-, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) and their role in achieving the Sustainable Development Goals". Disponible en: https://onx.la/3ff75
- Ministerio de Trabajo y Previsión Social (2021) "Nuevas tarifas de salarios mínimos". Disponible en: https://onx.la/148cc
- Instituto Nacional de Salud. (2021). Encuesta Nacional de Salud (ENS). San Salvador: Instituto Nacional de Salud.

- Banco Interamericano de Desarrollo (2020). "La digitalización de las MIPYMES en América Latina y el Caribe: estado, impacto y desafíos". Recuperado de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-digitalizacion-de-las-MIPYMES-en-America-Latina-y-el-Caribe-estado-impacto-y-desafios.pdf. financiamiento y a nuevos mercados.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020). "La digitalización de las MIPYMES en tiempos de COVID-19". Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000243_es.pdf
- International Finance Corporation. (2021). Digital Entrepreneurship and Innovation in Central America. Washington D.C.: International Finance Corporation.
- MICROSOFT. (27 de abril de 2022). News Center Latinoamerica. Obtenido de https://news.microsoft.com/es-xl/el-91-de-pymes-en-el-salvador-acelero-su-proceso-de-transformacion-digital-durante-la-pandemia/
- Banco Central de Reserva. (s.f.). Recuperado el 15 de abril de 2023, de https://onec.bcr.gob.sv/ipc_consulta/
- Banco Central de Reserva. (2023). Encuesta de Hogares de Propósitos Mútiples 2022 .
- CEPAL. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/handle/11362/2022
- CONAMYPE. (2018). Encuesta Nacional de la Micro y Pequeña empresa 2017. El Salvador productivo. Las MYPE moviendo la economía en los territorios. Obtenido de www.conamype.gob.sv/download/encuesta-nacional-de-la-mype-2017/
- DIGESTYC. (2022). Encuesta de Hogares de Propositos Múltiples 2021.
- FUNDAUNGO. (2022). Encuesta Coyuntural Noviembre 2022. Obtenido de https://www.fundaungo.org.sv/products/encuesta-coyuntural-noviembre-2022
- FUSADES. (2022). Informe de coyuntura social 2021-2022. Obtenido de https://fusades.org/informes-estrategicos-y-de-coyuntura
- Instituto Universitario de Opinión Pública. (2022). IUDOP. Obtenido de https://uca.edu.sv/iudop/wp-content/uploads/Opinion-publica-sobre-la-economia-en-el-pais-2022.pdf
- Kinnan, C., K. Samphantharak, R. Towsend y D. Vera Cossío 2022 Cuando los seguros para las pequeñas empresas proporcionan amplios beneficios para la sociedad, agosto de 2002. Disponible en: https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/cuando-los-seguros-para-las-pequenas-empresas-proporcionan-amplios-beneficios-para-la-sociedad/



TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS - OBSERVATORIO MYPE 2023