

Casi la mitad de las micro y pequeñas empresas **acusa una caída en sus ingresos**



AGENCIA UNO

■ Sondeo entre más de 7 mil MyPE constató que aquellas que participan en alguna organización tienen mejores indicadores de ventas.

POR CAROLINA LEÓN

La realidad económica de las micro y pequeñas empresas es compleja. Eso es lo que dejó en evidencia una encuesta que realizó el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec) del Ministerio de Economía y la Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones de la Universidad Central entre 7.539 representantes de ese mundo.

Un 49,6% de los empresarios consultados en octubre de 2023 declaró que sus ingresos habían disminuido en comparación con el periodo previo (2022), mientras un 28,7% dijo que se habían mantenido, y solo un 21,7% planteó que habían aumentado.

El sondeo, además, constató lo positivo que resulta para este tipo de firmas el pertenecer a alguna organización de empresarios o emprendedores, ya que entre ellas la disminución de ventas es menor (47,1%), mientras que es más amplio el porcentaje de las que anotan aumentos en su facturación (24,6%).

“Esta forma de trabajo les permite a los micro y pequeños empresarios ampliar sus redes de contacto, conocer las experiencias de sus pares, mejorar la capacidad de gestión y la posibilidad de

acceder a oportunidades de financiamiento, entre otras”, destacó el informe.

A la fecha del análisis, sólo un 26,6% de las micro y pequeñas empresas era parte de algún gremio.

Con respecto al empleo, un 32,8% de los encuestados declaró tener trabajadores, mientras que un 67,2% corresponde a negocios unipersonales.

Ahorro y acceso a crédito

La encuesta profundizó en la capacidad de subsistencia que tienen los micro y pequeños empresarios en caso de dejar de recibir ingresos. Aquí se observó que un 47,8% no cuenta con ahorros; un 7,6% es capaz de sostenerse con sus propios recursos, por menos de un mes; un 12,7% puede sostenerse por un mes; un 11,3% al menos por dos meses; un 9,2% por tres meses; y sólo un 11,4% es capaz de sostenerse por más de tres meses.

Sobre el acceso al crédito, el sondeo mostró que la banca no es la primera opción de muchos. Solo un 27,8% recurriría a préstamos de bancos o entidades financieras, un 26% recurriría a fondos propios, un 19% a fondos públicos y bonos destinados a las microempresas, y un 16,6% recurriría a un préstamo de algún familiar o amigo.

En menor medida, un 6,9% haría uso de su tarjeta de crédito, un 1,5% recurriría a una entidad financiera no bancaria, un 1,5% recurriría a crédito otorgado por proveedores, y un 0,6% recurriría al mercado informal.

Por otra parte, el sondeo mostró que un 56,3% de este tipo de empresas dijo haber implementado una innovación de producto o servicio, y un 46,6% ha puesto en uso un proceso de negocio nuevo o mejorado.

Canales de ventas

La indagación de Sercotec y la Universidad Central abordó la digitalización que existe en este segmento de empresas. Así, un 91,6% de los encuestados señaló que utiliza internet para sus negocios.

En lo referido a los canales de venta, son varios los que cuentan con presencial y online. De hecho, un 75,7%

de ellos utilizan las redes sociales (Facebook, Instagram y otros) como canal de ventas, un 63,2% la vía presencial (local propio o arrendado, punto de venta presencial, venta directa), 15,5% la modalidad de marketplace (Mercadolibre, Linio, Yapó, Rappi, etc.).

Frente a esto, un 10,1% posee tienda propia de e-commerce.

Sobre los resultados, el académico de la Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones, Jean Paul Quinteros -uno de los investigadores a cargo del estudio-, señaló que “son interesantes porque tienen que ver también con una necesidad de política pública de acompañar y de apoyar a los emprendedores, sobre todo en el ámbito de conocimiento y recursos para poder implementar innovación”.

Para la gerenta general de Sercotec, María José Becerra, la medición permite conocer en mejor forma la realidad de las micro y pequeñas empresas solicitantes de los servicios de Sercotec y “los desafíos que enfrentan, así como reconocer que aquí hay una actividad económica importante y que esta realidad es muy parecida, muy homogénea en las distintas regiones del país”.