



## INFORME: “EL ESTADO DE LA MIPYME”



Proyecto: Establecimiento y Posicionamiento del “Observatorio Nacional del Emprendimiento y la MIPYME”

**Centro Nacional de Competitividad. Informe de Encuesta: El Estado de las MIPYME. 2019.**

Las opiniones, análisis y conclusiones expresadas por los autores no necesariamente reflejan el punto de vista de la Junta de Síndicos, el Directorio Ejecutivo del Centro Nacional de Competitividad (CNC), el Banco Centroamericano de Integración Económica ni la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Este documento puede reproducirse, descargarse o imprimirse libremente para fines no comerciales. Si se utiliza el contenido en algún documento, presentación u otro medio, deberá citarse la fuente.

## Tabla de contenido

Antecedentes del proyecto.....	4
1. Aspectos Técnicos .....	5
1.1 Herramienta diseñada .....	5
1.2 Muestra .....	7
1.3 Estrategia de difusión .....	9
2. Resultados de la Encuesta .....	11
2.1 Perfil de las Empresas MIPYME .....	11
2.2 Aspectos Operativos de la Empresa .....	16
2.3 Percepción y Expectativas .....	21
2.4 Acerca de los Empresarios .....	26
CONCLUSIONES .....	30

## Antecedentes del proyecto

En apoyo a las alianzas público-privadas, en 2016 el CNC suscribió el Pacto Nacional por el Emprendimiento impulsado por la AMPYME a través del cual los firmantes se comprometen, entre otros, a promover la creación del Observatorio Nacional del Emprendimiento. Con el establecimiento del Consejo Nacional del Emprendimiento en noviembre de 2017 (que se deriva del Pacto Nacional) se traza el plan de trabajo entre cuyos ejes está el de "Medición" del cual el CNC es coordinador y ha asumido como propia la tarea de dar inicio a las acciones que promuevan el establecimiento del Observatorio Nacional del Emprendimiento. Junto con el CNC, las más de 42 entidades (estatales, académicas y empresariales privadas) y organizaciones gremiales de la sociedad civil, firmantes del Pacto, avalan la necesidad de crearlo.

En esa línea, el CNC presentó al Banco Centroamericano de Integración Económica, a través de la Iniciativa Dinámica una propuesta de patrocinio del Proyecto para el Establecimiento y Posicionamiento del "Observatorio Nacional del Emprendimiento y la MIPYME", la cual recibió el beneplácito de la institución.

El objetivo de establecer el Observatorio "es que sirva como un instrumento de análisis y difusión de estadísticas e información relevante del emprendimiento y las micro, pequeñas y medianas empresas panameñas".

Y es así como en alianza del BCIE (a través de su Iniciativa Dinámica), la Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) y el Centro Nacional de Competitividad (CNC) presentan el primer producto para el Observatorio mostrando el resultado de la aplicación de la encuesta "El Estado de la MIPYME", que permitirá establecer la caracterización del sector MIPYME y las percepciones de éste en materia de obstáculos a su desarrollo.

Debido a que la información será de dominio público, todos los interesados en el tema podrán encontrar en el Observatorio una fuente de información que será de utilidad para la toma de decisiones en materia comercial, de políticas públicas, empresarial y emprendimiento.

## 1. Aspectos Técnicos

Para elaborar el producto "El Estado de la MIPYME", se estableció y diseñó la herramienta (encuesta) y la metodología a utilizar, que permitiera el alcance de los segmentos objetivos para perfilarlo y ahondar en el conocimiento de los empresarios y empresas del sector MIPYME en Panamá.

### 1.1 Herramienta diseñada

Se utilizó una plataforma de encuestas online, que permitiría al encuestado responder ya sea desde una computadora, tableta o celular, característica que facilita el llenado de la encuesta. El diseño conceptual de la encuesta incorporó diversas variables para llegar al objetivo deseado de caracterizar tanto a la empresa como a los empresarios para obtener un mayor conocimiento del sector MIPYME. Las variables aplicadas se detallan a continuación:

**Tabla 1 Diseño conceptual de la encuesta**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Ubicación geográfica	Conocer la región geográfica donde opera la oficina principal del negocio	Definir ciudad, corregimiento y provincia dentro de la Rep. de Panamá
Sujeto de derechos y obligaciones	Conocer si la empresa es una persona natural o persona jurídica	Indicar Natural o Jurídica
Género (del propietario o administrador)	Establecer el grupo al que pertenece el empresario o emprendedor	Establecer femenino o masculino
Tamaño de la empresa	Clasificación de la empresa de acuerdo a su nivel de ventas para el último año reportado	Establecer si es microempresa, pequeña o mediana empresa
Actividad empresarial	Identificar el tipo de actividad económica del negocio	Selección a partir de actividades utilizadas por la CGR (CIU)
Años de operación	Cantidad de años que lleva operando (definir estado de la actividad emprendedora)	Año inicial de operaciones
Vinculación con el negocio	Nivel de dedicación directa	Selección entre tiempo completo; tiempo parcial (1-4 horas diarias/poseo otro empleo)
Cantidad de empleados	Conocer el número total de personas que emplea el negocio	Selección entre 1-3; 4-6; 7-10; 11-20 o más de 20
Promedio de edad de empleados	Nivel promedio etario de las personas empleadas	Selección entre 18 y 25; 26-45; 46-+60

INFORME DE ENCUESTA: "EL ESTADO DE LA MIPYME"

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>
Causa de su establecimiento	Motivo por el cual se inicia el negocio	Haber perdido el empleo y luego identificó una oportunidad de negocio; dejé mi empleo para establecer el negocio; tengo empleo, pero identifiqué oportunidad que estoy aprovechando
Capitalización inicial	Fuente u origen de los recursos utilizados para iniciar el negocio	Ahorros propios, de familiares y amigos, financiamiento bancario
Comportamiento de la operación del negocio	Establecer evolución con año precedente (histórico) y expectativa en función de las ventas, ganancias y número de empleados	Ventas/ganancias/empleados año anterior (menor, igual, mayor) vs corriente y expectativa para el próximo. Derivados: razón(es) de disminución/aumento; razón(es) de expectativa(s) positiva/negativa
Destino de sus ventas	Conocer si hay actividad exportadora	Indicar-en términos de porcentaje de ventas-lo correspondiente a local y exportado.
Ubicación desde donde opera	Aunque todo negocio reporta una dirección física, ayudará a comprender si las TIC han impactado en la forma en la que operan los negocios	Cuenta con local comercial; brinda servicio a domicilio; opera desde su residencia; el negocio es virtual
Uso de TIC	Identificar penetración de tecnologías de la información y comunicación en su operación	Contar con acceso a internet; disponibilidad de equipos, conocimientos informáticos, uso de programas informáticos
Nivel de formación académica del propietario	Nivel de educación formal recibida por el propietario	Grado académico: primaria, secundaria, superior (licenciatura, maestría, doctorado) (iniciada/completada)
Bancarización	Uso y necesidad de servicios bancarios en la operación del negocio	Tipos de servicios que utiliza; y disponibilidad de fuentes de financiamiento
Innovación	Penetración del concepto innovación en el negocio	Consideración: no o sí (derivado: por qué-nuevo/mejorado producto/servicio; sistema de gestión)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Uso de facilidades o programas gubernamentales	Conocimiento y utilización de apoyos gubernamentales enfocados en mypes	Conocimiento de programas del gobierno que apoyen a la MIPYME; uso de algún programa o facilidad (MICI; AMPYME; MITRADEL); áreas en las que considera el gobierno pudiera apoyarle (a seleccionar)
Necesidad(es) puntuales para hacer crecer su negocio	Identificación de elementos requeridos para evolucionar de forma positiva	Financiamiento; capitalización (socios); capacitación; conocimiento de mercados externos (para exportar); fusión
Intención de fortalecer capacidades	Determinar la intención de fortalecer capacidades (si tuviera la oportunidad en cursos a corto plazo); la preferencia de medio y áreas puntuales	Sí; no. Como medio: virtual, presencial, semipresencial y temas específicos.
Continuidad del negocio	Conocer probabilidades de abandonar negocio ante posibilidad de remuneración mayor y la(s) razones por las que no lo haría (cuando este sea el caso)	Sí; no y por qué (ser su propio jefe, libertad; expectativa en propia mejoría)
Apoyo inicial	Conocer condiciones que hubieran facilitado la puesta en marcha del negocio	Mayores recursos (capital, financiamiento); mejor preparación académica/técnica; recurso humano más preparado
Percepción de situación económica actual de la empresa	Identificar como califica la situación económica de su empresa	Indicar si es Buena, Aceptable o Mala
Visión futura de la situación económica de la empresa	Conocer cómo visualiza la empresa en un período futuro determinado	Más favorable, Igual, Menos favorable
Participación posterior en la encuesta	Identificar aquellos empresarios que están dispuestos a colaborar para un monitoreo de la evolución	Indicar Si o No

## 1.2 Muestra

Para la definición de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio estratificado, basándose en la población que corresponde al sector MYPYME, considerando la definición por tamaño de empresa que nos da la legislación panameña a través de la ley 33 del 25 de julio del 2000: las microempresas (unidades económicas cuyas ventas anuales no sobrepasan los B/150,000.00), pequeñas empresas (unidades cuyas ventas anuales están entre B/150,000.01 y B/.1,000,000.00) y medianas empresas (unidades cuyas ventas anuales están entre B/1,000,000.01 y B/.2,500,000.00).

De acuerdo con cifras de la Contraloría General de la República<sup>1</sup>, el parque empresarial lo constituyen 71,581 empresas donde 43,337 son microempresas, 6,690 son pequeñas, 1,691 medianas, 2,385 son empresas grandes y 17,478 que no reportaron ingresos por lo que no se le puede asignar tamaño. El total del sector MIPYME lo conforman 51,718 empresas, más del 72% del parque empresarial<sup>2</sup>. La técnica aplicada para el muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional se presenta a continuación:

**Tabla 2 Definición de Muestra Estratificada**

Tipo de empresa (según tamaño)	Micro	Pequeña	Mediana
Tamaño de la población objetivo	43,337	6,690	1,691
Tamaño de la muestra que se desea obtener	195	190	176
Número de estratos a considerar	10	10	10

Estratos	Identificación	Muestra del estrato		
1	Bocas del Toro	5	3	1
2	Coclé	13	6	4
3	Colon	12	15	25
4	Chiriquí	29	13	14
5	Darién	4	0	0
6	Herrera	11	4	4
7	Los Santos	10	3	2
8	Panamá	80	130	115
9	Panamá Oeste	17	10	7
10	Veraguas	14	6	4
	(verificación)	195	190	176

Detalles:

- ✓ Se consideró un margen de error de 7%
- ✓ Se calculó un nivel de confianza del 95%
- ✓ Muestra total: 561

La muestra obtenida llegó a las 284 respuestas, distribuido de la siguiente forma:

<sup>1</sup> Directorio Estadístico de Empresas y Locales, Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2016.

<sup>2</sup> Considerando aquellas empresas que no registraran ingresos.

Tipo de empresa (según tamaño)		Micro	Pequeña	Mediana
Estratos	Identificación	Muestra del estrato		
1	Bocas del Toro	5	2	0
2	Coclé	13	2	0
3	Colón	12	2	0
4	Chiriquí	29	8	1
5	Darién	4	0	0
6	Herrera	11	0	4
7	Los Santos	10	1	0
8	Panamá	80	47	14
9	Panamá Oeste	17	3	1
10	Veraguas	14	3	1
(verificación)		195	68	21

Se logró cubrir las cuotas estadísticas para el sector micro para los distintos estratos (provincias y tamaño de empresa). Esto nos brinda un buen acercamiento a la caracterización de las MIPYME ya que las microempresas representan más del 83% del sector. En cuanto a la muestra obtenida para las pequeñas y medianas empresas, se alcanzó información valiosa pero no se completaron las cuotas inicialmente previstas, principalmente por no contar con un registro nacional de empresas por tamaño, lo cual nos impidió dar un seguimiento más cercano a los encuestados. Sin embargo, los resultados obtenidos nos brindan un avance importante para caracterizar al sector MIPYME al haber obtenido el 100% de la muestra de las microempresas.

### 1.3 Estrategia de difusión

Con el objetivo de aplicar las consultas requeridas, se determinó la siguiente estrategia que permitió la aplicación de la encuesta entre el 8 de marzo hasta el 17 de abril del año en curso.

- ✓ Se remitieron las encuestas de forma online a través de una plataforma digital, la cual es una herramienta que facilita la respuesta de los usuarios y el monitoreo y seguimiento de los encuestados.
- ✓ En cada envío de las encuestas se incluyó un texto introductorio de la encuesta y el objetivo de esta. Además, se facilitaron los teléfonos y correos de contactos en el CNC para aclarar cualquier duda o sugerencia.

Ilustración 1 Encabezado de la encuesta electrónica aplicada



- ✓ En adición a la base de datos del CNC, sendas organizaciones o instituciones colaboraron en hacer posible la distribución de la encuesta. Entre ellas: AMPYME; UNPYME, Canal de Empresarias, Banco Delta, Microserfin, Suma Financiera, Procaja, Banistmo, Banesco, Cámara de Comercio de Colón y Sindicato de Industriales de Panamá.
- ✓ En un número más limitado, se compartió la encuesta por medio de WhatsApp.
- ✓ También los empresarios podían acceder a la encuesta a través de la página web del CNC, donde se dispuso de un espacio para ello.

Ilustración 2 Sección para la Encuesta en el Sitio Web del Centro Nacional de Competitividad



Fuente: sitio web del Centro Nacional de Competitividad (CNC).

- ✓ A lo largo del período de recepción se realizaron varios recordatorios.
- ✓ En los casos donde se tenía contacto telefónico, se realizó un seguimiento personalizado.

## 2. Resultados de la Encuesta

Los resultados obtenidos a través de la herramienta estadística se muestran en esta sección. Dichos resultados nos permitirán conocer aspectos importantes tanto de la empresa del sector MIPYME así como del empresario para su caracterización.

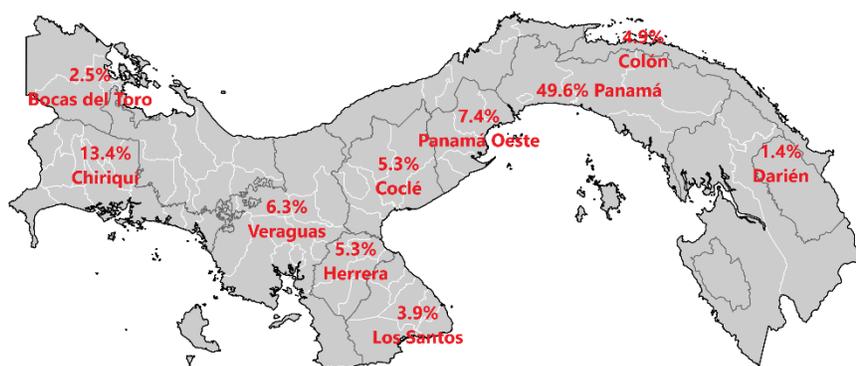
Los principales resultados obtenidos de la encuesta aplicada abarcan información general de la empresa (ubicación, clasificación, tipo de actividad empresarial, datos sobre su origen, etc.); aspectos de su operación (empleados, edad promedio de colaboradores, temas de innovación, por citar algunos) y las percepciones y expectativas de los empresarios (sobre su situación económica, estimaciones sobre el 2019, desafíos y otros).

### 2.1 Perfil de las Empresas MIPYME

En relación a la distribución geográfica de las MIPYME en el territorio nacional, los resultados de la encuesta reflejan que dichas empresas se concentran principalmente en la provincia de Panamá y Chiriquí con el 49.5% y 13.4% respectivamente. Mientras que el resto de las empresas, se distribuyen a lo largo de la geografía nacional.

De la muestra obtenida, los distritos con mayor participación fueron Panamá, en la provincia de Panamá, con 122 respuestas, y David, en la Provincia de Chiriquí, con 26 respuestas.

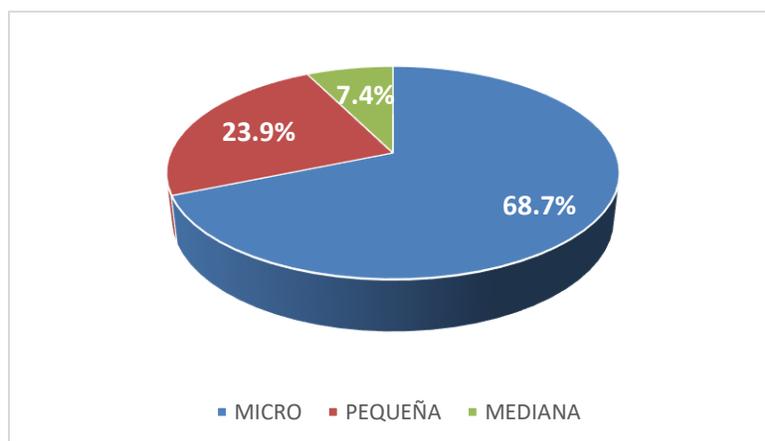
**Ilustración 3 Distribución de las MIPYME Encuestadas**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

De las empresas que respondieron la encuesta, el 68.7% son microempresas, 23.9% son pequeñas empresas y el 7.4% corresponde a las medianas empresas.

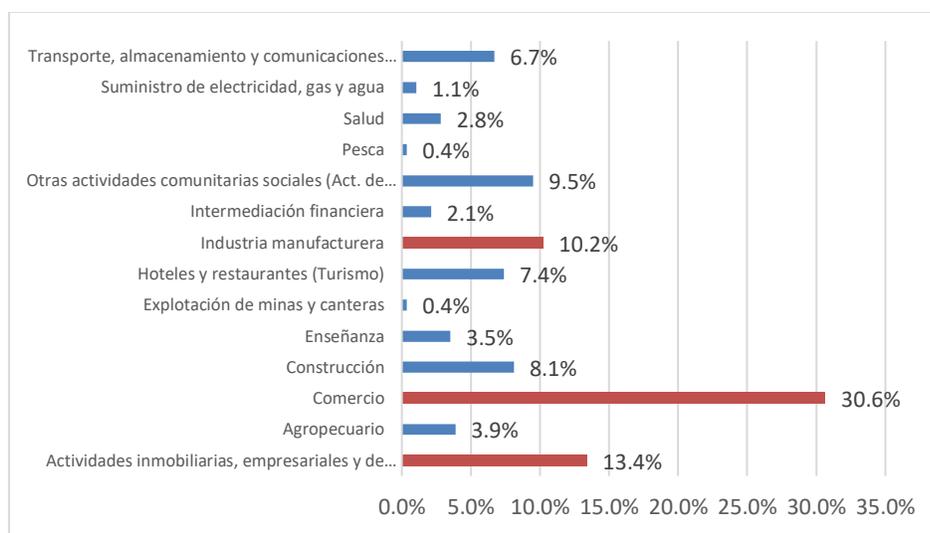
**Gráfico 1. ¿Cuál es la Clasificación de su Empresa?**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

En cuanto a la actividad empresarial, las empresas MIPYME se dedican en primer lugar al comercio (30.6%), en segundo a las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (13.4%) (que incluye profesionales del sector inmobiliario y empresarial como contadores, abogados, asesoramiento empresarial, etc.), y en tercer lugar, la industria manufacturera (10.2%).

**Gráfico 2. Tipo de Actividad Empresarial de las MIPYME**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

En cuanto a los segmentos por tamaño de empresa, las micro reflejan mayor participación en comercio (33.8%), actividades inmobiliarias y empresariales (11.8%) e Industria Manufacturera (11.3%). La pequeña empresa en comercio (20.6%), actividades inmobiliarias y empresariales (17.6%) y en construcción (17.6%). Para la mediana empresa, los resultados muestran que las actividades que predominan son el comercio (33.3%), la industria manufacturera (23.8%) y las actividades inmobiliarias y empresariales (14.3%).

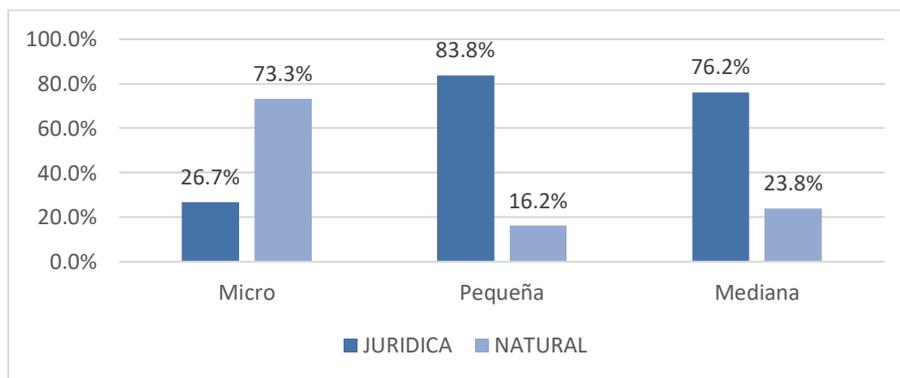
**Tabla 3 Participación Porcentual del Sector MIPYME en las Actividades Económicas**

Actividades Económicas	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	11.8%	17.6%	14.3%
Agropecuario	4.1%	4.4%	0.0%
Comercio	33.8%	20.6%	33.3%
Construcción	4.6%	17.6%	9.5%
Enseñanza	5.1%	0.0%	0.0%
Explotación de minas y canteras	0.0%	1.5%	0.0%
Hoteles y restaurantes (Turismo)	7.7%	8.8%	0.0%
Industria manufacturera	11.3%	2.9%	23.8%
Intermediación financiera	1.0%	2.9%	9.5%
Otras actividades comunitarias sociales y personales de servicios	10.8%	7.4%	4.8%
Pesca	0.5%	0.0%	0.0%
Salud	3.6%	1.5%	0.0%
Suministro de electricidad, gas y agua	0.5%	2.9%	0.0%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5.1%	11.8%	4.8%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Las empresas encuestadas operan es mayoritariamente como persona natural (56%) y el resto (44%), tiene personería jurídica. Considerando los tamaños de empresa, el 73.3% de las micro funcionan como persona natural, mientras que las pequeñas y medianas como persona jurídica con 83.8% y 76.2% respectivamente.

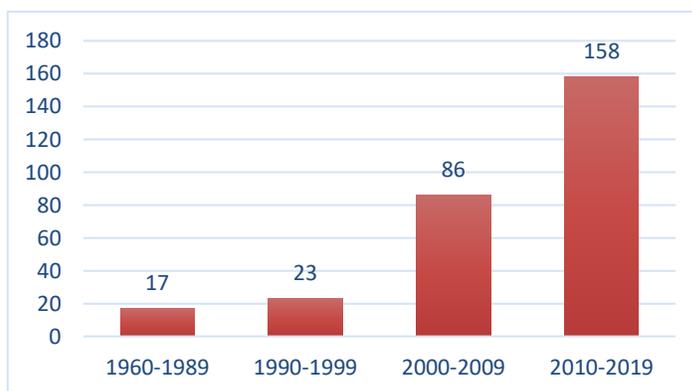
**Gráfico 3. Condición Legal en la que Operan las Empresas MIPYME**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Ante la pregunta sobre el inicio del funcionamiento de la empresa, la mayor parte de los encuestados respondió que iniciaron operaciones entre los años 2010-2019. Solo el 6% tienen 30 años o más de operar, 8.1% tienen 20 años de funcionar, 30.3% registra más de 10 años y el 55.6% inició operaciones durante la última década.

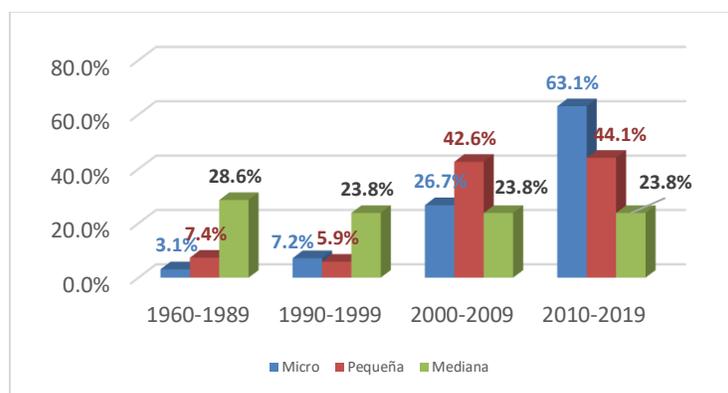
**Gráfica 4. Año de Inicio de Operaciones- Empresas Encuestadas**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Al analizar el año de inicio de operaciones por segmento de empresa, se puede observar que el 63.1% de las microempresas reportaron haber iniciado en el periodo 2010-2019, la pequeña empresa registra el 42.6% de las empresas con un inicio entre el 2000-2009, mientras que la mediana indica que una mayor proporción del 28.6% en el periodo 1960-1989.

**Gráfica 5. Año de Inicio de Operaciones- Empresas Encuestadas**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

El motivo mayormente aducido por el cual se inicia la empresa fue el que "dejé mi empleo para establecer el negocio" con el 43.3%; seguido de "haber perdido el empleo y luego identifiqué una oportunidad" con el 21.5%. También, es importante recalcar los que respondieron "otros", que representa el 18.5%, especificaron: oportunidad de negocio, mejorar mis ingresos, emigré y emprendí un negocio, independencia, entre varias razones.

A nivel de la clasificación por tamaño de las empresas, los mayores porcentajes respondieron que dejaron su empleo para establecer el negocio. Esta situación se ve más marcada en la pequeña y mediana empresa con el 50%, según se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 4. Motivación para iniciar su empresa

Motivo para iniciar la empresa	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Dejé mi empleo para establecer el negocio	39.9%	50.7%	50.0%
Haber perdido el empleo y luego identificó una oportunidad de negocio	25.0%	14.9%	10.0%
Tengo empleo, pero identifiqué oportunidad que estoy aprovechando paralelamente	20.2%	11.9%	0.0%
Otro (especificar)	14.9%	22.4%	40.0%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Al cuestionar sobre el origen de los fondos que le permitieron iniciar sus negocios, el 78.5% de las empresas del sector MIPYME reportan que el financiamiento inicial vino prioritariamente por ahorros propios, de familiares y amigos; el 10.9% indicó haber obtenido financiamiento bancario; un 6.7% de préstamo de un familiar o amigo y 3.9% indicó que tuvo otras fuentes de financiamiento como Capital Semilla, capitalización por socios, entre otros.

Por segmento de empresa, se evidencia que las micro se financian al inicio de su empresa con ahorros propios, de familiares o de amigos (82.1%), seguido de financiamiento bancario (9.2%). Por su parte, la pequeña empresa se financia también en su mayoría con ahorros (73.5%), pero en segundo lugar logra financiarse con préstamos de familiares y amigos (10.3%). Por último, la mediana empresa se financia inicialmente con ahorros propios y de familiares (61.9%) pero muestra un importante porcentaje en financiamiento bancario (33.3%).

Tabla 5 Fuente de Financiamiento Inicial de la MIPYME

Fuente de Financiamiento Inicial	Micro	Pequeña	Mediana
Ahorros propios, familiares y amigos	82.1%	73.5%	61.9%
Financiamiento Bancario	9.2%	8.8%	33.3%
Préstamo familiar o de un amigo	6.2%	10.3%	0.0%
Otros	2.6%	7.4%	4.8%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Además, como información relevante en cuanto a la capacidad de gestión y manejo de su empresa, se consultó sobre las herramientas tecnológicas que utilizan. Las respuestas de las empresas MIPYME se orientaron principalmente en telefonía celular (21.6%), acceso a internet (19.8%), correo electrónico (18.8%) y algún tipo de equipo como computadoras o servidores (16.7%). La telefonía fija reflejó el 13.3% de las respuestas, los programas informáticos especializados como aquellos para el manejo de la contabilidad, la planilla, o CRM, entre otros tuvieron el 9.6% de las respuestas y por último el 0.4% indicó que no había utilizado ninguna de las anteriores.

Analizado por tamaños de la empresa, mantienen las preferencias que se muestran en el sector MIPYME. Sin embargo, la cantidad de respuesta en cada segmento, por uso de herramienta tecnológica, muestra ligeras diferencias. Lo que se destaca de los resultados, es que la microempresa fue el único segmento en

donde se reportaron respuestas con "ninguna de las anteriores", es decir, no han utilizado ninguna de las herramientas tecnológicas indicadas, esto representa el 2.5% de la muestra de las microempresas.

**Tabla 6 Herramientas Tecnológicas que Utilizan las MIPYME**

Tecnología	Micro	Pequeña	Mediana
Acceso a internet	20.6%	18.4%	18.9%
Telefonía fija	11.5%	15.6%	16.0%
Teléfono celular	24.0%	17.6%	17.9%
Equipos varios	16.6%	17.3%	16.0%
Programas informáticos	7.3%	13.0%	14.2%
Correo electrónico	19.4%	18.1%	17.0%
Ninguna de las anteriores	0.7%	0.0%	0.0%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Entre las condiciones que hubieran facilitado la puesta en marcha sus empresas, las MIPYMES respondieron que "contar con mayores recursos" (capital, financiamiento) con el 76.7%, seguido de "disponer de recursos humanos más preparados" con 11.6%, "tener una mejor preparación académica/técnica" con el 5.8% y "otros" con 5.8%. Entre las respuestas de "otro" destacan: incentivos fiscales, conocimientos en finanzas y administrativos, menos burocracia del Estado.

Visto específicamente desde su tamaño, la microempresa manifestó que lo que hubiera facilitado su puesta en marcha era contar con mayores recursos con el 80.9%, mientras que para la pequeña y mediana empresa esa condición representa el 68.7% y 65.0%, respectivamente. Un dato interesante es que para la mediana empresa, la disposición de recursos humanos más preparados, es lo segundo que hubiera facilitado la puesta en marcha (con el 20% de las respuestas de este segmento).

**Tabla 7. Condiciones que hubieran facilitado la puesta en marcha el negocio**

Condición que hubiera facilitado	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Contar con mayores recursos (capital, financiamiento)	80.9%	68.7%	65.0%
Tener una mejor preparación académica/técnica	5.3%	7.5%	5.0%
Disponer de recurso humano más preparado	9.6%	14.9%	20.0%
Otro (especificar)	4.3%	9.0%	10.0%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

## 2.2 Aspectos Operativos de la Empresa

A nivel de plazas de empleo, el 95.4% de las microempresas emplean entre 1-6 personas; el 47% de las medianas emplean entre 7 a 20 personas y la mediana empresa refleja que emplea mayormente, con 81%, entre 11 a más de 20 personas. Destaca este último segmento en ser la que cuenta con mayor ocupación en más de 20 personas.

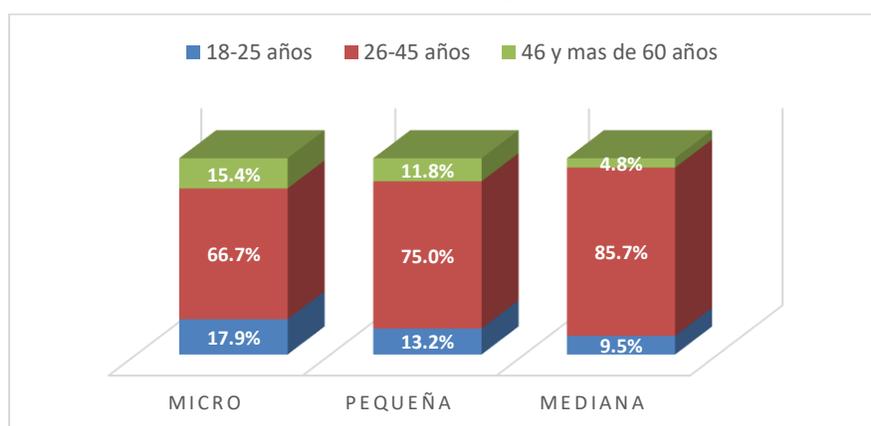
**Tabla 8 Participación Porcentual de la MIPYME en el empleo por tamaño de empresa**

EMPLEO	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
1-3	83.1%	26.5%	4.8%
4-6	12.3%	20.6%	4.8%
7-10	2.6%	17.6%	9.5%
11-20	1.5%	29.4%	42.9%
Mas de 20	0.5%	5.9%	38.1%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

El promedio de edad de los empleados del sector MIPYME es de 26 a 45 años. Comportamiento similar, se refleja si se considera individualmente cada grupo.

**Gráfica 6. Promedio de Edad de los Empleados del Sector MIPYME**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Por otro lado, en relación con los resultados de la operación de las empresas del sector MIPYME en 2018 en comparación con el año anterior (2017), en cuanto a nivel de ventas, el 43.7% reportó que fueron menores, misma suerte (ser menores) corrieron sus ganancias (el 46.5% así lo indicó). La cantidad de empleados se mantuvo igual en un 41.9%.

**Tabla 9. Resultados de la MIPYME en Ventas, Ganancias y Cantidad de Empleados (Resultados 2018 vs 2017)**

MIPYME	menor	Igual	Mayor	No Aplica
Nivel de Ventas	43.7%	22.2%	22.2%	12.0%
Ganancias	46.5%	24.3%	16.5%	12.7%
Cantidad de empleados	33.5%	41.9%	9.2%	15.5%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Por tamaño de empresa, se observa que tanto las micro como las medianas empresas reportaron un menor nivel de ventas y de ganancias en relación con el año anterior, con una cantidad de empleados sin cambios.

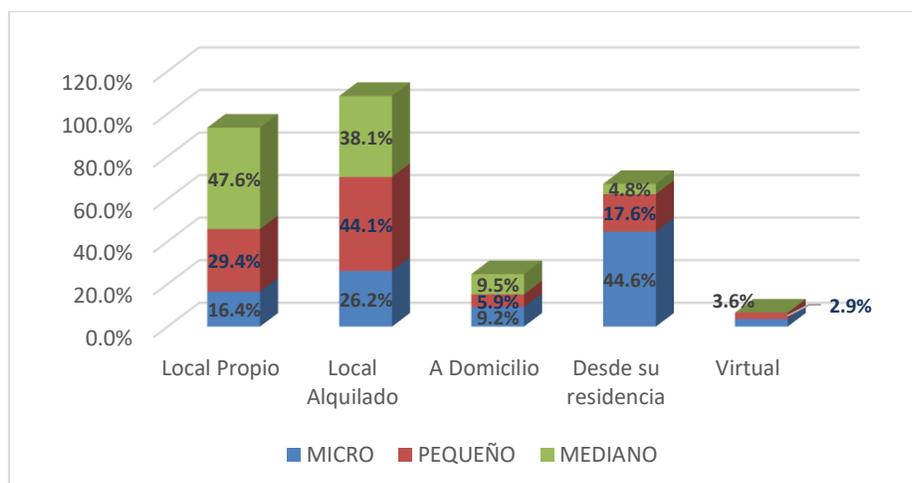
La pequeña empresa por su parte muestra un comportamiento distinto donde registra menores resultados en ventas y ganancias, así como en la cantidad de empleados (2018 vs 2017).

**Tabla 10 Resultados en Ventas, Ganancias y Cantidad de Empleados por Tamaño de Empresa**

Renglones	Microempresa				Pequeña empresa				Mediana empresa			
	Menor	Igual	Mayor	No Aplica	Menor	Igual	Mayor	No Aplica	Menor	Igual	Mayor	No Aplica
Nivel de Ventas	44.1%	23.6%	20.5%	11.8%	41.2%	19.1%	25.0%	14.7%	47.6%	19.0%	28.6%	4.8%
Ganancias	47.2%	23.6%	17.4%	11.8%	44.1%	26.5%	13.2%	16.2%	52.4%	23.8%	19.0%	9.5%
Cantidad de empleados	30.3%	45.6%	7.2%	16.9%	41.2%	30.9%	13.2%	14.7%	38.1%	42.9%	14.3%	4.8%

Según los resultados de la encuesta, a la pregunta ¿Desde dónde opera su empresa?, las microempresas indicaron que lo hacen mayoritariamente desde su residencia (44.6%); las pequeñas, desde un local alquilado (44.1%) y las medianas, en locales propios (47.6%).

**Gráfica 7. Lugar desde donde Opera la Empresa MIPYME**

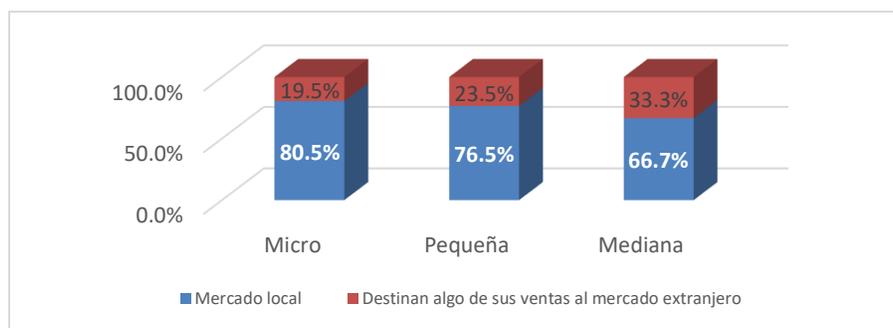


Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Al consultar el mercado destino (local o extranjero) de las ventas, el 78.5% de las empresas MIPYME indican que su mercado destino es el local. En cuanto al materia de actividad exportadora, solo un 21.5 % registra exportaciones durante el período.

Visto cada grupo independientemente, el 80.5% de las microempresas, el 76.5% de las pequeñas y el 66.7% de las medianas, destinan sus ventas al mercado local. La mayor participación en el mercado extranjero lo presentan las medianas empresas con el 33.3% de sus ventas.

**Gráfica 8. Mercado de Destino de las Ventas de las Empresas MIPYME**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

En materia de innovación, se preguntó si consideraba su empresa como innovadora. Es interesante lo que muestran los resultados ya que el 64.4% indicó que es innovador y solo el 35.6% respondió negativamente. Por tamaño de empresa los resultados fueron los siguientes:

- El 62.6% de las microempresas se consideran innovadoras; en cuanto al por qué, el 56.6% indicó que el producto o servicio ha sido mejorado, el 13.9% dice que han realizado al menos un cambio significativo en el sistema de gestión y el 29.5% introdujo un nuevo producto o servicio.
- El 64.7% de las pequeñas empresas se consideran innovadoras. De ellas, el 56.8% indicó que el producto o servicio ha sido mejorado, el 9.1% dice que han realizado al menos un cambio significativo en el sistema de gestión y el 34.1% introdujo un nuevo producto o servicio.
- El 81% de las pequeñas empresas se consideran innovadoras. De ellas, el 35.3% indicó que el producto o servicio ha sido mejorado, el 23.5% dice que han realizado al menos un cambio significativo en el sistema de gestión y el 41.2% introdujo un nuevo producto o servicio.

Sobre los programas que de alguna manera apoyan a las MIPYMES, desde el sector estatal, mayoritariamente la respuesta fue que no los conocen ni utilizan. Pero, dentro de los más utilizados fueron señalados:

- Capital semilla de AMPYME por la micro y pequeña empresa con el 6.4% y 3.0% respectivamente.
- Jornadas empresariales MIPYMES de AMPYME por la mediana y micro empresa con el 5.0% y 3.7% respectivamente.
- Registro de artesanos nacionales de MICI por la microempresa con el 5.7%.

**Tabla 11. Conocimiento y Uso de Programas Estatales que Apoyan a las MIPYMES**

Programa	Respuesta	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Fondo de Capital Semilla (AMPYME)	Utiliza	6.4%	3.0%	0.0%
	Conoce	40.4%	23.9%	40.0%
	No conoce ni utiliza	53.2%	73.1%	60.0%
Fondo de Garantía Profipyme (AMPYME)	Utiliza	1.6%	1.5%	0.0%
	Conoce	12.8%	9.0%	25.0%
	No conoce ni utiliza	85.6%	89.6%	75.0%

Programa	Respuesta	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Fondo de Fideicomiso Panamá (AMPYME)	Utiliza	1.1%	1.5%	0.0%
	Conoce	10.6%	6.0%	25.0%
	No conoce ni utiliza	88.3%	92.5%	75.0%
Mejorando mi negocio (AMPYME)	Utiliza	2.7%	0.0%	0.0%
	Conoce	11.7%	4.5%	20.0%
	No conoce ni utiliza	85.6%	95.5%	80.0%
PYME en crecimiento y expansión (AMPYME)	Utiliza	1.6%	0.0%	0.0%
	Conoce	8.0%	7.5%	25.0%
	No conoce ni utiliza	90.4%	92.5%	75.0%
Mujer emprendedora (AMPYME)	Utiliza	1.6%	1.5%	0.0%
	Conoce	19.7%	10.4%	30.0%
	No conoce ni utiliza	78.7%	88.1%	70.0%
Jóvenes emprendedores (AMPYME)	Utiliza	1.1%	0.0%	0.0%
	Conoce	10.1%	9.0%	25.0%
	No conoce ni utiliza	88.8%	91.0%	75.0%
Jornadas empresariales MIPYME (AMPYME)	Utiliza	3.7%	0.0%	5.0%
	Conoce	13.8%	11.9%	20.0%
	No conoce ni utiliza	82.4%	88.1%	75.0%
Expo Ideas (AMPYME)	Utiliza	1.6%	0.0%	0.0%
	Conoce	9.0%	3.0%	20.0%
	No conoce ni utiliza	89.4%	97.0%	80.0%
Emprendiendo juntos (AMPYME)	Utiliza	1.1%	0.0%	5.0%
	Conoce	7.4%	4.5%	20.0%
	No conoce ni utiliza	91.5%	95.5%	75.0%
Emprende y crece (AMPYME)	Utiliza	1.6%	0.0%	0.0%
	Conoce	10.1%	4.5%	25.0%
	No conoce ni utiliza	88.3%	95.5%	75.0%
De la buena idea a la empresa exitosa (AMPYME)	Utiliza	1.1%	0.0%	0.0%
	Conoce	8.0%	3.0%	25.0%
	No conoce ni utiliza	91.0%	97.0%	75.0%
Cultura emprendedora (AMPYME)	Utiliza	1.6%	0.0%	0.0%
	Conoce	9.0%	6.0%	20.0%
	No conoce ni utiliza	89.4%	94.0%	80.0%
Programa para ferias internacionales (MICI)	Utiliza	2.7%	0.0%	0.0%
	Conoce	10.1%	7.5%	20.0%
	No conoce ni utiliza	87.2%	92.5%	80.0%
Registro de Artesanos Nacionales (MICI)	Utiliza	5.9%	0.0%	0.0%
	Conoce	17.0%	13.4%	25.0%
	No conoce ni utiliza	77.1%	86.6%	75.0%
Bolsa electrónica de empleo (MITRADEL)	Utiliza	1.1%	3.0%	0.0%

Programa	Respuesta	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
	Conoce	14.9%	11.9%	35.0%
	No conoce ni utiliza	84.0%	85.1%	65.0%
Programa de apoyo a la inserción laboral (PAIL) (MITRADEL)	Utiliza	1.1%	0.0%	0.0%
	Conoce	10.6%	9.0%	30.0%
	No conoce ni utiliza	88.3%	91.0%	70.0%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019)

Las empresas MIPYME utilizan en gran medida la variedad de servicios bancarios disponibles en sus plazas. Las microempresas utilizan más la cuenta de ahorro y la tarjeta de crédito, además son los únicos que presentan respuesta con "ninguno de los anteriores" (4.1% de la muestra). Las empresas pequeñas por su parte usan con más frecuencia la cuenta corriente y la tarjeta de crédito, mientras las medianas empresas utilizan la cuenta corriente en primer lugar, seguido de la cuenta de ahorro. Destaca que la mediana empresa utiliza en mayor proporción otros productos bancarios como el préstamo corporativo, el leasing y los puntos de ventas.

Tabla 12 Utilización de los productos bancarios por las MIPYME

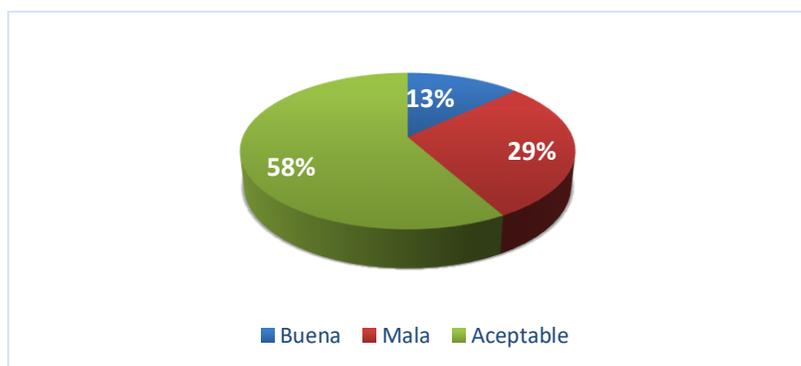
Producto Bancario	MICRO	PEQUEÑO	MEDIANO
Cuenta de ahorro	33%	19%	16%
Cuenta corriente	16%	26%	21%
Tarjeta de Crédito	19%	21%	14%
Préstamo Personal	12%	6%	6%
Préstamo Corporativo	1%	7%	11%
Factoring	1%	3%	6%
Leasing	1%	4%	6%
Hipoteca	11%	8%	10%
Punto de Venta (POS)	5%	7%	10%
Ninguna	2%	0%	0%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

## 2.3 Percepción y Expectativas

Al considerar su situación económica actual, el 13% la califica como buena; al 58% le parece aceptable y un 29% siente que es mala.

**Gráfica 9. Calificación de la Situación Económica de la MIPYME**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Por tamaño de empresa, el 59.5% de la microempresa, un 58.8% de la pequeña empresa y el 42.9% de la mediana, consideran la situación aceptable. El 30.8% de las micro piensan que es mala junto al 26.5% de las pequeñas y el 19% de las medianas. Quienes más ven como buena su situación, mientras que el 38.1% de las medianas cree que es buena.

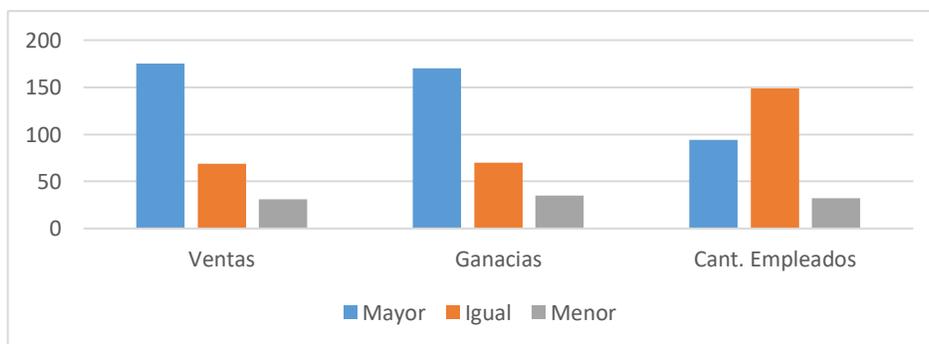
**Tabla 13. Calificación de la Situación Económica por Tamaño de Empresa**

Situación económica	Micro	Pequeña	Mediana
Buena	9.7%	14.7%	38.1%
Mala	30.8%	26.5%	19.0%
Aceptable	59.5%	58.8%	42.9%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Los empresarios tienen una percepción muy definida sobre cuáles serán sus resultados, al cierre de 2019 comparado al 2018, en cuanto a las ventas y ganancias: el 64% indica que sus ventas serán mayores; el 62% estima que sus ganancias van a aumentar. Por otro lado, el 54% de las MIPYME considera que se mantendrá con la misma cantidad de empleados, en otras palabras, que no piensan aumentar ni disminuir su fuerza laboral.

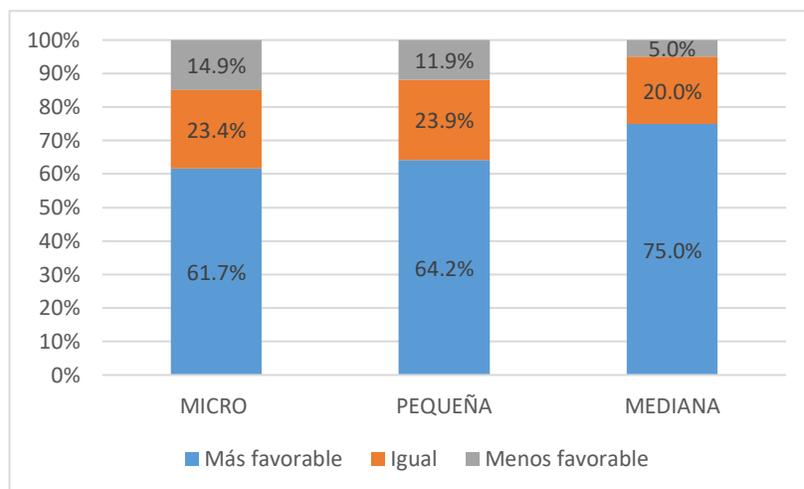
**Gráfico 10. Expectativas de la MIPYME en Ventas, Ganancias y Cantidad de Empleados (Resultados 2019 vs 2018)**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Los empresarios de las MIPYMES encuestados visualizan que al finalizar el 2019, su situación será más favorable con un 63% de respuestas, seguido de los que creen que será igual 23% y los que son más pesimistas (menos favorable) con un 13%. Al nivel desagregado, se puede observar que la mediana empresa es la que cuenta con el porcentaje más alto de que será más favorable con el 75%.

**Gráfico 11. Visualización de la situación económica de la empresa al finalizar el 2019**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Ante cuáles son las condiciones que limitan su desarrollo, las MIPYMES respondieron que los principales obstáculos son: falta de recursos (capital/financiamiento) con el 36.7%; requieren introducir mejoras en su producto o servicio con el 13.7% y la falta de mercado con 11.8%. A nivel de segmento, la falta de recursos es el primer escollo en todos los casos; para las pequeñas y medianas empresas muestran que la falta de personal capacitado y la falta de mercado son el segundo y el tercer obstáculo.

**Tabla 14. Condiciones que Limitan el Desarrollo de las MIPYME**

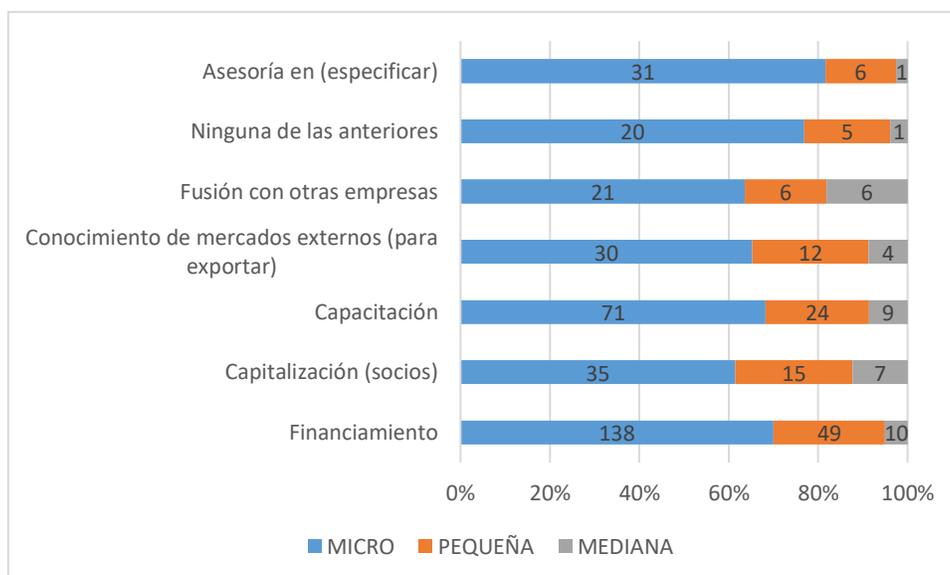
Condiciones que limitan el desarrollo	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
<b>Total de Respuestas</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Falta de mercado	9.3%	16.9%	13.0%
Malas decisiones en el pasado	5.9%	7.7%	8.7%
Temor a arriesgarse	6.8%	4.2%	8.7%
Falta de recursos (capital/financiamiento)	40.4%	32.4%	23.9%
Requiere introducir mejoras a su producto o servicio	16.1%	8.5%	13.0%
Personal más capacitado	6.5%	19.0%	17.4%
No encuentra personal necesario	8.4%	10.6%	8.7%
Ninguna de las anteriores	6.5%	0.7%	6.5%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

En cuanto a los elementos que requieren para crecer, las MYPIMES respondieron; el financiamiento con 39% de las respuestas, 21% la capacitación y el 11% capitalización a través de socios. Además, el 8% de las

MYPIMES manifestaron requerir asesoría en mercadeo, redes sociales, administración, finanzas, legales, entre otras.

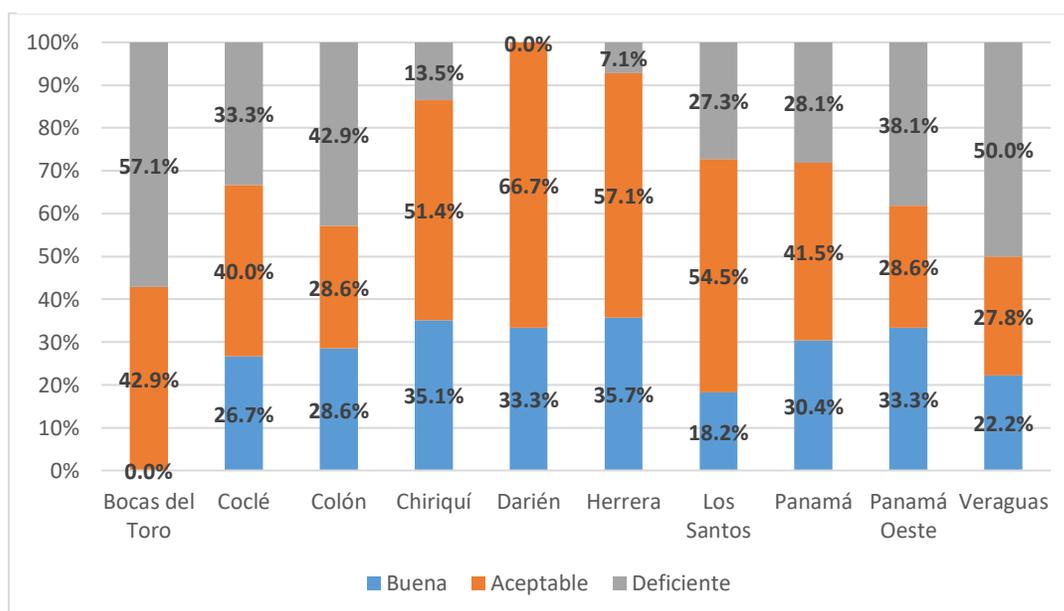
**Gráfico 12. Elementos requeridos para crecer según las MYPIMES**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Entre los mayores desafíos que enfrentan, las MIPYMES señalan que: ampliar su mercado con 38.9%, el no califican para financiamiento bancario con 28.2% y incrementar su baja productividad con el 14.7%.

**Gráfico 13. Apreciación de la oferta de servicios bancarios por provincia**

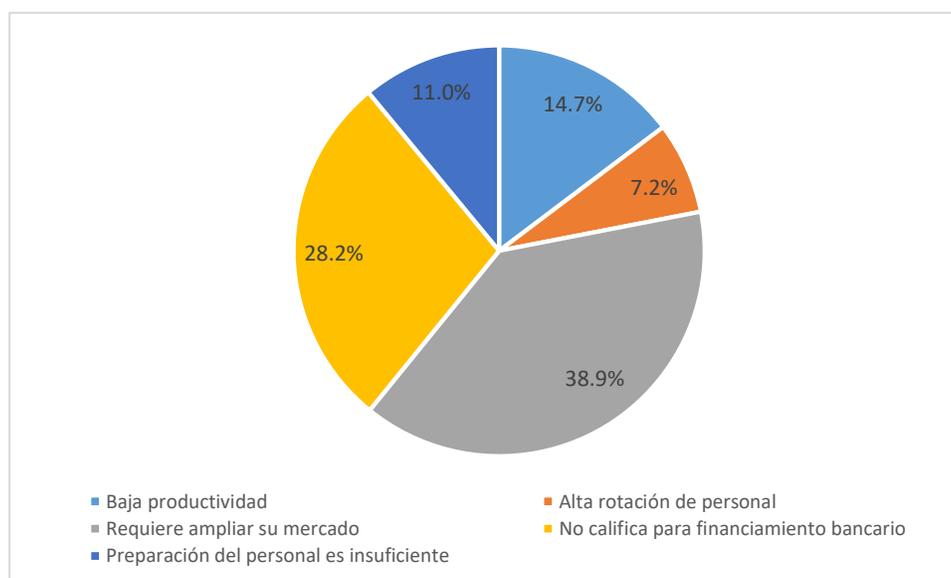


Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

A nivel de la clasificación de las empresas, los micros y pequeños manifestaron que no calificar para un financiamiento bancario y necesitar ampliar su mercado, son sus mayores desafíos. Las medianas manifestaron que además del financiamiento, los mayores desafíos son la baja productividad y el personal calificado.

En cuanto a la oferta de los servicios bancarios a nivel nacional las MIPYMES encuestadas consideran que la oferta es Aceptable con el 41.8%, Buena con el 29.5% y Deficiente con 28.7%. Al desagregarlo por provincia, Herrera, Chiriquí y Panamá Oeste tienen los porcentajes más altos en cuanto a la calificación de "buena". En Bocas del Toro (57.1%), Veraguas (50.0%) y Colón (42.9%) se registra la mayor insatisfacción en cuanto a la oferta.

Gráfico 14. Desafíos de las empresas MIPYME



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Las áreas donde el Gobierno Nacional podría ser más efectivo para apoyar la gestión de las MIPYME resultaron ser: en la simplificación de trámites e incentivos con el 40.4% de las respuestas y seguido por financiamiento de capital de trabajo con el 18.7%. Dejando en evidencia que, aunque en diferente orden, en todos los estratos son las prioridades para los empresarios.

A nivel desagregado, el resultado es similar, requieren apoyo en incentivos, simplificación de trámites y financiamiento de capital de trabajo.

**Tabla 15. Donde requiere apoyo las MIPYME por parte del Gobierno Nacional**

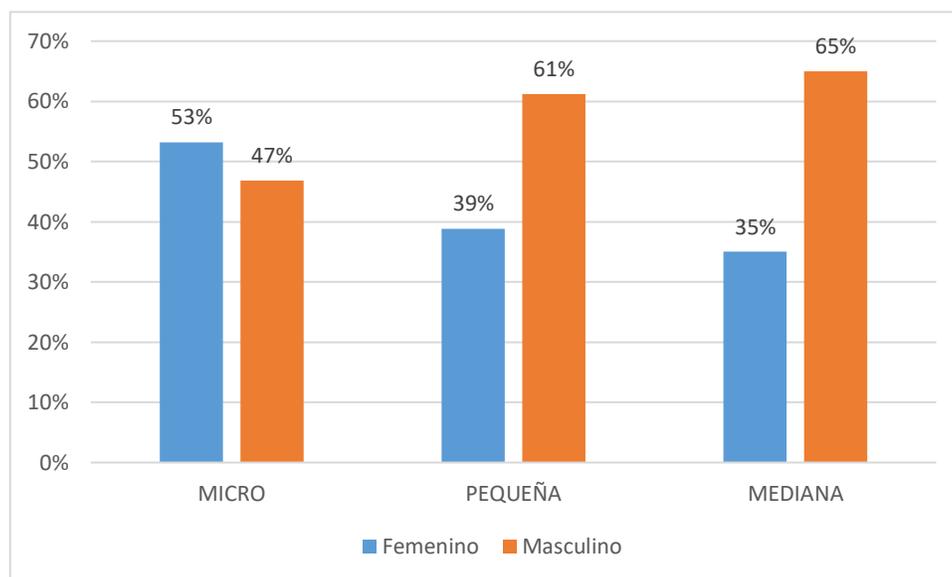
Donde requiere apoyo del Gobierno	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
<b>Total de Respuestas</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Simplificación de tramites	19.4%	21.7%	22.8%
Financiamiento de equipos	15.8%	12.2%	12.3%
Financiamiento de capital de trabajo	18.7%	18.5%	19.3%
Capacitación	15.8%	13.8%	15.8%
Incentivos	19.7%	21.7%	21.1%
Capital de riesgo	10.6%	12.2%	8.8%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

## 2.4 Acerca de los Empresarios

En cuanto al género, podemos observar que en el estrato de las microempresas respondieron más mujeres con el 53% que hombres, el 47%. El escenario cambia cuando pasamos a los estratos de pequeña y mediana empresa que los resultados fueron bastante similares, el sexo masculino dominó las respuestas con el 61% y el 65% respectivamente.

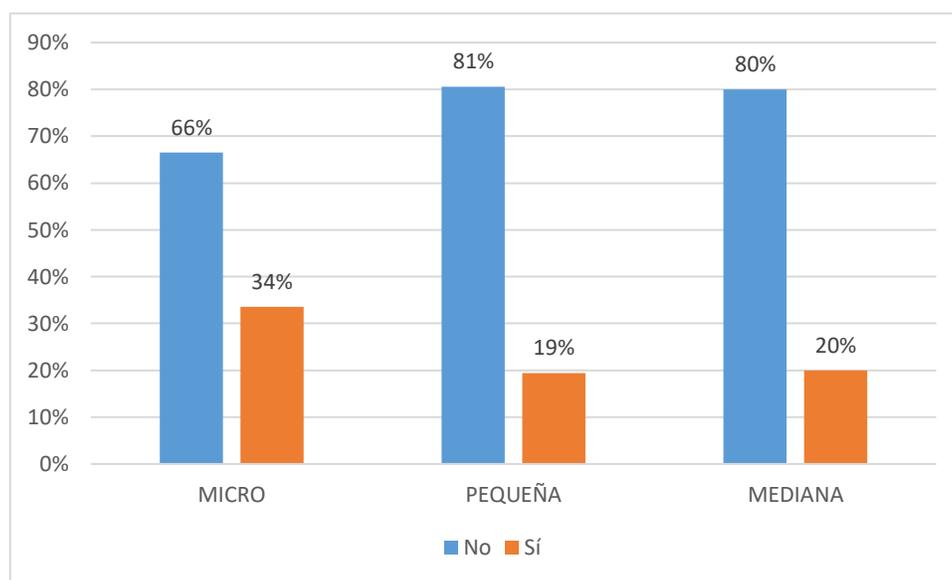
**Gráfico 15. Género por tipo de clasificación de empresa**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Por otro lado, se quiso conocer si estaban dispuestos o no a abandonar sus empresas o emprendimiento por un empleo de mayor remuneración. En todos los estratos fue un no rotundo, pero más marcado en la pequeña y mediana empresa.

**Gráfico 16. Posibilidad de abandonar o no la empresa ante un escenario de mayor remuneración**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

La razón mayormente esgrimida para no abandonar su negocio es que tienen confianza en que la situación mejore (63%); en segundo lugar, el 23%, porque disfrutan la libertad de acción y el 14% porque les gusta ser su propio jefe.

Para identificar que tan dispuestos están los empresarios en capacitarse, la respuesta fue contundente con el 95% de las MIPYMES respondiendo que sí. En estos casos afirmativos, el 40.8% y 42.2% de los micros y pequeños empresarios (respectivamente) prefieren capacitarse por medio semipresencial. Las medianas empresas prefieren de forma presencial con el 50% de los encuestados.

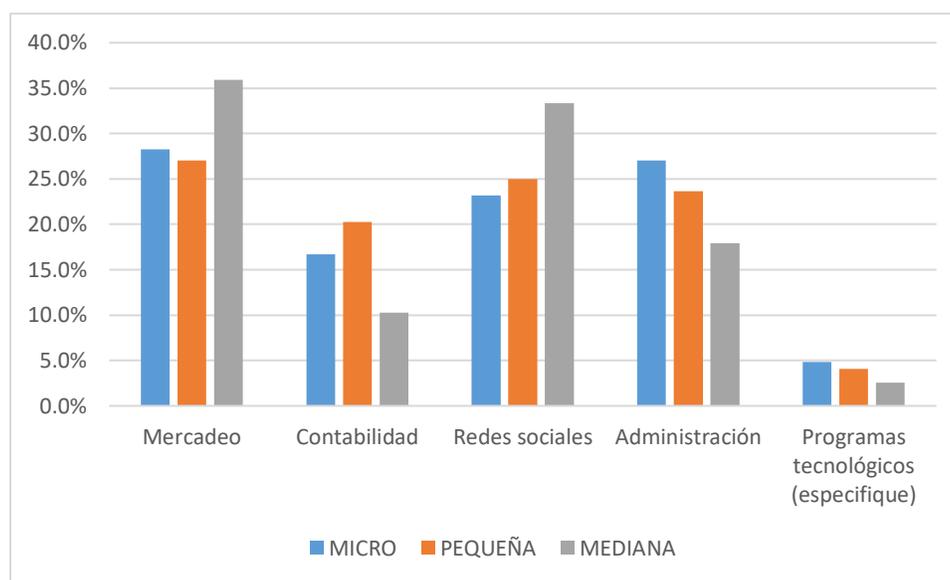
**Tabla 16. Medios que prefieren los Empresarios de MIPYMES para capacitarse**

Medios para capacitarse	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Virtual	26.3%	37.5%	27.8%
Presencial	33.0%	20.3%	50.0%
Semipresencial	40.8%	42.2%	22.2%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Los temas puntuales de esas capacitaciones serían: mercadeo, administración y redes sociales con el 28.5%, 25.6% y 24.3% respectivamente. A nivel desagregado se puede observar en el siguiente gráfico.

**Gráfico 17. Temas de interés para las capacitaciones de los empresarios**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

En cuanto al nivel educativo del empresario de MIPYME, el 34% cuenta con licenciatura completa y el 29% con maestría completa, mostrando que el 63% de los encuestados cuentan con nivel superior. Si vemos el tema por desagregado, los empresarios de las micro cuentan, en un 84%, con algún nivel de educación superior, cifra que se incrementa a 99% en las pequeñas y, aunque en la mediana la cifra es de 90%, resalta que es el grupo que tiene mayor número en maestrías completas.

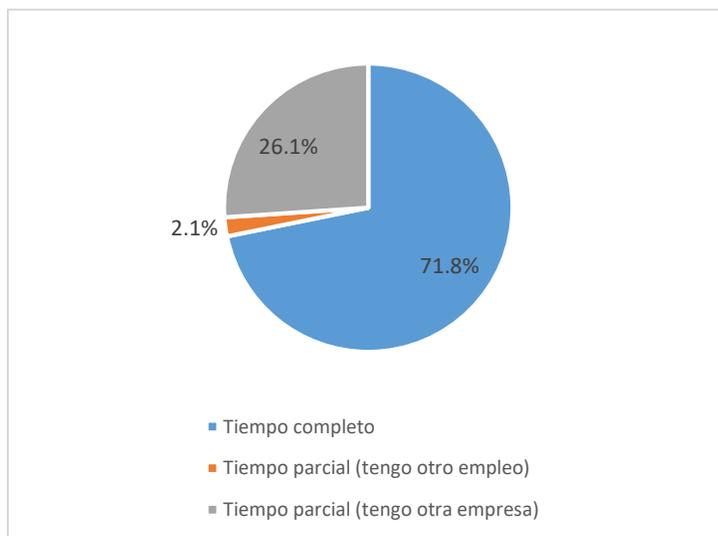
**Tabla 17. Nivel educativo del empresario de MIPYME**

Nivel educativo	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
Primaria	2%	0%	0%
Secundaria	14%	1%	10%
Superior-licenciatura (completada)	36%	34%	20%
Superior-licenciatura (iniciada)	19%	21%	10%
Superior-maestría (completada)	22%	40%	55%
Superior-maestría (iniciada)	7%	3%	5%

Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

Finalmente, también se quiso conocer qué tanto tiempo le dedican a la empresa. En el segmento de la pequeña y mediana empresa, la mayoría respondió que le dedicaban tiempo completo a su empresa. Sin embargo, en el caso de las microempresas cambió un poco el panorama, ya que el 26% respondió que le dedicaban tiempo parcial porque contaban con un empleo.

**Gráfico 18. Nivel de dedicación directa de los empresarios MIPYME a la empresa**



Fuente: CNC, Encuesta El Estado de la MIPYME (2019).

## CONCLUSIONES

Las principales conclusiones que se derivan de la encuesta "El Estado de la MIPYME" son:

- En el caso de las microempresas, hay una marcada tendencia a operar como Persona Natural lo que se traduce en una mezcla de los asuntos personales con los de su negocio. A mayor tamaño de empresa, es mayor la utilización de la Persona Jurídica como figura para operar el negocio.
- Las MIPYME inician principalmente con recursos propios, de familiares y amigos.
- Las empresas de mayor tamaño tienen más años de funcionamiento.
- Las microempresas generan en promedio de 1 a 3 plazas de empleo; las pequeñas 7 a 10 y las medianas, más de 20.
- El promedio de edad de los empleados del sector MIPYME es de 26 a 45 años.
- Las microempresas operan principalmente desde su residencia; las pequeñas, desde un local alquilado y las medianas, en locales propios. La operación de empresas virtuales es prácticamente inexistente. Es un campo a explorar porque el poder hacerlo por este medio aumenta la capacidad de alcanzar mayores mercados.
- A nivel de gestión y manejo de la empresa, tiene poca aplicación el uso de programas informáticos especializados. El uso de este tipo de programas (o plataformas) podría abonar no solo a la profesionalización de la operación sino también a su productividad. Además, aún existen empresas que reportan que no utilizan herramientas tecnológicas.
- La mayoría de las empresas MIPYME se consideran innovadoras, lo que se debería reflejar en una mayor productividad. Las medianas empresas se consideran innovadoras en mayor porcentaje que los otros estratos analizados. La innovación no deber ser cuestión de tamaño sino una práctica constante para promover el crecimiento y desarrollo de una empresa.
- En cuanto a los resultados del año 2018 (en comparación con el 2017) las empresas MIPYME encuestadas, reportan ventas y ganancias menores y una cantidad de empleados sin cambios.
- El empresario MIPYME, en términos generales, percibe que su situación económica actual es aceptable.
- Las MIPYMES visualizan que, al cierre del 2019, sus ventas y ganancias serán mayores y su fuerza laboral se mantendrá igual. En ese mismo sentido, espera que la situación económica de la empresa será más favorable para el cierre de este año 2019 con relación del año 2018.
- Aunque mayoritariamente los empresarios no conocen ni utilizan programas estatales de apoyo a las MIPYME, aquellos que sí los utilizan han optado por: Capital Semilla de AMPYME; Jornadas empresariales MIPYME de AMPYME y el Registro de Artesanos Nacionales del MICI.

- El empresario MIPYME de hoy es una persona académicamente formada puesto que en el caso de la microempresas, el 65% posee, como mínimo, una licenciatura; cifra que sube hasta un 78% en el caso de las pequeñas y registra un 80% en las medianas, donde destaca el que un 55% de éstos, cuenta con una maestría completa.
- Existen obstáculos y desafíos que limitan el desarrollo de las MIPYMES como la falta de financiamiento y mercado, necesidad de introducir mejoras en sus productos y servicios, y falta de personal capacitado.
- La MIPYMES requieren apoyo del gobierno mejorando las condiciones para su buen funcionamiento y desarrollo como lo son la simplificación de trámites, incentivos y financiamiento.
- La producción de bienes o servicios de las MIPYME está orientada primordialmente al mercado local. Hay poca incursión en actividades de exportación.
- La variedad de productos bancarios es ampliamente utilizada. Sin embargo, se observa una mayor concentración en cuentas de ahorro, corrientes y en tarjetas de crédito. Se resalta el hecho, que las medianas empresas logran aprovechar diversos productos bancarios en mayor proporción que los otros segmentos.
- Parece existir una relación entre el tamaño de la empresa y el género de quien la dirige: a mayor tamaño la participación masculina se incrementa y la femenina, decrece.
- En la pequeña y mediana empresa la dedicación del empresario, mayormente, es a tiempo completo. Mientras que en el caso de la micro, parecieran compartir su tiempo con otro empleo.
- Finalmente, es destacable el hecho de que los empresarios MIPYME no abandonarían sus empresas por un empleo de mayor remuneración, lo que demuestra lo comprometido que están con sus empresas.