



14 de Marzo de 2013

Instituto Tecnológico de Sonora
P r e s e n t e.

El que suscribe **Roberto Morales Lira**, por medio del presente manifiesto bajo protesta de decir verdad, que soy autor y titular de los derechos de propiedad intelectual tanto morales como patrimoniales, sobre la obra titulada **Perfil del Microempresario de Ciudad Obregón, Sonora**, en lo sucesivo "LA OBRA", misma que constituye el trabajo de tesis que desarrolle para obtener el grado de **Licenciado en Administración** en ésta casa de estudios, y en tal carácter autorizo al Instituto Tecnológico de Sonora, en adelante "EL INSTITUTO", para que efectúe la divulgación, publicación, comunicación pública, distribución y reproducción, así como la digitalización de la misma, con fines académicos o propios del objeto del Instituto, es decir, sin fines de lucro, por lo que la presente autorización la extiendo de forma gratuita.

Para efectos de lo anterior, EL INSTITUTO deberá reconocer en todo momento mi autoría y otorgarme el crédito correspondiente en todas las actividades mencionadas anteriormente de LA OBRA.

De igual forma, libero de toda responsabilidad a EL INSTITUTO por cualquier demanda o reclamación que se llegase a formular por cualquier persona, física o moral, que se considere con derechos sobre los resultados derivados de la presente autorización, o por cualquier violación a los derechos de autor y propiedad intelectual que cometa el suscrito frente a terceros con motivo de la presente autorización y del contenido mismo de la obra.



Roberto Morales Lira



Certificado No. ATR0179
Vencimiento 13/12/14



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

“Perfil del Microempresario de Ciudad Obregón Sonora”

Tesis
que para obtener el título de
Licenciado en Administración

Presenta

Roberto Morales Lira

Ciudad Obregón, Sonora; Marzo de 2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con especial cariño y sentimiento a mi madre, por su incansable esfuerzo por verme crecer tanto en lo intelectual como en lo personal, por darme siempre esa visión positiva y la fuerza para salir de los problemas que se me presenten.

De igual manera dedico este proyecto a mi padre, que me enseñó desde muy pequeño el valor del trabajo, a ser persistentes y luchadores en la vida, no rendirse por nada y a construir mi propio camino sin depender de los demás.

A ellos dos, porque su vida siempre ha sido y será un ejemplo para la mía, con todo el aprecio, les dedico el presente trabajo, que sé muy bien, los llenará de orgullo y alegría.

Los quiero mucho, papás.

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por darme la oportunidad de disfrutar con salud y bienestar este momento tan importante en mi vida y por cruzar en mi camino a personas increíbles que contribuyeron a formar lo que hoy en día soy como persona.

A mis padres

A mi madre, que me inculcó una gran variedad de valores y estuvo al pendiente siempre de mi educación. A mi padre, mi incansable viejo, que me enseñó a ser trabajador y no darme por rendido fácilmente.

A mis hermanas

A Rocío y Karla, que con sus experiencias y vivencias, me aconsejaban para tomar el mejor camino para mi vida. Puedo decir, que tuve mucha suerte en tenerlas a ellas como hermanas mayores.

A Norma

Por su apoyo y ayuda incondicional siempre, desde hace seis años que llevo de conocerla. Muchas gracias por estar allí cuando más te necesito, te quiero mucho.

A mis maestros

Que sin duda han contribuido en gran medida con este gran logro. A ellos, mi más sincero agradecimiento y admiración siempre. Sobre todo a los maestros Jorge Ortega, Roberto Herrera, Maribel Gil, Myrna Martínez, Sergio Ochoa, y a todos aquellos involucrados en mi formación.

A mis amigos

En especial, quisiera agradecer a todos mis amigos que tuve la fortuna de conocer en la universidad, y todos aquellos que mantuve desde grados anteriores y que me han brindado su apoyo siempre.

RESUMEN

En la actualidad, las microempresas juegan una importante labor en la economía no solo de la ciudad sino del país entero. Se puede decir que estas son el motor de la economía nacional, pues representan la mayoría de empresas existentes en el país y ocupan a la mayoría de los habitantes de la nación. Los microempresarios desempeñan una valiosa labor tras la creación de sus negocios; sin embargo la cuestión es determinar qué características poseen los microempresarios de Ciudad Obregón.

La presente Tesis tiene la finalidad de comparar al microempresario de dicha ciudad con las características que mencionan diversos autores en fuentes bibliográficas, con la intención de determinar si el microempresario de Obregón forma parte del modelo prescrito por los reconocidos autores.

La metodología utilizada consistió en determinar el número total de microempresas de la ciudad para después calcular la muestra y posteriormente aplicar un cuestionario de 33 preguntas de diferentes estilos, abiertas, dicotómicas y de opción múltiple. Los datos fueron procesados mediante una tabulación y posteriormente se llevó a cabo la graficación para una mejor presentación y comprensión de los resultados.

Se concluyó que el microempresario tiene poco conocimiento de macro y micro entorno, de sus clientes, de su competencia, no tiene una preparación académica profesional. Por otro lado, son personas que no cerrarían su negocio fácilmente, les gusta ser independientes, comienzan sus operaciones con sus propios recursos y con poca experiencia en relación con el giro de su negocio.

Posteriormente, dadas las conclusiones, se crearon las recomendaciones que permiten mejorar el desempeño de los microempresarios, así como también, para el desarrollo de futuras investigaciones similares.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
RESUMEN	iii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	6
1.1. Antecedentes	6
1.2. Planteamiento Del Problema.....	9
1.3. Justificación.....	10
1.4. Objetivo.....	11
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	12
2.1. Las Empresas	12
2.1.1. Definición de empresa.....	12
2.1.2. Importancia de la empresa e impacto en la sociedad	14
2.1.3. Características de la Empresa	15
2.1.4. Clasificación de las Empresas	17
2.2. La microempresa	18
2.2.1. Concepto de microempresa	19
2.2.2. Características generales de las microempresas.....	20
2.2.3. Importancia de las microempresas en la economía nacional.....	22
2.2.4. Razones para la creación de una microempresa	23
2.3. El empresario	24
2.3.1. ¿Qué es un empresario?.....	24
2.3.2. Factores que intervienen para ser empresario	26
2.3.3. Características de un empresario.....	27
2.3.4. Ventajas y Desventajas de ser empresario	29
CAPÍTULO III. MÉTODO	31
3.1. Sujetos.....	31
3.2. Materiales	33
3.2.1. <i>Variables de investigación</i>	33

3.2.2. <i>Validez y confiabilidad del cuestionario</i>	34
3.3. Procedimiento.....	34
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	37
4.1. Análisis e interpretación de resultados	38
4.2. Discusión	55
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
5.1. Conclusiones	58
5.2. Recomendaciones	60
BIBLIOGRAFÍA	62
APÉNDICES	65

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En este primer apartado se muestra todo lo relacionado con la razón por la cual se lleva a cabo la presente investigación. Iniciando con los antecedentes que despertaron el interés de elaborar un proyecto de esta índole, así como la justificación, el problema de investigación y el objetivo, los cuales le brindan la orientación debida y una visión amplia del presente trabajo.

1.1. ANTECEDENTES

A lo largo del tiempo las microempresas han sido un componente muy importante en la estructura de la economía mexicana. Su importancia es indiscutible, ya que conforman la mayoría del total de empresas mexicanas; asimismo, otorgan empleo a un gran número de mexicanos.

Según el INEGI (2009), actualmente existen en el país 5 millones 144 mil 56 empresas, de las cuales, el 95.2 por ciento (4.8 millones) de esas firmas son microempresas, el 4.3 por ciento (221 mil 194) pequeñas empresas, el 0.3 por ciento (15 mil 432) medianas y el 0.2 por ciento (10 mil 288) grandes compañías.

En esa misma fuente, se revela que el total de empresas, señaladas en el párrafo anterior, emplean a 27 millones 727 mil 406 personas, en donde, las microempresas emplean al 45.6 por ciento de todos los trabajadores, las pequeñas al 23.8 por ciento, las medianas al 9.1 por ciento y las de gran tamaño al 21.5 por ciento restante.

En comparación con las cifras mostradas por el INEGI (2000), las microempresas en el 2000 generaban empleos para 6,347,278 personas, hoy en día, con las cifras actualizadas, las micros generan empleo para 12,643,697 personas. Con estos resultados se deduce que en menos de diez años las microempresas ocuparon cerca del doble de personas en el país.

Los número recientes hablan por sí solos, las microempresas juegan un papel muy importante en el desarrollo de la economía mexicana. De esa misma importancia, se deriva el interés de investigar y conocer más sobre estos entes económicos.

En una microempresa, el estilo del empresario varía enormemente con uno de una mediana o grande empresa. Según Anzola (2007) el microempresario le gusta estar involucrado en todos los aspectos del negocio, no es capaz de delegar autoridad, le falta preparación y/o conocimientos administrativos y son muy dados a tomar decisiones basados en sus corazonadas y experiencias más que con registros o algún dato histórico fundamentado.

Todas estas características señaladas por el autor, pueden ser un factor importante para el bienestar y prosperidad del negocio a un futuro. Con base a su experiencia y datos históricos, Barrow (1996) hace mención de un comentario muy

interesante: “de millones de negocios nuevos que aparecen cada año, solo la mitad alcanza a sobrevivir durante dieciocho meses, y solo uno llega a diez años”. Esta afirmación hace pensar la situación de los negocios y los distintos retos que han de enfrentar.

Es motivo de inquietud, que muchas empresas de nueva creación desaparezcan en poco tiempo, de tal manera que se trata de buscar las causas de este fenómeno. Para Longenecker et. al. (2006) una de las razones principales de la desaparición de negocios radica principalmente en el dirigente o empresario de la organización.

De nuevo con Anzola (2007), este autor en su obra *administración de pequeñas empresas*, hace una demostración de una investigación realizada en América Latina para conocer el perfil del pequeño empresario latinoamericano. Esta investigación fue la detonante y fuente inspiradora para llevar a cabo un estudio similar en la localidad de Ciudad Obregón pero con enfoque en el microempresario.

Fue de esta manera entonces, como se determinó el tema y el objeto de estudio, con la finalidad de encontrar la raíz del problema y brindar soluciones pertinentes sobre la solución de esta cuestión. Asimismo, con la intención de ser un trabajo de apoyo a futuras investigaciones.

De lo anterior se deriva y reivindica la relevancia de identificar cuáles son las características personales, necesarias y básicas que debe considerar un empresario exitoso de las microempresas en esta localidad y cómo es que han logrado la permanencia de sus negocios en el mercado y con ello tener una base sólida en la formación de futuros empresarios.

El propósito de esta investigación es dar a conocer de manera descriptiva los conocimientos y actitudes de un empresario de la localidad a las instituciones

educativas y cámaras e instituciones que apoya a los empresarios de las Microempresas.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ser empresario en general de cualquier tipo de empresa, requiere de una gran cantidad de virtudes y características personales, eso sin dejar de mencionar el constante esfuerzo para llevarla en buen camino. Cada empresario debe poseer ciertos rasgos que le permitan cumplir su función con eficacia, asegurando así, la permanencia de la organización.

Varios autores coinciden en la idea de que es prácticamente imposible crear un estereotipo de empresario, ya que acuerdan que cada persona es distinta y posee caracteres diferentes unas con otras. A pesar de ello, cada uno de los autores define los distintos rasgos más sobresalientes que debe poseer un empresario.

Hay un gran número de fuentes en las que se definen las características de un empresario, pero, considerando que la mayoría de las fuentes provienen del extranjero, donde hay distintas culturas, formas de educación, hábitos y comportamientos; quizá es muy probable que un modelo de empresario ideal no encaje con el microempresario de esta localidad. Esto ocurre inclusive dentro del país, donde hay un choque de culturas y comportamientos muy distintos de una región a otra.

Quizá el microempresario de Ciudad Obregón posee otras características, o bien, no reúne todas aquellas mencionadas por los diversos autores. Es interesante saber cómo son los microempresarios de esta ciudad.

Retomando los puntos anteriores, se manifiesta la diversidad de estudios, en los cuales se vuelve evidente que el empresario posee ciertas características.

Por lo que partir de estos antecedentes mencionados se plantea la necesidad de responder a la siguiente interrogante ¿Qué características tiene el empresario de la microempresa en Ciudad Obregón Sonora?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día las empresas se enfrentan a un mundo globalizado donde las exigencias cada vez son más, ante tal situación se requiere de gente dinámica con habilidades y capacidades de dirigir efectiva y eficazmente las empresas que están interactuando en un mundo cada vez más cambiante.

Se sabe que ser empresario implica una combinación de características y/o rasgos especiales, sin embargo, los empresarios de una zona geográfica pueden variar con respecto a otros de otra región. Con esta investigación, se llevará un análisis de las características del microempresario de la localidad, para posteriormente realizar una comparación con los empresarios modelos que definen diversos autores.

El no tener identificadas aquellas características que como mínimo debe tener un empresario, puede traer consigo como consecuencia no lograr la permanencia de sus negocios en el mercado y con ello no contar con una base sólida en la formación de futuros empresarios.

Todo esto tiene la finalidad de encontrar las cualidades del empresario de Ciudad Obregón, para que de esta manera, crear un modelo general en base a los resultados obtenidos.

El desarrollo de esta investigación, traerá tanto beneficios personales como institucionales. Dentro de los personales se encuentra la satisfacción de realizar un proyecto de exploración, el conocimiento de estos negocios y la experiencia que traerá consigo el trato directo con los microempresarios. En los beneficios institucionales, es que puede enriquecer la base de datos de una institución que

se encargue a prestar servicios y orientación a este tipo negocios, inclusive, puede ser de utilidad para las mismas personas que quieran ejercer una actividad de este tipo.

1.4. OBJETIVO

Realizar una investigación para determinar el perfil del empresario de las microempresas en Ciudad Obregón, Sonora, de los sectores industrial, comercio y de servicio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el segundo capítulo, se presenta la fundamentación teórica que brinda sustento a la investigación, desde la definición de empresa y clasificación de la misma hasta hacer hincapié en la microempresa. Asimismo, se muestra un análisis bibliográfico sobre el empresario, haciendo un desglose hasta llegar a la definición de microempresario.

2.1. Las Empresas

En este primer apartado, se abordará la temática correspondiente con las generalidades de las empresas, con la intención de conocer un poco más a fondo de ellas, desde su concepto, características y formas de clasificación según varios criterios.

2.1.1. Definición de empresa

Las empresas han sido creadas para atender las necesidades de la sociedad, con el fin de recibir una retribución que compense los riesgos, los esfuerzos y las

inversiones de los empresarios, (Münch y Galindo 2010). En un enfoque menos humanístico y más económico, se puede decir que las empresas son el principal factor dinámico de la economía de una nación influyendo directamente en su desarrollo y evolución, (Rodríguez 2002).

Combinando los distintos enfoques de ambos autores se puede entender que la empresas generan tanto beneficios sociales como económicos, ya que mejora la calidad de vida de las personas y a su vez participan en el crecimiento económico tanto de los empresarios como de un país entero.

Para Münch y Galindo, definir el concepto de empresa es una tarea compleja, ya que a este mismo se le pueden dar diversos enfoques, como son económicos, jurídicos, filosóficos, sociales, etc. Dicho lo anterior, es necesario la inclusión de diversas definiciones del término empresa para dejar en claro su significado.

Rodríguez (2002), define a la empresa como: “una entidad destinada a producir bienes, venderlos y obtener por ellos un beneficio. La ley la reconoce y autoriza para realizar determinada actividad productiva, que de algún modo satisface las necesidades del hombre en la sociedad de consumo de la actualidad.”

Con un enfoque muy similar a Rodríguez, Anzola (2002) establece que la empresa es aquella organización que realiza actividades comerciales e industriales, que provee bienes para mejorar la calidad de vida de las personas y satisfacer las necesidades. En total concordancia con este último autor, Münch y Galindo (2002) acuerdan que la empresa es aquella que producen bienes y servicios mediante la administración del capital y el trabajo, con la finalidad de lograr la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

Haciendo un análisis de las distintas opiniones de los autores sobre el término empresa, se puede determinar que la idea clave y general de las organizaciones empresariales es satisfacer las necesidades de la sociedad; sin embargo, no todos

concuerdan con que esa acción se realiza con la condición de recibir un beneficio o alguna remuneración económica.

Por ende, es correcto afirmar que una empresa es un ente económico encargado de producir bienes o servicios para mejorar la vida y/o satisfacer necesidades de la población, y con fines específicos para sus propietarios o socios.

2.1.2. Importancia de la empresa e impacto en la sociedad

Las empresas juegan un papel muy importante en la sociedad. Primero que nada, estas impulsan el desarrollo económico de un país, de igual manera contribuye de manera esencial en la mejora de la calidad de vida de los individuos. Por tal motivo es de considerar que las empresas tienen un rol vital en el ambiente económico y social (Hernández 2006).

En la empresa, se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción, además de promover el crecimiento y el desarrollo. Una empresa es importante porque promueve la inversión, la cual, ayuda a adquirir lo necesario para así, producir y generar bienes para la sociedad. Además de contribuir con la generación de empleos directos e indirectos (Rodríguez 2002).

Esta última afirmación que realiza el autor, coincide con la idea que tiene la Secretaria de Economía (SE 2010), la cual expresa el gran valor de las empresas desde la más pequeña hasta la de mayor tamaño por su aportación al desarrollo económico de la sociedad por la constante ocupación de los habitantes del país y contribución al Producto Interno Bruto.

En un sentido más amplio, Garza (2000) señala que las organizaciones son un invento del hombre que tienen una gran importancia, ya que son necesarias por tres sencillas razones: alcanzar objetivos, conservar la experiencia y lograr la

permanencia. Con Alcanzar objetivos, el autor explica que el hombre a través del tiempo se ha formulado metas, esa misma necesidad lo ha orillado a asociarse e integrarse y crear organizaciones que logre ese fin. Al decir que son necesarias para conservar la experiencia, se refiere con que las empresas ayudan a crear un modelo social necesario para conservar la experiencia de los antecesores.

Mientras tanto, mencionar que las organizaciones son importantes para lograr la permanencia hace énfasis en que las empresas son creadas para el progreso constante y mejor adaptación de la sociedad a través del tiempo.

Tanto Hernández, como Rodríguez y la misma SE, ven la importancia de la empresa mayormente por su contribución al desarrollo económico ya sea de un país o individualmente, es decir, mantienen un enfoque meramente financiero sobre la empresa. Mientras tanto, Garza, va más allá de los términos monetarios, y brinda otras ideas del porqué es importante una organización. Considerando lo anterior, es de reconocer que las empresas juegan una importante labor y tienen un impacto mayormente positivo dentro de la sociedad.

2.1.3. Características de la Empresa

Para entender qué es una empresa se requiere conocer sus principales características. Para ello, se hace referencia a las cualidades de las empresas propuesta por Hernández (2002), mismas que se mencionan a continuación:

- 1. Unidad económico – social:** La empresa es una unidad formada por capital, trabajo y dirección, proveedora de bienes y servicios a la comunidad, a cambio de una remuneración económica.
- 2. Integrada por capital, trabajo y dirección:** El *capital* es indispensable, pues sin él la empresa no podría cumplir sus fines. El *trabajo* genera los

bienes y servicios que se brindan a la sociedad y la *dirección* brinda los elementos fundamentales de cualquier empresa.

3. **Socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común:** busca la satisfacción de las necesidades de los usuarios y además produce otros beneficios sociales a través de la generación de empleo, pago de impuestos y subsistencia de proveedores.

4. **Genera confianza y credibilidad gracias al capital social y a la confianza entre las partes involucradas:** Las empresas subsisten gracias a la confianza y credibilidad que generan con sus productos, servicios, pagos puntuales, etc.

5. **Administrada de manera congruente por la dirección:** La congruencia en cómo es dirigida le permite un sano desarrollo. Cuando la dirección actúa congruentemente genera un efecto multiplicador denominado *sinergia*.

Por otro lado, Rodríguez (2002) establece que las principales características de una organización económica son las siguientes:

- a) La empresa es una persona jurídica, porque tiene obligaciones y derechos de Ley.
- b) Es una unidad económica, porque tiene fines lucrativos.
- c) Ejerce una acción mercantil, porque compra para producir y produce para vender.
- d) Asume la responsabilidad total del riesgo de pérdida.
- e) Es una entidad social, ya que su propósito es servir a la sociedad.

2.1.4. Clasificación de las Empresas

“El avance tecnológico y económico ha originado la existencia de una gran diversidad de empresas. Aplicar la administración más adecuada a la realidad y a las necesidades específicas de cada empresa es la función básica de todo administrador. Resulta pues imprescindible analizar las diferentes clases de empresas existentes en nuestro medio” (Münch y Galindo 2004).

Según este mismo autor, existen diversas formas por las cuales se puede clasificar a una empresa. Asimismo otras fuentes ofrecen otros criterios para diversificar a las organizaciones. En el cuadro 1.1. se muestra la clasificación de las empresas desde tres perspectivas distintas.

CRITERIOS PARA CLASIFICAR A LAS EMPRESAS			
Autor	Münch y Galindo (2004)	Hernández (2002)	Secretaría de Economía (2009)
Criterios para clasificar a las empresas	<ul style="list-style-type: none"> - Por su actividad o giro (<i>industriales, comerciales o servicio</i>) - Por su origen de capital (<i>públicas y privadas</i>) - Por su magnitud (<i>financiero, personal ocupado, producción, ventas, criterio nacional financiera</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - Por su tamaño (<i>número de empleados y ventas</i>) - Por su giro (<i>industriales, comerciales y de servicios, públicas, privadas, transnacionales y mixtas</i>) - Por sectores económicos (<i>agropecuario, industrial y servicios</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - Por su actividad o giro (<i>industriales, comerciales o servicio</i>) - Según el origen del capital (<i>públicas y privadas</i>) - Según la magnitud de la empresa (<i>volumen de ventas, numero de personal</i>)

Cuadro 1.1. Clasificación de las empresas.

Fuente: Münch y Galindo, Sergio Hernández y Rodríguez y Secretaría de economía.

En el cuadro anterior, se denota la diferencia que existe entre los autores para clasificar una empresa. Si se habla de semejanzas, Münch y Galindo y la SE son los más similares al clasificar a las empresas en tres posibles grupos: *por su actividad económica, por su origen de capital y por su magnitud*. Mientras tanto,

Hernández hace una clasificación distinta, que se basa en clasificar a las empresas según su sector económico, pudiendo ser este mismo agropecuario, industrial o de servicios.

Esta comparación hace pensar las diversas formas para poder identificar a una empresa; sin embargo, para efectos de la presente investigación, se hará una clasificación a las organizaciones según la magnitud de las mismas, basada en el número de personal ocupado. Para ello, se tomará como referencia lo indicado por la Secretaría de economía en una publicación que hizo en el Diario Oficial de la Federación, donde establece un acuerdo para la estratificación de las empresas según el número de empleados y las ventas anuales. (Véase cuadro 1.2.)

Estratificación de las empresas según acuerdo de la SE				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	De 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	De 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	De 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250.	235
	Servicios	De 51 hasta 100		
	Industria	De 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250.	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

Cuadro 1.2. Estratificación de la micro, pequeña y mediana empresa según Secretaría de Economía el martes 30 de junio en el año 2009 en el DOF.

Para efectos de la presente investigación, se hará un enfoque exclusivo a la microempresa, de la cual se tratará a fondo en el siguiente apartado de este mismo capítulo.

2.2. La microempresa

La microempresa es una forma en que puede clasificarse una empresa, lo que significa que tiene varias características y generalidades, las cuáles serán

abordadas en el siguiente apartado, con la finalidad de conocer un poco más sobre estos importantes y comunes entes económicos.

2.2.1. Concepto de microempresa

Para efectos de este apartado es necesario proporcionar una definición de microempresa, con el propósito de dar una orientación en cuanto a su magnitud. A continuación, se presentan una serie de definiciones de microempresa para dejar aún un concepto más amplio de esta misma.

La microempresa “son las empresas industriales, comerciales o de servicios que emplean entre 1 y 15 asalariados y cuyo valor de sus ventas anuales sea el que determine la SE” (Rodríguez 1998). Por otro lado Longenecker et. al. (2007), establece que la microempresa es un ente económico, el cual, su rasgo distintivo es su limitada capacidad para generar utilidades significativas, que dan a sus propietarios solo cifras modestas y que no atraen a los inversionistas.

Saco y Mazza (2004), entienden por microempresa como una empresa que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general no supera los dos millones de euros, pero constituye una categoría importante para el desarrollo del espíritu empresarial y la creación de empleos.

Mientras tanto, México Emprende (programa de la SE), considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios.

En un análisis de los autores, se manifiesta tanto semejanzas como diferencias. Rodríguez establece que el rango de empleados de una micro es de 1 a 15, mientras que Saco y Mazza proponen un rango de hasta 10 solamente, al igual que México Emprende. En otro aspecto a considerar, Longenecker et. al., no hace

mención del número de empleados en su definición, y establece como base las bajas utilidades y poca capacidad de las empresas para denominarlas micro.

Tomando en cuenta lo anterior, se puede afirmar entonces que las microempresas son entes económicos que se dedican a la realización de una actividad económica, ya sea industrial, comercial y de servicios, pero con una capacidad menor y empleando solamente de 1 hasta 10 empleados, con un volumen de ventas y utilidades bajo en relación con empresas más grandes.

2.2.2. Características generales de las microempresas.

“Buscar la caracterización de la pequeña empresa siempre ha sido uno de los principales temas de estudios en todos los países, organizaciones o instituciones de cualquier índole que buscan marcos de referencia que ayuden a definir las bases de operación que regirán sus programas, así como los programas de política económica nacional que todos los gobiernos platean” (Anzola 2002).

Este mismo autor propone una serie de características de la pequeña empresa, que tienen estrecha relación con las de la microempresa, es decir, bien pueden aplicarse al contexto de las micro. A continuación se enlistan algunas de ellas:

1. Casi todas las pequeñas empresas tienen una estructura familiar.
2. La mayoría está dedicada al giro comercial.
3. El dueño es el socio mayoritario y el gerente de la empresa, haciendo la función de sabelotodo.
4. Hay favoritismo, trato especial y protección desmedida a los familiares dentro de la empresa.
5. El mercado en que se envuelve es típicamente local.

En un enfoque más al objeto de estudio, es decir, las microempresas, Rodríguez, muestra una serie de características y/o problemas más comunes de estos organismos, como lo son las siguientes:

1. Limitada capacidad de negociación por falta de organización y deficiente dirección.
2. Escasa cultura tecnológica.
3. Improvisación y carencia de normas de calidad.
4. Presentan constante ausentismo de personal.
5. Enfrentan continuos aumentos de los precios de materias primas.
6. Manejan mala calidad de los materiales.
7. Marginación respecto a los apoyos institucionales.
8. Falta de garantías para acceder al crédito.
9. Tienen excesiva regulación gubernamental.

La Secretaria de economía, en su programa México Emprende, establece otras características que ayudan a complementar las anteriormente propuestas. Éstas mismas se presentan a continuación:

1. Limitada profesionalización.
2. Crecimiento desordenado.
3. Rezago tecnológico.
4. Altos consumos de energía.
5. Imagen comercial descuidada e insalubre.
6. Administración informal ("de cajón").
7. Limitados accesos al financiamiento.

Con estas fuentes, es posible hacer un abanico de características de la microempresa. Las propuestas de cada autor no varía mucho de unos a otros, pues cada uno hace mención que estos negocios tienen un mal manejo administrativo, una capacidad inferior, malas negociaciones y poca acapararían del mercado. En ninguna de las fuentes se establecen características por decir "*positivas*" sobre este tipo de empresas.

Dadas las características, es importante reconocer que las microempresas no se manejan adecuadamente, motivo por el cual hace suponer y entender las razones de por el cual estos negocios desaparecen en poco tiempo. Asimismo, da un impulso extra a la investigación para conocer al microempresario y determinar que tan ciertas son estas características.

2.2.3. Importancia de las microempresas en la economía nacional

“Las microempresas son auténticos eslabones de la producción, ya que exportan y generan la mayor cantidad de empleos. En los países en proceso de desarrollo, la microempresa es la organización más popular” (Rodríguez 2002). La afirmación de este autor es clara y refleja la importancia de los micronegocios para la sociedad. De igual manera estas empresas tienen una gran repercusión en el desarrollo y sustentabilidad de la economía nacional. Según la Secretaría de Economía (2009), las microempresas contribuyen con el 40.6% del empleo, cifra que es lógica tomando en cuenta que en esa misma fuente se señala que de cada 100 empresas mexicanas, 96 son microempresas. Asimismo, la misma SE señala que estos negocios aportan el 15% del Producto Interno Bruto.

En otras fuentes, como el INEGI, en sus censos más recientes (2010), confirman que efectivamente cerca del 96% del total de empresas mexicanas son microempresas; sin embargo el porcentaje de empleo a las personas difiere, ya que el ultimo registro indica que los micronegocios emplean al 45.6% de la población económicamente activa.

En datos históricos, la proliferación de microempresas, provocó una gran ventaja, con una salida benéfica a la crisis económica, en lugar de haber repercutido el desempleo en una mayor crisis social. El ingenio y dedicación de muchos mexicanos les ha permitido abatir su difícil situación con la creación de microempresas. (Rodríguez 2002).

2.2.4. Razones para la creación de una microempresa

“Existen varias razones para iniciar una empresa desde cero en lugar de buscar otras alternativas, como comprar una franquicia o una empresa ya establecida, o unirse a una empresa familiar.” (Longenecker et. al. 2006).

Algunas de las razones para crear una microempresa mencionadas por el autor anteriormente citado, son las que se enlistan a continuación:

1. Tener un interés personal en desarrollar el mercado para un producto o servicio recién inventado o desarrollado.
2. Aprovechar recursos exclusivos disponibles, como una ubicación ideal, nuevas tecnologías, o empleados, proveedores y banqueros excepcionales.
3. Evitar características indeseables, de empresas establecidas, como antecedentes, políticas, procedimientos y compromisos legales desfavorables.
4. Desear enfrentar el desafío de tener éxito o fracasar por cuenta propia.

Desde otro punto de vista, Rodríguez (2002) expone sus criterios o razones más comunes para la creación de una microempresa. Para éste autor, solo existen dos motivos para empezar un micronegocio: *necesidades económicas y necesidades humanas*.

1. **Necesidades económicas:** las microempresas son el semillero de la economía, ideas nuevas, inventos, todo tipo de innovaciones son concebidas e introducidas por las empresas. Los micronegocios sirven para suplir a las que han desaparecido del escenario, dan nueva vida a la economía, con frecuencia al hecho de ser adquiridas por una empresa grande. Algunas de esas microempresas se convierten en grandes y muy grandes empresas del futuro.

2. **Necesidades humanas:** las microempresas tienen ciertos atractivos y representa la fuga de energía del hombre que siente impulsos emprendedores, del que ansía ser su propio dueño y está dispuesto a tomar sus propias decisiones y aceptar las consecuencias.

Ambas perspectivas apoyan para la generalizar las causas que repercuten en la creación de nuevos negocios. En cuanto a la opinión de Longenecker et. al. es de considerar que dejó de lado un factor muy importante para iniciar un negocio, el factor económico. Mientras tanto, Rodríguez si hace mención de este último, sin embargo delimita las razones a solo dos, dejando de lado algunas otras cuestiones que Longenecker propone, como por ejemplo, el impulsar un nuevo producto, superar a la competencia, etc.

Por ende, el establecer razones para generar un negocio podría ser algo complejo por los múltiples motivos que pudiesen existir; sin embargo, tomando en cuenta lo anterior expuesto las razones para iniciar una microempresa son: necesidad económica, autorrealización humana, impulsar un nuevo producto o servicio, mejorar tanto el producto y el servicio que ofrece la competencia e intentar superarlas, entre otras.

2.3. El empresario

El empresario es el encargado de crear y desarrollar negocios, sin embargo, es necesario entender al empresario, desde sus características, hasta los factores que lo impulsan a proyectar nuevas empresas. Por ello, en el siguiente apartado tiene la finalidad de mostrar lo relativo a las cualidades de los empresarios, con la intención de conocer un poco más de ellos.

2.3.1. ¿Qué es un empresario?

“Una de las preguntas más elementales pero difíciles de responder es: ¿Qué es un empresario? Peter Drucker, autoridad en la teoría de la administración, ha

dicho que aunque el término empresario se ha utilizado por más de 200 años, ha habido una confusión total sobre la definición. La palabra empresario se deriva de vocablos franceses que significan *entre* y *tomar*; por lo que un empresario es aquel que toma una posición entre un proveedor y un comprador, el que *toma* el riesgo, literalmente, de llegar a tener éxito.” (Lambing et. al. 2000).

Dada esta introducción sobre el termino empresario, se obtiene una idea de lo que es un emprendedor. No obstante es correcto conocer otras definiciones de diversos autores para generar un concepto aún más completo.

Para el mismo Lambing, un empresario significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Para Longenecker, los emprendedores son aquellas personas que detectan necesidades en el mercado e inician nuevos negocios para satisfacerlas. Por otro lado, Anzola opina que el empresario es promover o crear empresas, ampliarlas o transformarlas, adaptándolas a las cambiantes necesidades de la sociedad. Mientras tanto, Reyes Ponce (2003), considera que el empresario es aquel que con su acción directamente produce o hace actuar a la empresa.

Con las definiciones anteriores, tanto Anzola como Lambing difieren, ya que este ultimo hace hincapié en que el empresario empieza de la nada, mientras que Anzola da la libertad de comenzar algo de la nada o desarrollar o mejorar algo que ya está establecido. Longenecker establece que un empresario detecta necesidades y hace algo para satisfacerlas, algo que los demás autores no mencionan.

En conclusión, se puede definir entonces que un empresario es una persona que detecta necesidades en la sociedad y trata de satisfacerlas a través de ideas innovadoras, ya sea creando un negocio o mejorando uno ya existente, fungiendo como el motor de la misma empresa a través de sus acciones.

2.3.2. Factores que intervienen para ser empresario

“Es claro que diferentes individuos buscan diferentes tipos de recompensas o alguna combinación de ellas. En ciertos casos podrían no reconocerse la verdadera naturaleza de los motivadores de una persona. Los autores de un estudio de 2003 reportaron que los investigadores habían identificado hasta 38 diferentes razones para el autoempleo. En consecuencia, nuestro propósito de clasificar las diversas motivaciones para emprender una carrera empresarial, en el mejor de los casos, identificara solo algunas de las razones por la que la gente busca auto emplearse” (Longencker et. al. 2007).

Tomando en cuenta lo anterior, este mismo autor propone solo algunas razones para la cual una persona busca ser un empresario. Algunas de ellas se enlistan a continuación:

1. **Ganar dinero (utilidades):** Al igual que cualquier carrera o empleo, el negocio de emprender también proporciona dinero, de hecho, algunos emprendedores ganan mucho dinero, lo cual es una motivación para las personas.
2. **Ser su propio jefe:** La libertad de trabajar con independencia es otra recompensa del espíritu emprendedor.
3. **Escapar de una mala situación:** En ocasiones la gente opta por ser empresario para escapar o liberarse de una situación indeseable.
4. **Disfrutar una vida satisfactoria:** Muchos empresarios hablan de su vida como empresarios y negocios e incluso la llegan a llamar diversión. Parte de esa gratificación puede ser resultado de su independencia.
5. **Contribuir a la comunidad:** algunas personas se convierten en empresarios por su deseo de hacer el bien y de contribuir con algo positivo a la sociedad.

Por su parte, Lambing y Kuehl (2000) hacen mención de algunas otras razones para convertirse en empresario. Estos autores mencionan que los principales

factores que intervienen para que una persona se autoemplee son: *a)* utilizar sus capacidades y habilidades personales, *b)* controlar su propia vida, *c)* construir algo para la familia, *d)* el gusto por el desafío y *e)* para vivir como y donde elija.

Comparando ambas ideologías, que Longenecker et. al., proporciona razones que van más allá de obtener beneficios propios del mismo empresario, como contribuir con algo a la comunidad. Mientras tanto, Lambing y Kuehl, deja de lado algo importante, la generación de utilidades, algo que por lo cual, los empresarios en general es lo que más buscan.

2.3.3. Características de un empresario

“Independientemente de que las aptitudes existan al nacer o se desarrollen conforme madura la persona, ciertas cualidades suelen ser evidentes en los empresarios de éxito.” (Lambing 2000). A continuación, se mencionan algunas de estas características:

1. **Pasión por el negocio:** el empresario tendrá que tener mas que un interés casual por el negocio, pues siempre habrá mas de un reto y obstáculo que vencer.
2. **Tenacidad a pesar del fracaso:** el empresario debe ser persistente y no declararse vencido con facilidad.
3. **Confianza:** tienen confianza en sus habilidades y el concepto de negocios.
4. **Autodeterminación:** reconocen la importancia de la automotivación y autodeterminación para el éxito de los negocios.
5. **Manejo del riesgo:** los empresarios a menudo definen los riesgos durante una etapa temprana en el proceso, y los minimizan en todo lo posible.
6. **Los cambios son oportunidades:** los emprendedores ven el cambio como algo normal y necesario.

7. **Tolerancia de la ambigüedad:** el empresario se siente cómodo con la falta de claridad en su vida.
8. **Iniciativa y necesidad de realización:** los empresarios de éxito toman la iniciativa y actúan sobre sus propias ideas.
9. **Orientación al detalle y al perfeccionismo:** los empresarios son perfeccionistas, y esa lucha por alcanzar la excelencia es lo que le ayuda a hacer que el negocio tenga éxito.
10. **Percepción del transcurso del tiempo:** están consientes de que el tiempo pasa con rapidez, por lo que frecuentemente parecen ser impacientes.
11. **Creatividad:** tienen imaginación y pueden visualizar escenarios alternos.
12. **El panorama:** es frecuente que los empresarios vean las cosas en una forma integrada; tienen la capacidad de ver el panorama mientras que otros solo ven las partes.

Por su parte, Reyes Ponce (2003) ayuda a complementar la lista anterior, con su aportación sobre las características de los empresarios. Entre las no mencionadas por Lambing, se encuentran las siguientes:

13. **Decisiones fundamentales y finales:** es una persona que en último término decide, en forma inapelable, aquellas funciones y actividades de las que depende de la vida de la empresa.
14. **Designación de funcionarios:** el empresario es capaz de nombrar al más alto ejecutivo, y deje a éste la responsabilidad de todos los demás nombramientos.
15. **Delegación:** es empresario aquel en quien se encuentran toda la suma de facultades para todas las funciones; en cada caso delega las que cree necesarias.
16. **Fijación de los grandes objetivos y políticas:** siempre dependerá de él exclusivamente la determinación de las metas que la empresa podrá alcanzar.
17. **Control:** los empresarios deben de conocer al menos los resultados generales cada cierto tiempo.

Tomando en cuenta las dos propuestas hechas por los autores, es posible desprender una lista con un mayor número de cualidades de un empresario. De esta forma, se puede definir una personalidad más amplia de un empresario común.

2.3.4. Ventajas y Desventajas de ser empresario

Hay muchas ventajas y desventajas en el autoempleo, y los empresarios deben conocerlas antes de comenzar un negocio. Para efectos de este tema, se hará referencia a Lambing & Kuehl y al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2001); los cuales, coinciden tanto en las ventajas y desventajas del empresariado. A continuación se muestran los pros y contras de ser un empresario:

Ventajas

- ❖ **Autonomía:** la independencia y la libertad para tomar decisiones son dos de las principales ventajas.
- ❖ **El desafío de un inicio/sensación de logro:** la oportunidad de desarrollar un negocio da una sensación significativa de triunfo.
- ❖ **Control financiero:** un empresario puede tener su propio control sobre su dinero.

Desventajas

- ❖ **Sacrificio personal:** es posible que el empresario trabaje durante largas horas de trabajo, sacrificando tiempo valioso para otras actividades.
- ❖ **Carga de responsabilidad/comodín:** el empresario tiene la carga de la responsabilidad, a diferencia de los empleados corporativos.

- ❖ **Mínimo margen de error:** un empresario no puede darse el lujo de tomar decisiones a la ligera, tiene que pensar bien para no ver afectada su economía.

CAPÍTULO III

MÉTODO

Para la realización de la investigación sobre el perfil del microempresario es necesario la especificación de un método adecuado para que los resultados sean los más confiables posible. En el siguiente apartado, se presentan los elementos necesarios como los sujetos, los cuales se considero para esta investigación el número de microempresas y microempresarios en Ciudad Obregón mismos que se calculó en 13,050 unidades empresariales. Asimismo, se desarrolló un cuestionario para recabar información y se siguió un procedimiento que describe paso a paso la investigación.

3.1. Sujetos

La presente investigación está enfocada a determinar el perfil del microempresario, por ende los sujetos involucrados serán directamente los microempresarios. El número de microempresarios, se basó principalmente en el número de micro negocios existentes en la ciudad, partiendo de la idea de que

cada negocio existente en el sector, tiene un propietario o manejador en particular. Tal número de microempresas fue posible obtener mediante el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2012), el cual, arrojó un resultado de 13,050 unidades empresariales de tamaño micro.

A través de ese sistema se realizó una búsqueda especificando los datos necesarios, tales como: número de empleados, ubicación geográfica y actividad económica. En el número de personal, se determinó que la búsqueda priorizara a aquellas empresas que tengan diez o menos trabajadores. Asimismo, en ubicación geográfica, se especificó que las empresas arrojadas sean de Ciudad Obregón Sonora exclusivamente; mientras tanto en cuanto a la actividad económica, no se especificó alguna en especial, ya que el objeto de la investigación es analizar al microempresario en general, independientemente del giro del negocio.

Tomando en cuenta entonces que la población (N) determinada fue 13,050 unidades comerciales, fue necesario definir una muestra que represente al total de microempresas. Por lo tanto, se llevó a cabo un cálculo para determinar esa cifra representativa apoyada con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población o Universo

p = probabilidad de éxito

z = Nivel de confianza

q = probabilidad de fracaso

e = error

Tomando en cuenta lo anterior, dado el número de población en 13050 unidades empresariales, se sustituyeron los valores con un nivel de confianza del 93% y un error igual a 0.07% y una equivalente para el éxito y el fracaso con un 50% respectivamente.

$$n = \frac{(1.81^2)(.50)(.50)(13050)}{(13050)(0.07^2) + (1.81^2)(0.5)(0.5)} = \frac{10688.27625}{64.764025} = 165.0342 \approx 165$$

De esta manera fue como se determinó la muestra correspondiente al universo total, quedando en una cifra representativa de 165 microempresas donde se aplicarán los instrumentos a sus respectivos dueños o propietarios.

3.2. Materiales

Para la obtención de datos fue necesario la generación de un instrumento tipo cuestionario. En dicha herramienta, se establece una estructura de 33 preguntas, de las cuales 12 son dicotómicas, 16 son de opción múltiple y 5 son abiertas. (Véase apéndice 1).

3.2.1. Variables de investigación

Con las preguntas establecidas se pretende analizar los aspectos socioeconómicos del microempresario, como lo son: edad, sexo, experiencia en el negocio, antecedentes familiares, etc., así como también, se busca analizar el nivel de preparación del microempresario, tales como su nivel de educación y/o preparación. Dichas preguntas fueron formuladas en base a sustentación bibliográfica, es decir, tomando como referencia las características del microempresario señaladas por diversos autores, así como también, de titulares de instituciones financieras.

De igual manera se tomó como apoyo para la formulación de las preguntas del cuestionario, la investigación del perfil del pequeño empresario latinoamericano realizada por Anzola (2004), en la cual se señalan una serie de cualidades que el pequeño empresario latinoamericano tiene en sí.

Además del nivel socioeconómico y académico del microempresario, el cuestionario está diseñado para conocer otras cualidades de estas personas, tales como sus intereses personales sobre su empresa, el conocimiento sobre su propio negocio, su competencia y sus clientes. De igual manera, busca conocer el nivel

de confianza que el microempresario tiene sobre sus empleados, qué tan celoso es él mismo sobre las funciones que normalmente realiza, qué hace o cómo maneja sus utilidades y cuáles son sus visiones a futuro con su empresa u otros proyectos que tenga en mente.

3.2.2. Validez y confiabilidad del cuestionario

El cuestionario no solamente se diseñó y se aplicó a los microempresarios, sino que llevó un proceso de validación y aprobación, con la intención de mejorar y adecuar el cuestionario para que los datos que se obtengan sean verdaderamente confiables.

El instrumento se aprobó tras someter el cuestionario a juicio de tres expertos en la materia, con la intención de que lo analizarán y contribuirán de una u otra forma en el mejoramiento del mismo, para que el contenido de la prueba fuera relevante y representativo de las características ya mencionadas anteriormente.

3.3. Procedimiento

Para la elaboración de esta investigación se llevaron a cabo una serie de actividades, las cuales se fueron llevando en estricto orden y cuidado para evitar errores o desviaciones de la investigación. A continuación, se presenta todo el proceso que se siguió para el desarrollo del presente estudio.

El primer paso para el desarrollo de la investigación fue definir claramente la problemática y el objetivo del estudio. Esto es, decidir qué es lo que se busca resolver y que problemas son los que se buscan atender, el cómo y el para qué llevar a cabo la investigación. Todo esto se realizó con la intención de darle una correcta orientación y sentido al estudio y evitar que se desvíe hacia fines no deseados o que no tengan nada que ver lo que realmente se desea conocer.

Posteriormente, conocido el objetivo y problemática del estudio, se definió al sujeto de análisis y seguidamente se llevó a cabo la obtención del universo. En el sujeto, se estableció claramente las características o cualidades del microempresario para que la investigación vaya dirigida a ellos y evitar confusiones. Para la obtención del universo se consultó en la página del INEGI la herramienta conocida como DENU, la cual arrojó el número de microorganismos económicos existentes en Ciudad Obregón, cifra que fue tomada como universo total para la investigación.

Dado el universo, fue necesario hacer el cálculo de la muestra, la cual fue determinada tras la aplicación de una fórmula matemática, considerando un nivel de confianza del 93%. Tras el cálculo, la muestra resultó ser de 165 microempresarios.

Posterior a ello, se enfocaron los esfuerzos al diseño de la herramienta de investigación que cumpliera con los requisitos de investigación. Una vez terminado el diseño, fue presentada y puesta a juicio a distintos conocedores del tema para mejorar la estructuración de la misma para que sea validada y confiable. En este paso se consideró al instrumento como prueba piloto (*Véase apéndice 2*)

Validado el cuestionario, se llevó a cabo la planeación de una ruta logística. Se sabía que para la aplicación del instrumento se requería ir de un sitio a otro visitando negocios para poder llegar a cada microempresario, lo cual representaba gastar tiempo y dinero. Para reducir estos mismos y aprovecharlos óptimamente se diseñó una ruta predeterminada para conocer anticipadamente los sitios hacia los cuales habría que dirigirse, para así, evitar improvisaciones y pérdidas de tiempo y dinero.

Se aplicó la prueba piloto a un 10% de la muestra total, con la intención de identificar fallas en el cuestionario o complementarlo con otras preguntas que

permitan obtener más información. Luego de ello, se procedió a realizar los cambios necesarios al cuestionario para que cumpla con las necesidades de la investigación.

Seguido a ello, se aplicó el instrumento final de investigación a los microempresarios, que, de acuerdo a la muestra, fueron un total de ciento sesenta y cinco. Una vez terminada la aplicación del cuestionario, se realizó la tabulación, graficación y análisis de los resultados obtenidos.

Consecutivamente, se realizó la presentación de los resultados, presentando con ello, las conclusiones y recomendaciones correspondientes a la investigación desde el planteamiento del problema hasta los resultados generados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el siguiente capítulo, se muestra los resultados que se obtuvieron tras la aplicación de los cuestionarios a los microempresarios de Ciudad Obregón. Dichos instrumentos arrojaron tanto datos cuantitativos como cualitativos, mismos que se muestran gráficamente a continuación, acompañados de una breve y clara descripción de cada uno de estos mismos para una mejor comprensión.

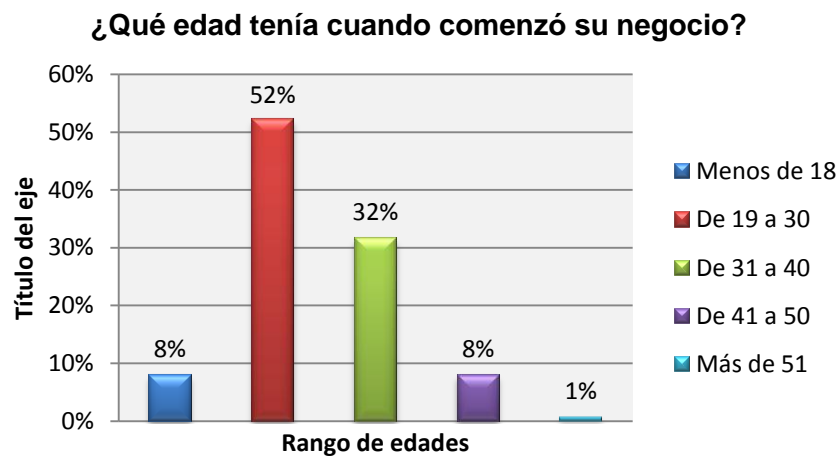
Como ya se mencionó en el capítulo anterior, se aplicó un cuestionario a 165 microempresarios, cifra que fue determinada tras la utilización de una fórmula para poblaciones conocidas, aplicando un nivel de confianza del 93%, Z con un valor de 1.81, una probabilidad de error y éxito de 50% respectivamente, y una población de 13,050 unidades micro empresariales.

4.1. Análisis e interpretación de resultados



Gráfica 1. Proporción de hombres y mujeres microempresarios en Ciudad Obregón.

Tras la finalización de la investigación, se encontró que del total de microempresarios encuestados, el 60% son hombres (*ver gráfica 1*). Mientras tanto, la edad promedio del microempresario de Ciudad Obregón resultó ser de **45.9 años**.



Gráfica 2. Edad de los microempresarios en el momento que crean su propio negocio.

En otros resultados, se dio a conocer que la mayoría de los microempresarios comenzaron su negocio entre los 19 y 30 años, representando el 52% del total de encuestados; seguidos por un 31% de personas que abren su propio negocio de los 31 a 40 años. Un 8% representa tanto a personas menores de 18 años, como a los de entre 41 y 50 años, mientras que solo un 1% es representativo de personas que ya pasados los 50 años se aventuran a iniciar su propia fuente de trabajo. (*Ver gráfica 2*).

¿Cuál es su lugar de origen?

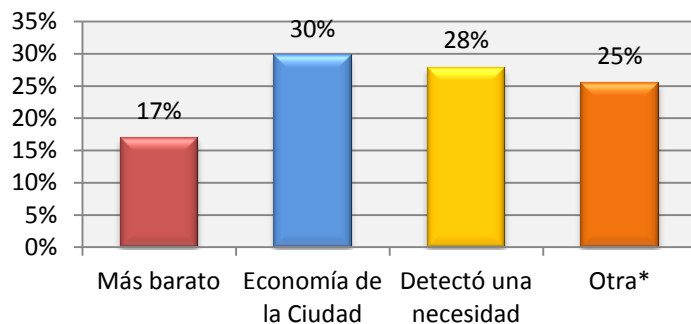
Tabla 4.1. Lugares que señalan el origen del microempresario que realiza actividades en Ciudad Obregón Sonora.

LUGAR DE ORIGEN	TOTAL DE EMPRESARIOS	PORCIÓN DE LA MUESTRA
Ciudad Obregón	90	54.5%
Otros lugares de Sonora*	33	20%
Sinaloa	20	12.1%
Jalisco	9	5.5%
Baja California	3	1.8%
Nayarit	2	1.2%
Distrito Federal	2	1.2%
Chihuahua	2	1.2%
Puebla	1	0.6%
Colima	1	0.6%
Oaxaca	1	0.6%
Tamaulipas	1	0.6%
TOTAL	165	99.9%

*Navojoa (6), Esperanza (4), Cócorit (4), Hermosillo (3), Villa Juárez (3), Guaymas (2), Bacobampo (1), Campo 60 (1), S.I.R.M. (1), Yécora (1), Nacozári (1), Huatabampo (1), Pueblo Yaqui (1), Tesopaco (1), Nogales (1), Bacum (1), Empalme (1).

Siguiendo con el análisis de resultados, se le preguntó al microempresario sobre su lugar de nacimiento, a lo cual, se encontró que del cien por ciento de los encuestados, el 55% son nacidos en Ciudad Obregón, mientras que el 19% son provenientes de otras ciudades o pueblos sonorenses, el 12% provenientes de Sinaloa y otro 14% más proveniente de otro estado del país, descartando por supuesto Sonora y Sinaloa. (Ver tabla 4.1).

¿Por qué razón decidió establecer su negocio en Ciudad Obregón?

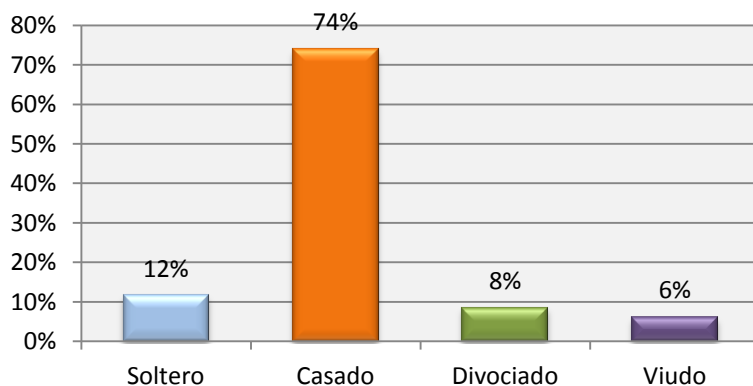


Gráfica 3. Razones para establecer un negocio en Ciudad Obregón.

*otra: Aquí vivían, Cambio de domicilio, facilidad, familia.

Tras consultar con los microempresarios sobre las razones por la cuales decidieron establecer su negocio en Ciudad Obregón, se encontró que hubo un resultado parejo, puesto que a un 30% le llamó la atención la economía de la ciudad, un 28% detectó una necesidad en la sociedad, el 17% porque era más barato, mientras que el 25% tienen otras razones. (Ver gráfica 3).

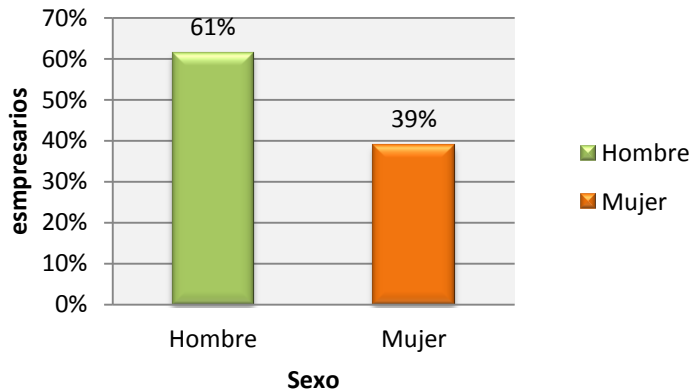
¿Cuál es su estado civil?



Gráfica 4. Estado Civil del microempresario de Ciudad Obregón.

Se determinó con el estudio, que el 74% de los microempresarios encuestados está casado, el 12% soltero, el 8% divorciado y el 6% viudo. (Ver gráfica 4).

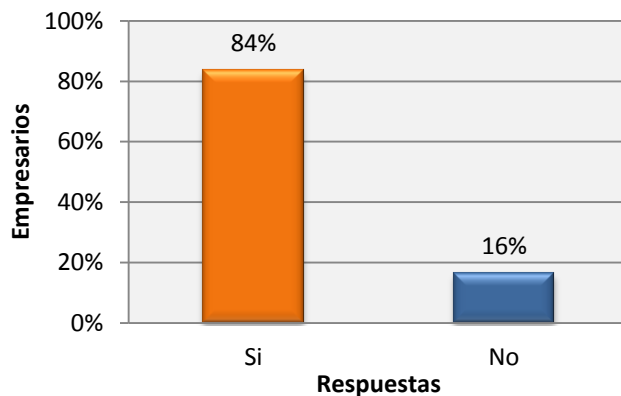
¿La empresa está a cargo de Hombre o Mujer?



Gráfica 5. Porcentaje de Hombres y Mujeres que están a cargo de una microempresa.

Con la finalidad de conocer la proporción de hombres y mujeres que están a cargo de un micronegocio y así poder inferir qué sexo es más común de llevar a cabo la administración de una empresa de este tamaño, se le preguntó a los propietarios quién estaba a cargo del negocio, a lo que logró determinarse que el 61% de los micronegocios están a cargo de hombres. (Ver gráfica 5).

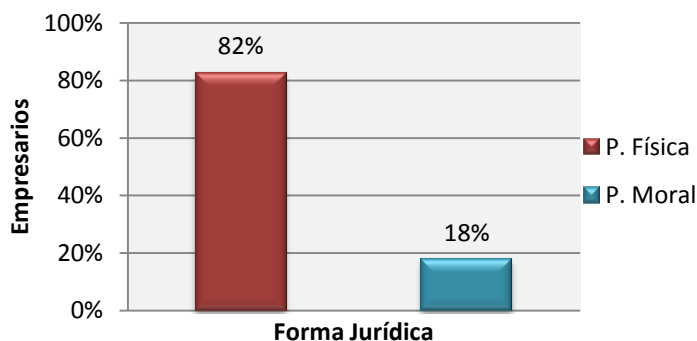
¿Es usted fundador de la empresa?



Gráfica 6. Porcentaje de personas que fundaron su propia empresa.

Prosiguiendo con el análisis, se encontró que de la totalidad de microempresarios seleccionados para la investigación, el 84% es fundador de su propia empresa. (Ver gráfica 6).

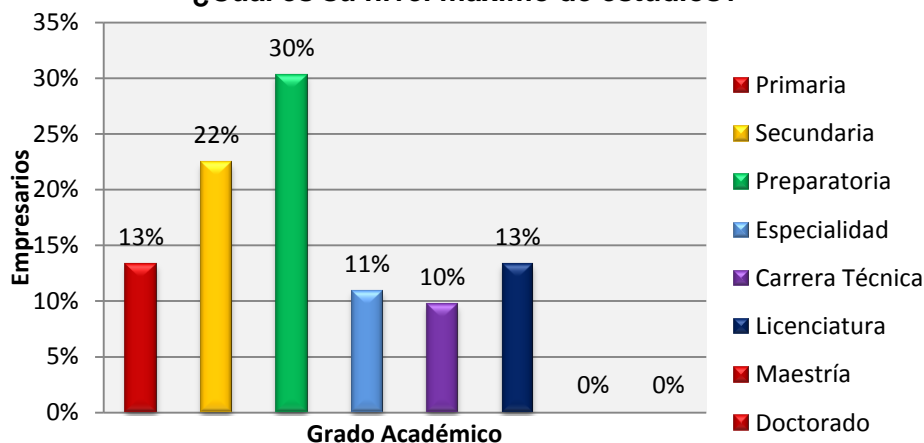
Indique la forma jurídica de su negocio



Gráfica 7. Forma jurídica en que se constituyen las microempresas.

Asimismo, se encontró que los microempresarios prefieren constituirse de manera individual que en sociedad. Tras el análisis de los resultados, se denotó que de los 165 microempresarios involucrados en el estudio, 136 están constituidos en persona física, representando con ello el 82% del total. Mientras tanto, solo el 18% esta formalizado en sociedad, equivalente a 29 individuos. (Ver gráfica 7).

¿Cuál es su nivel máximo de estudios?

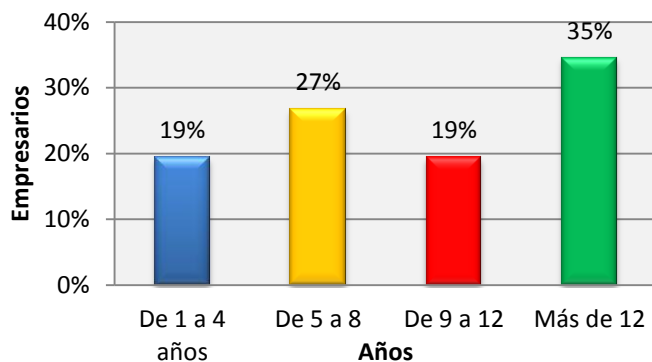


Gráfica 8. Nivel de estudios de los microempresarios.

Siguiendo con el análisis, se le cuestionó al microempresario su nivel máximo de estudios, esto para conocer el grado de preparación académica que tienen estas personas y si esta es esencial para establecer un negocio en la ciudad. Se encontró que la mayoría de los microempresarios estudió solo hasta los niveles básicos de educación, es decir, que del cien por ciento del total de la muestra, el 30% estudió hasta bachillerato, un 22% hasta secundaria y un 13% hasta primaria.

Un 11% es especialista en alguna rama, el 10% tiene una carrera técnica y solo el 13% tiene alguna licenciatura, quedando en 0% los posgrados. (Véase gráfica 8).

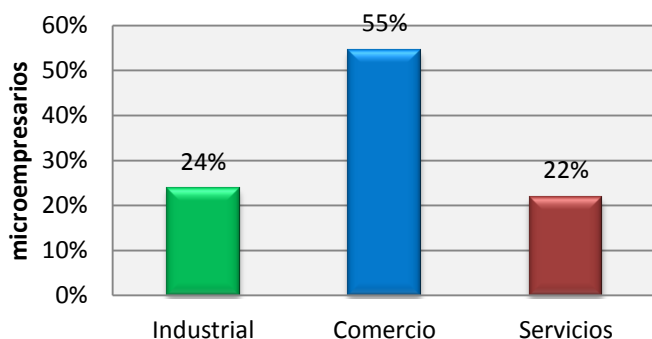
¿Cuál es la antigüedad de su negocio?



Gráfica 9. Tiempo de permanencia de los micronegocios encuestados. (Años)

De los negocios consultados, se encontró que el 35% de ellos tiene más de 12 años de antigüedad, el 19% tiene apenas de 1 a 4 años, mismo porcentaje para empresas que tienen de 9 a 12, mientras que un 27% del total tiene una permanencia de 5 a 8 años en el mercado. (Véase gráfica 9).

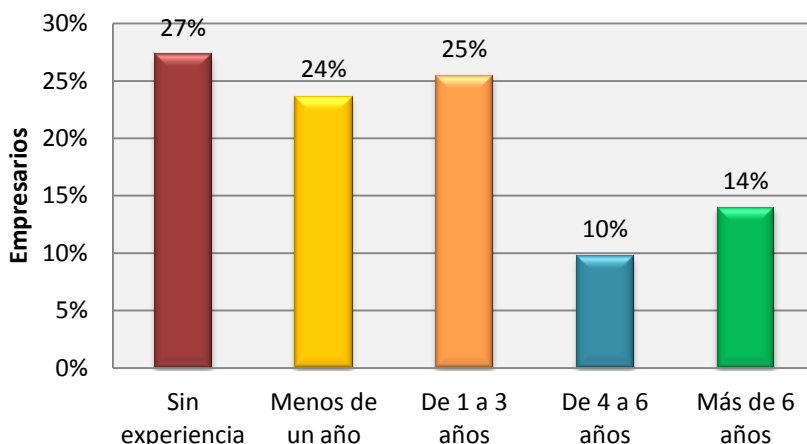
¿Cuál es el giro de su negocio?



Gráfica 10. Porcentaje de actividades económicas más frecuentes.

Del total de empresas involucradas en el presente estudio, se analizó el giro de cada una de ellas, con la finalidad de encontrar el sector más preponderante y al cual se inclinan más los microempresarios de la ciudad. Se encontró que el comercio es la actividad que más se desarrolla con un 54% del total, le sigue la industria con un 24% y posteriormente el sector servicios con un 22%. (Véase gráfica 10).

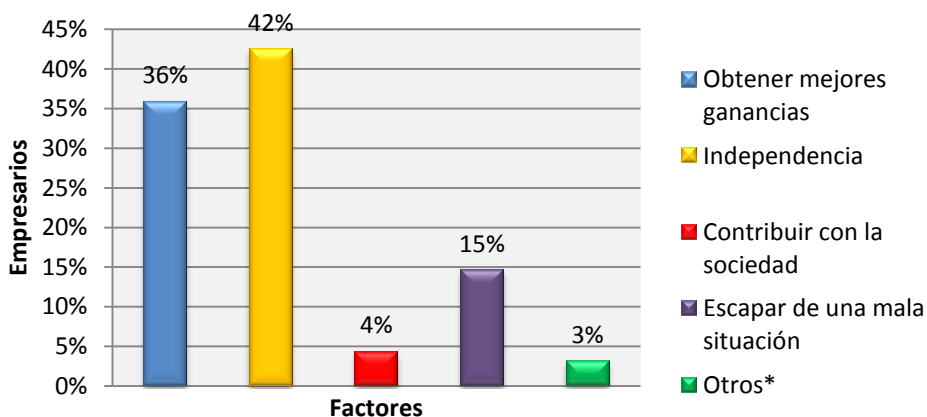
¿Qué experiencia tenía en el giro de su negocio al momento de crearlo?



Gráfica 11. Años de experiencia del microempresario al momento de abrir su negocio.

Tomando en cuenta el cien por ciento de los encuestados, el 27% de los microempresarios comenzó su negocio sin tener experiencia alguna en el giro, el 24% tenía menos de un año, el 25% asumía de 1 a 3 años, el 10% tenía de 4 a 6, y el 14% poseía más de 6 años de práctica. (Véase gráfica 11).

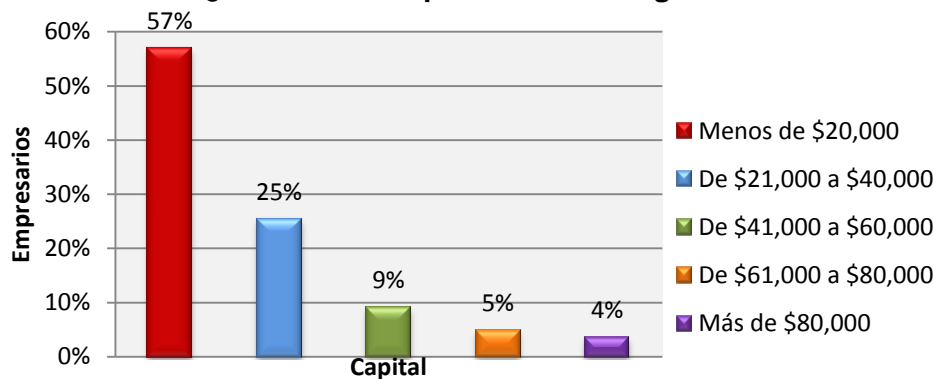
¿Qué factores influyeron en usted para crear su negocio?



Gráfica 12. Factores que influyeron en los microempresarios para generar su propio negocio.

Se cuestionó a los microempresarios sobre los factores que influyeron en ellos para crear su propio negocio. Del cien por ciento, el 42% contestó que para tener independencia, el 36% dijo que para tener mejores ganancias, el 15% exclamó que desarrolló su propio negocio para escapar de una mala situación, el 4% mencionó que para contribuir con algo a la sociedad, mientras que el 3% mencionó otras razones. (Véase gráfica 12).

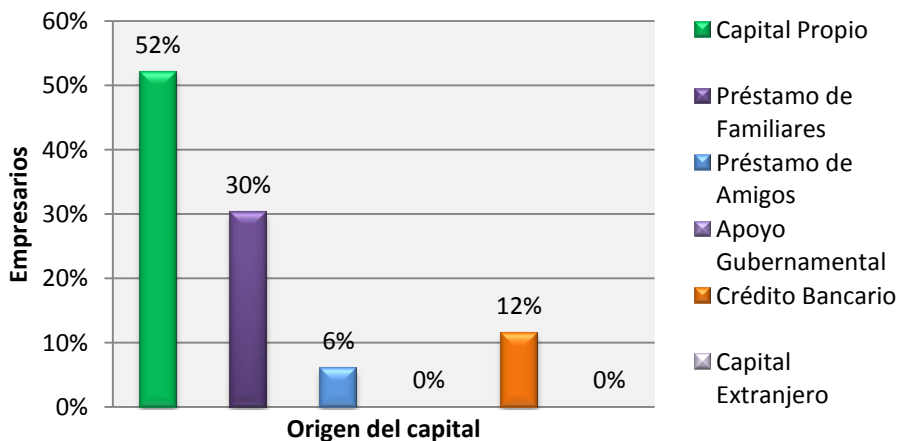
¿Con cuánto capital inició su negocio?



Gráfica 13. Capital necesario para constituir una microempresa.

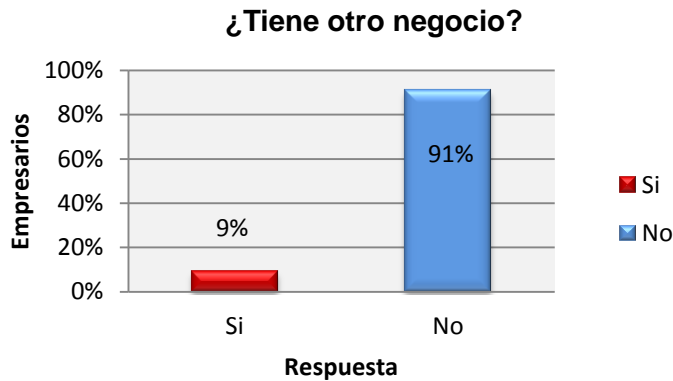
Tras cuestionar sobre el monto de dinero que fue necesario para iniciar las operaciones de la microempresa, el 57% contestó que inició con menos de \$20,000; el 25% ocupó de 21,000 a 40,000; el 9% de 41,000 a 60,000; el 5% de 61,000 a 80,000; y el 4% más de 80,000. (Véase gráfica 13).

¿Cuál fue el origen del capital?



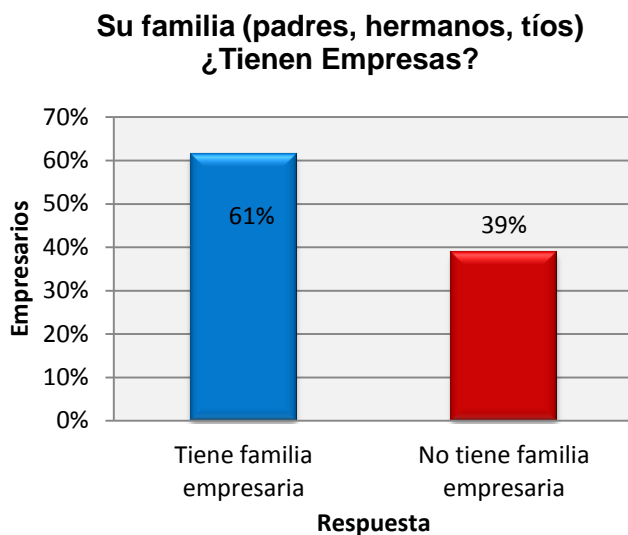
Gráfica 14. Origen del capital para iniciar una microempresa.

De los microempresarios encuestados, el 52% contestó que el capital salió de sus propios bolsillos, el 30% lo consiguió a través de préstamos familiares, el 12% a través de un crédito bancario y el 6% a través de préstamos de amigos. (Véase gráfica 14).



Gráfica 15. Porcentaje de microempresarios que tienen más de un negocio operando.

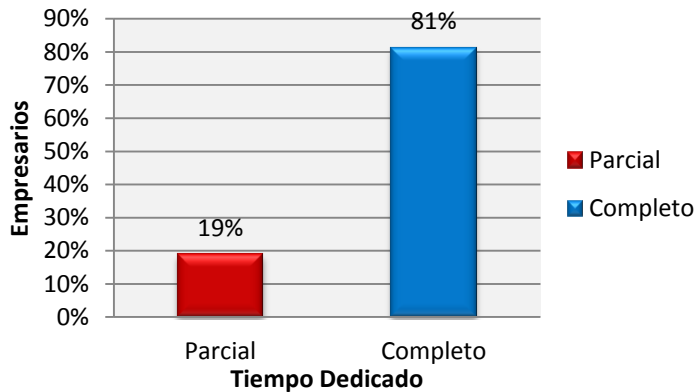
En cuanto a la cuestión de que si el microempresario tiene más de una empresa operando, se encontró que solo 15 personas de los 165 encuestados totales, tiene más de un negocio, esto representa apenas el 9%. Por lo tanto, 150 personas equivalente al 91% se concentra solo en un negocio. (Véase gráfica 15).



Gráfica 16. Porcentaje de empresarios que tienen familia empresaria.

Con la finalidad de conocer si el microempresario tiene ascendencia empresaria, se le preguntó si algún miembro de su familia tiene alguna empresa sin importar el giro o el tamaño. De la totalidad de encuestados, el 61% afirmó tener familia empresaria, mientras que el 39% dijo no tener familiares que ejerzan actividad empresarial por su cuenta. (Véase gráfica 16).

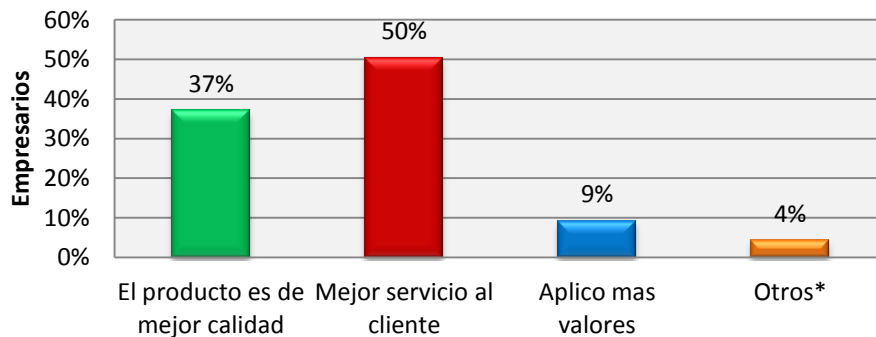
¿Cuánto tiempo le dedica a su negocio?



Gráfica 17. Tiempo que dedican los microempresarios a sus negocios.

En cuanto al tiempo que le dedican a su negocio, el 81% de los microempresarios contestó que dedican tiempo completo a la empresa, mientras que solo el 19% indicó que su dedicación al negocio es parcial. (Véase gráfica 17).

¿En qué se diferencia su negocio con el de la competencia?

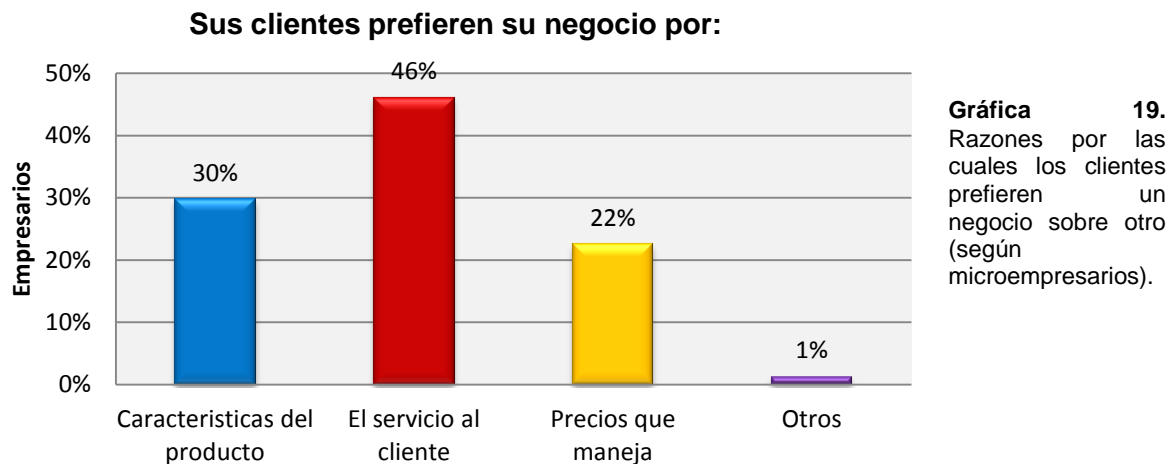


Gráfica 18. Razones más populares que distinguen a los micronegocios.

Para conocer si el microempresario sabía distinguir a su negocio con el de la competencia, se le realizó una pregunta sobre ello, a lo cual, el 37% de los encuestados dijo que su producto es de mejor calidad, el 50% mencionó que su servicio al cliente era mejor, el 9% aplican más valores a la empresa y el 4% otras razones. (Véase gráfica 18).

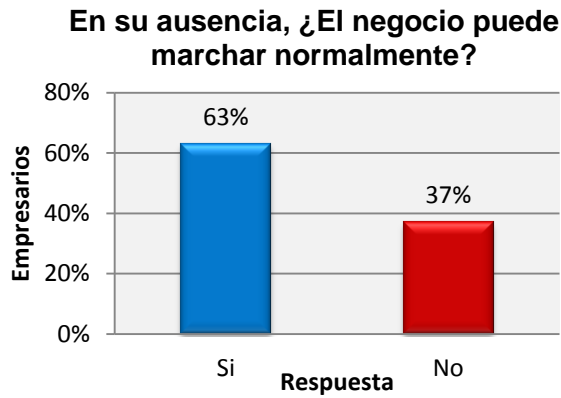
Sin embargo, dentro de esta pregunta hubo un análisis extra, pues al momento de preguntar se observó que el 70% de los microempresarios, es decir, 112

individuos, no pudieron responder rápidamente o contestaron por ayuda del mismo encuestador, pero en sí, no se les notó seguridad en su respuesta.



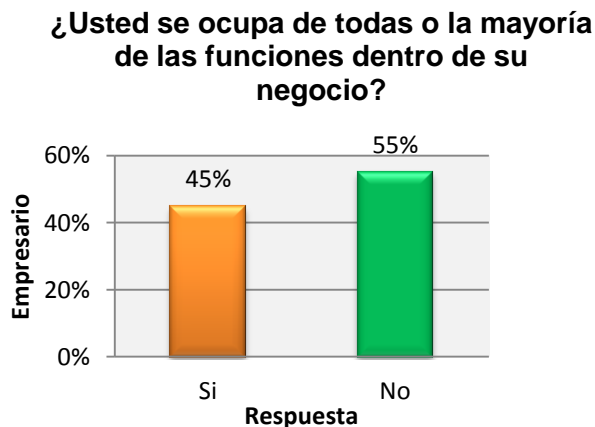
Continuando con el análisis, se le cuestionó al empresario que si por qué los clientes preferían su negocio y no a la competencia. El 30% dijo que por las características del producto, el 46% mencionó que por el servicio al cliente, el 22% indicó que por los precios que maneja y un 1% mencionó otras opciones. (Véase gráfica 19).

En esta cuestión se realizó también un análisis similar a la pregunta anterior, verificando con atención la respuesta del microempresario. Se encontró que el 60% de los microempresarios tampoco pudo definir por qué razón lo prefieren sus clientes, este porcentaje es un equivalente a 91 microempresarios de los 165 encuestados.



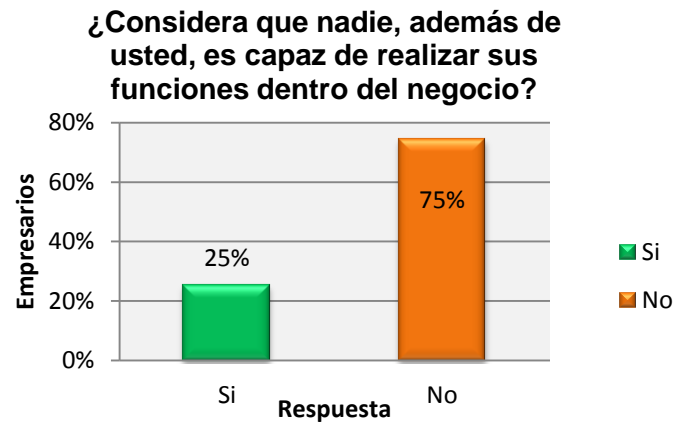
Gráfica 20. Porcentaje de personas que creen que el negocio no puede operar normalmente en su ausencia.

Con tal de encontrar si el microempresario se sentía indispensable dentro del negocio, se les preguntó si el negocio podía marchar normalmente en su ausencia, para lo cual el 63% contestó que sí. (Véase gráfica 20).



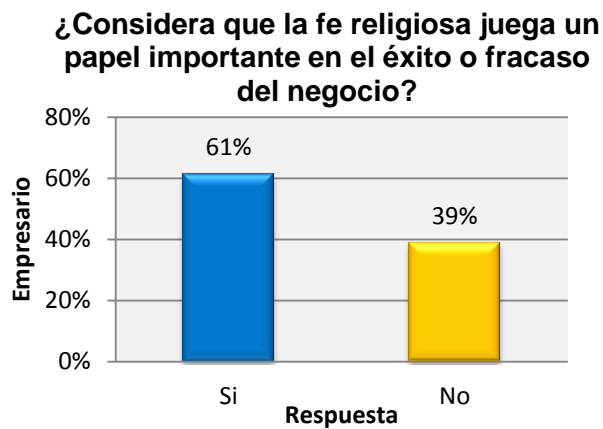
Gráfica 21. Porcentaje de personas que se ocupan de todas o la mayoría de las funciones dentro de su negocio.

La mayoría de los microempresarios mencionaron que no se ocupan de todas las funciones dentro de la empresa, sin embargo, la cifra de personas que hacen todo dentro de su negocio es alta, pues representa un 45% del total de encuestados. (Véase gráfica 21).



Gráfica 22. Porcentaje de personas que se creen insustituibles en el negocio.

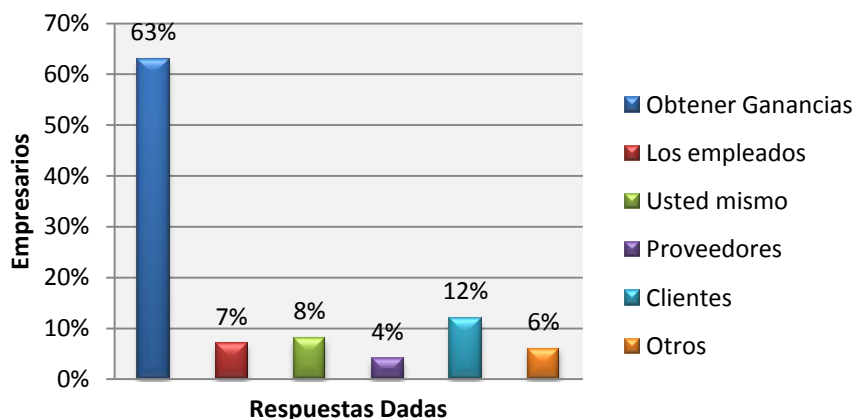
Del cien por ciento de los microempresarios, el 75% considera que hay alguien que pueda sustituirlo en sus funciones, mientras que el 25% restante consideran que sin ellos, el negocio pararía por completo. (Véase gráfica 22).



Gráfica 23. Porcentaje de personas que creen y no creen que influya la religión en el éxito o fracaso del negocio.

Con el objetivo de conocer si el microempresario era un hombre creyente de alguna religión, se les preguntó si ellos creían importante la fe religiosa para el éxito o fracaso del negocio, a lo cual, el 61% contestó que sí, mientras que el 39% contestó que no era importante. (Véase gráfica 23).

¿Qué es lo más importante para su negocio?

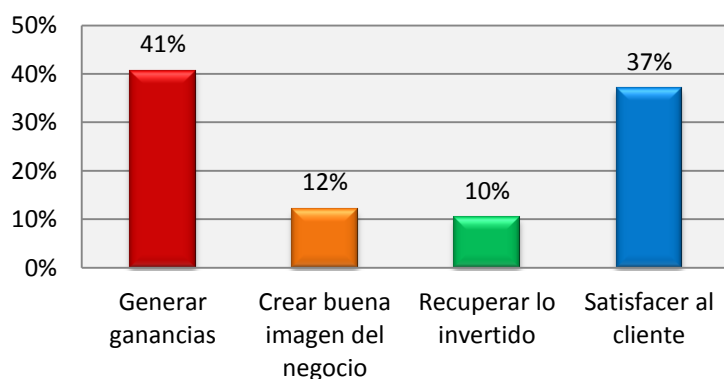


Gráfica 24. Lo más importante para las microempresas, según microempresarios.

Para conocer sobre qué gira la operación del negocio, se le preguntó al microempresario que si que era lo más importante para su empresa. El 63% contestó que obtener ganancias, el 7% dijo que los empleados, el 8% mencionó que ellos mismos eran los más importantes, el 4% indicó que los proveedores, mientras que un 6% mencionó otros factores. (Véase gráfica 24).

Dentro de la cuestión anterior, se encontró que de los 165 encuestados, solo 19 empresarios, es decir, un 12% del total, mencionó a los clientes como factor más importante de su negocio, estos pudieron registrarse dentro del apartado “otros” de la pregunta antepuesta.

¿Qué espera usted con la venta de sus productos o servicios?

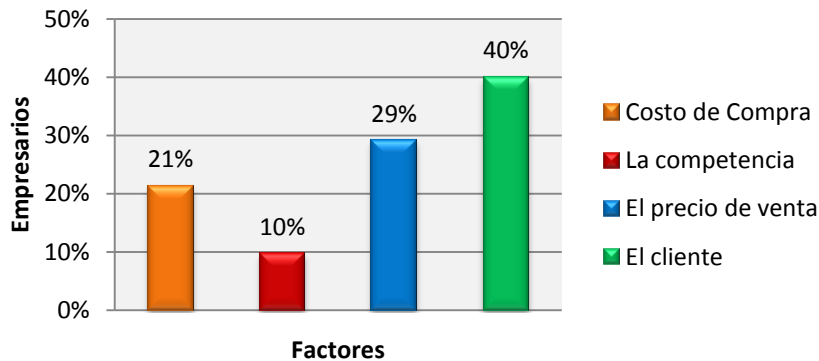


Gráfica 25. Lo que se espera con la venta de los productos y servicios de la empresa.

Se le preguntó al empresario, qué espera con la venta de sus productos o servicios, a lo cual el 41% contestó obtener ganancias, el 12% mencionó crear

buena imagen del negocio, un 10% dijo recuperar lo invertido y el 37% satisfacer al cliente. (Véase gráfica 25)

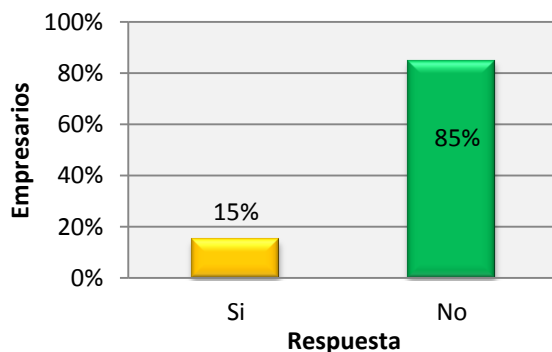
¿Qué es lo que considera a la hora de ofrecer un bien o un servicio a la sociedad?



Gráfica 26. Lo que piensan los microempresarios cuando ofrecen un bien o servicio a la comunidad.

A la hora de ofrecer un bien o un servicio a la comunidad, un microempresario considera varias cosas, entre las cuales un 21% señaló que consideran el costo de compra, un 10% considera los productos o servicios que ofrece la competencia, un 29% piensa en el precio que puede vender dicho bien, y un 40% dice pensar en el cliente. (Véase gráfica 26).

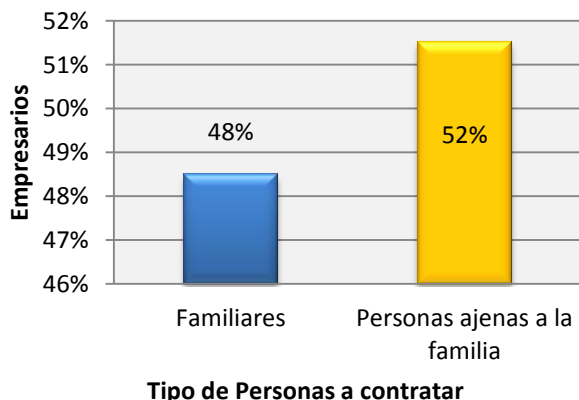
¿Cerraría su negocio si se le presenta la oportunidad de trabajar como asalariado?



Gráfica 27. Porcentaje de personas que cerrarían su negocio por un trabajo como asalariado.

El 85% de las personas encuestadas, mencionó que no dejarían su negocio por trabajar como asalariado, mientras que 25 personas equivalente a un 25% indicó que si cerrarían su negocio por un trabajo de ese tipo. (Véase gráfica 27).

Si requiriera contratar empleados, ¿A qué tipo de personas contrataría?



Gráfica 28. Porcentaje de empresarios que contratarían a su familia o ajenos a ella.

Se le preguntó al microempresario que si se viera en la necesidad de contratar empleados, a qué tipo de personas contrataría. A lo cual el 52% respondió que a personas ajenas a la familia, mientras que el 48% mencionó que contrataría a personas de la familia. (Véase gráfica 28, tabla 1 y 2).

Tabla 4.2

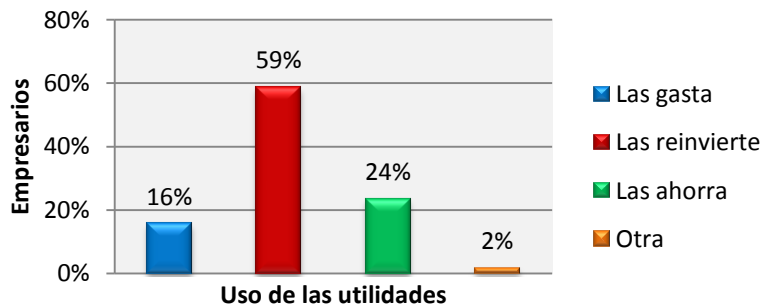
Razones para contratar a la familia (según empresarios)		
Razón	No. de empresarios	Porcentaje
Confiabilidad	56	34%
Por ayudar a la familia	7	4%
otras	16	10%

Tabla 4.3

Razones para contratar personas ajenas a la familia (según empresarios)		
Razón	No. de empresarios	Porcentaje
Familia Conflictiva	65	39%
Mas responsables	14	8%
otras	7	5%

Tabla 1 y 2. Razones más comunes mencionadas por los microempresarios para contratar a personas de la familia o ajenas a la misma.

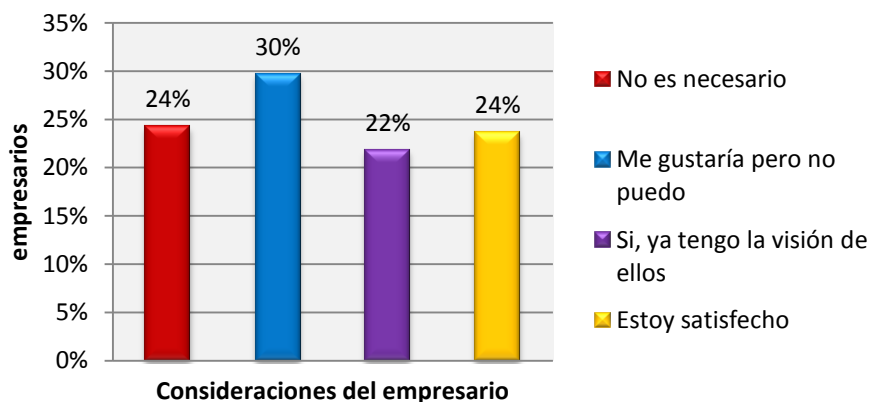
¿Cómo maneja sus utilidades?



Gráfica 29. Distintas formas en que un empresario maneja sus utilidades.

Se cuestionó al microempresario cómo es que maneja sus utilidades, para lo cual, el 59% contestó que las reinvierten, el 24% las ahorra, el 16% las gasta y el 2% la utiliza de alguna otra manera. (Véase gráfica 29).

¿Le gustaría desarrollar otro negocio?



Gráfica 30. Lo que opinan los microempresarios sobre la creación de otro negocio.

En cuanto a si al empresario le gustaría desarrollar o crear más negocios, se tuvo una respuesta muy pareja en las diversas opciones. Un 24% dijo que no es necesario crear otro negocio, un 30% le gustaría más sin embargo no pueden, un 22% si le gustaría y ya tienen la visión de ellos y un 24% dice estar satisfecho con su negocio. (Véase gráfica 30).

4.2. Discusión

El microempresario es de una edad adulta, oscila entre los 45 y 46 años en promedio. La mayoría de los microempresarios son hombres y son estos mismos los que normalmente se encargan de los micronegocios. El empresario de microempresas de Ciudad Obregón, es una persona que inicia su propio negocio entre la edad de 20 a 40 años; sin embargo, es más probable que comience su empresa entre los 20 y 30 años.

Los microempresarios que se establecen Ciudad Obregón son por lo regular nacidos en dicho lugar, existe una gran cantidad de empresarios que provienen de algún lugar del estado de Sonora o del país mexicano, sin embargo los oriundos de la ciudad predominan. Los microempresarios de Ciudad Obregón tienden a ser hombres casados, algo que suena bastante lógico por la edad promedio determinada.

Regularmente el hombre o mujer microempresario son personas que desarrollan y fundan su negocio por sí mismos, con un capital menor a los \$20,000, el cual va por parte de ellos mismos, es decir, sale de sus propios bolsillos. No son precisamente unas personas preparadas académicamente, estudian por lo regular hasta el bachillerato o niveles inferiores.

Tratan de evitar los créditos bancarios o préstamos del gobierno, tratan de iniciar su negocio con su propio dinero, quizá sea una forma de evitar riesgos. No se establecen en sociedad, por lo regular, el microempresario crea su negocio de manera individual, en otras palabras, en persona física.

Mayormente los microempresarios tienen una orientación más fuerte hacia la actividad comercial, es decir, a la compra venta de productos sin modificarlos. La mayoría de los microempresarios optan por este tipo de negocio. Generalmente, las personas que desarrollan su propio negocio tienen poca experiencia en el giro de su microempresa, cuando mucho tres años son suficientes para un

Obregonense para establecer su negocio. Inclusive, es muy común que varias personas comiencen su negocio sin tener experiencia alguna en ello.

Lo que más mueve a los microempresarios de Ciudad Obregón a establecer su propio negocio son el obtener mejores ganancias y tener independencia laboral. Normalmente los microempresarios de la ciudad se concentran en un solo negocio, y viven de este mismo. A muchos empresarios les gustaría desarrollar otro negocio pero no pueden; una causa de ello puede ser que la mayoría le dedica tiempo completo a un negocio, bloqueando de esta manera cualquier sueño de generar una segunda empresa.

El microempresario de Ciudad Obregón proviene de una familia que también tiene empresas. El bajo nivel académico que presentaron los empresarios hace suponer que la idea de desarrollar un negocio propio deriva de una cultura familiar y no de enseñanzas académicas. El emprendedurismo es algo que va aprendiendo en familia, y lo toma como ejemplo a la hora de crear su propio camino.

No existe en los empresarios un conocimiento seguro de su entorno. Tienen poco conocimiento de su competencia, así como de los mismos clientes. De igual manera, están un poco desorientados sobre sus propias fortalezas, les cuesta trabajo identificar en qué son mejores que la competencia.

No se creen indispensables en su negocio, tienen confianza en que otro más puede sacar el trabajo. Comparte en buena forma las actividades dentro de la microempresa.

El microempresario no le da la debida importancia al factor cliente, tienen un enfoque más centralizado a la obtención de ganancias (utilidades). Olvidan que los clientes generan ganancias y no al revés.

Los microempresarios de Ciudad Obregón son personas que no dejarían su negocio fácilmente, les gusta tener su propia fuente de trabajo y no lo cambiarían aun por un salario estable y seguro.

Esta muy compartida la situación en cuanto a contratar a personas ajenas a la familia o ajenas a la misma. La mayor parte prefiere a los ajenos a la familia, pues consideran que los miembros familiares llegan a ser conflictivos. Sin embargo, casi la misma proporción, tiene una mentalidad totalmente distinta, pues prefieren a personas de la familia en su negocio, por ser estos más confiables.

Quizá el revisar las gráficas no deje en claro cómo es el microempresario de Ciudad Obregón, por tal motivo, es conveniente la realización de una ficha técnica, en donde se detallan las principales características de los emprendedores y así, poder generar un concentrado sencillo y totalmente resumido de toda la investigación con el fin de facilitar la comprensión del lector. (Véase Apéndice 4).

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el siguiente capítulo se muestran las conclusiones a las cuales se ha llegado con la obtención de datos y generación de resultados tras el análisis correspondiente. Asimismo incluye las recomendaciones para que la presente investigación tome la importancia debida y oriente a los microempresarios a optar mejores conductas y formas de trabajar.

5.1. Conclusiones

En términos de género, se puede constatar que en la actualidad, los hombres son los que desarrollan y manejan un mayor número de microempresas, esto quizá por cuestiones del mismo estereotipo de género que existe en la sociedad. No obstante esto no tiene porque ser así, pues la mujer posee las mismas capacidades que un hombre, las cuales debe saber explotarlas y animarse a cubrir un poco mas de terreno empresarial.

La educación no es algo necesario para empezar a emprender un negocio, obviamente, entre más preparación académica y grado de especialidad tenga un

individuo es mucho mejor, pues tiene un mayor fundamento para manejar un negocio, no obstante, no es algo indispensable para poner en marcha una microempresa, solo basta un poco de experiencia y conocimiento del giro al que se va dedicar.

La familia es un apoyo fundamental para los microempresarios, es muy común que las personas que emprenden su propio negocio tienen ascendencia empresaria. Esto indica que muy probablemente la actividad empresarial es algo que se va aprendiendo en familia y que se supone, se toma como ejemplo a la hora de empezar a construir un camino de manera independiente.

El capital propio es vital para que un microempresario comience su negocio, simplemente estas personas evitan los créditos o préstamos que ayuden a financiar su actividad. Esto ayuda a suponer que estas personas no les gusta estar endeudadas y solo crean su empresa si cuentan con los recursos necesarios para ello.

Las personas que crean su negocio están destinadas a estar en él la mayor parte de su tiempo. A los microempresarios les gusta estar involucrados en las actividades de su empresa, tanto así, que estos se centran en un solo negocio, y ven imposible construir uno nuevo por falta de tiempo. La razón de que un empresario este metido en su empresa tanto tiempo puede derivarse de la poca confianza que éste tiene para delegar responsabilidades, o bien, para cerciorarse de que todo resulte como él lo desea.

Al microempresario no le gusta rendir cuentas, tal hecho se puede inferir por que estas personas prefieren ampliamente establecerse de manera individual, es decir en persona física. Asimismo, esto puede comprobarse porque a través del estudio se determinó que el principal factor para ser empresario fue el deseo de ser independientes.

5.2. Recomendaciones

Una vez conocidas las conclusiones a las cuales se llegó en base a los resultados obtenidos con la investigación, llega el momento de hacer recomendaciones necesarias para mejorar algunos aspectos del microempresario de Ciudad Obregón. Asimismo, se señalan las recomendaciones pertinentes para aquellas personas que deseen realizar un estudio similar.

El microempresario de Ciudad Obregón de entrada tiene que involucrarse y conocer más su macro y micro entorno. Es necesario que tenga identificadas tanto sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de su negocio, Esto con la intención de que se pueda explotar los factores con mayor potencial en la empresa y esta a su vez tenga un desempeño óptimo.

Debe de darse un valor significativo al cliente, se debe comprender que el cliente es lo que hace girar al negocio y lo que le da sentido a las operaciones de la empresa. No se puede generar ganancias sin tener clientes, por ello, es importante que el microempresario tenga un mayor enfoque en el cliente y hacer las cosas tratando de beneficiar o hacer sentir bien a este mismo, para que de tal forma, el negocio tenga asegurado un ciclo mayor de vida.

Los microempresarios deben de tener mentalidades *“más empresarias”*, es decir, pensar que no hay límites ni barreras para sus intenciones. Muchos de los encuestados quieren desarrollar un negocio pero no pueden, por ello, el empresario debe tener imaginación y buscar la manera de cumplir ese gusto.

No es necesario tener dinero propio para establecer un negocio. Si bien es cierto que entre menos deudas es mejor, también es cierto que recurrir a un crédito financiero o apoyo gubernamental es de gran ayuda y dan ese empuje para el desarrollo de nuevas empresas. Hay que arriesgarse un poco más, si no hay suficientes recursos propios es bueno pedir ayuda, el caso es no quedarse con las ganas de armar una microempresa.

Debido al nivel académico registrado en la investigación, sería bueno que el microempresario se preparara en alguna ciencia económica - administrativa por el bien de su negocio. No precisamente una licenciatura, pero sí sería positivo tomar algún curso sobre alguna rama de la administración, economía, finanzas, etc., para que estas personas tengan un mayor conocimiento de cómo manejar su negocio y generar estrategias para enfrentar diversas situaciones.

En cuanto a investigaciones futuras relacionadas con el tema, es importante considerar el factor tiempo, pues llevar a cabo entrevistas a los microempresario parece ser tarea sencilla, sin embargo toma mucho tiempo poder conseguir una entrevista con alguno de ellos, ya sea porque se encuentra ocupado o porque simplemente no se está presente en la empresa. Por ello, es bueno que una investigación de este estilo tenga un tiempo considerable de entrega.

De igual manera es conveniente señalar la importancia de establecer una ruta de recorrido, pues se reducen considerablemente el tiempo, el costo y el esfuerzo por parte de los encuestadores. Se debe de pensar en rutas donde haya una concentración alta de sujetos de estudio para la investigación.

Asimismo, es recomendable que este estudio se aplique en una muestra mayor, para corroborar los resultados obtenidos en la presente investigación.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, S. (2007), *“Administración de pequeñas empresas”*, segunda edición, editorial Mc Graw Hill, México, p.p. 12-60.

BARROW, C. (1996), *“La esencia de la administración de pequeñas empresas”*, primera edición, editorial Prentice-Hall, México, p.p. 120-140.

GARZA, J. (2000), *“Administración Contemporánea”*, segunda edición, editorial Mc Graw Hill, México, p.p. 65.

HERNÁNDEZ, S. (2006), *“Introducción a la administración”*, cuarta edición, editorial Mc Graw Hill, México, p.p. 60-75.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI) (2009), censos económicos, *“resultados de las micro, pequeña, mediana y grande empresa a nivel nacional”*
http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/mon_o_micro_peque_mediana.pdf

LAMBING, P. y KOEHL, C. (1998), *“Empresarios pequeños y medianos”*, primera edición, editorial Prentice-Hall, México, p.p. 45-75.

LE VAN, G. (1999), *“Guía para la supervivencia de la empresa familiar”*, primera edición, editorial Deusto, España, p.p. 102-110.

LONGENECKER, J., MOORE, C., PETTY, J., PALICH, L., (2006), *“Administración de pequeñas empresas”*, décima tercera edición, editorial Thomson, México, p.p. 80-91

MÉXICO EMPRENDE, (2009) “¿Qué es una microempresa?”
http://www.mexicoemprende.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=49&Itemid=74

MÜNCH, L. (2010), “*Fundamentos de Administración*”, tercera edición, editorial Trillas, México, p.p. 25-41.

NEUBAUER, F. (1999), “*La empresa familiar, cómo dirigirla para que perdure*”, primera edición, editorial Deusto, España, p.p. 148.

REYES, A. (2003), “*Administración Moderna*”, segunda edición, editorial Limusa, México, p.p. 45-60.

RODRÍGUEZ, J. (1998), “*Cómo administrar pequeñas y medianas empresas*”, cuarta edición, editorial Ecafesa, México, p.p. 22-34.

RODRÍGUEZ, J. (2002), “*Administración de las pequeñas y medianas empresas*”, quinta edición, editorial Thomson, México, p.p. 33-60.

SACO, R. y MAZZA, M., (2004), “*Aprender a crear una microempresa*”, primera edición, editorial Paidós Ibérica, España, p.p. 160-163.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA, (2009) “*estratificación de las empresas*”
[http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SE/Acuerdos/2009/30062009\(1\).pdf](http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PE/APF/APC/SE/Acuerdos/2009/30062009(1).pdf).

SECRETARÍA DE ECONOMÍA, (2010) “*tipos de empresas*”
<http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas>

SECRETARÍA DE ECONOMÍA, (2010) “¿Qué son los *emprendedores*?”
<http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas>

WRIGHT, H.,(1993), "*La guía de los pequeños negocios*", primera edición, editorial Mc Graw Hill, México, p.p. 41-72.

APÉNDICES



INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
Educar para Trascender

APÉNDICE 1 (ENCUESTA FINAL)

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA
DIRECCIÓN CIENCIAS ECONOMICO ADMINISTRATIVAS

CUESTIONARIO

Objetivo: Generar datos cuantitativos y cualitativos sobre el perfil del microempresario de Ciudad Obregón Sonora.

Instrucciones: marque la opción que corresponda a su caso con una "X", dentro del paréntesis y complete la información solicitada.

1. Edad _____ Sexo: () Mujer () Hombre

2. ¿Qué edad tenía cuando comenzó su negocio?

- Menos de 18 años
- De 19 a 30 años
- De 31 a 40 años
- De 41 a 50 años
- Más de 51 años

3. Lugar de nacimiento _____

4. ¿Por qué razón decidió establecer un negocio en Ciudad Obregón?

- () Es más barato producir o vender el producto o servicio en la ciudad.
- () La condiciones económicas de la ciudad.
- () Detectó una necesidad en los habitantes de la ciudad.
- () Otra. Especifique _____

5. ¿Cuál es su estado civil?

- () Soltero () Casado

6. ¿La empresa está a cargo de hombre o mujer?

- () Hombre ¿Por qué? _____
- () Mujer ¿Por qué? _____

7. ¿Es usted el fundador de la empresa?

- () Si
- () No ¿Quién fue? _____

8. indique la forma jurídica de la empresa:

- () Persona física
- () Persona Moral

9. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios?

- Primaria
- Secundaria
- Preparatoria
- Especialidad
- Carrera Técnica ¿Cuál? _____
- Licenciatura ¿Cuál? _____
- Maestría ¿Cuál? _____
- Doctorado ¿Cuál? _____

10. ¿Cuál es la antigüedad de su negocio?

- De 1 a 4 años
- De 5 a 8 años
- De 9 a 12 años
- Más de 12 años.

11. ¿Cuál es el giro de su negocio?

- Industrial (*producción de bienes a partir de la transformación de materiales*).
- Comercio (*compra y venta de productos sin modificarlos*).
- Servicios (*venta de servicios, algo que no puede tocarse ni verse*).

12. ¿Qué experiencia tenía en el giro del negocio al momento de crear su empresa?

- Sin experiencia
- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- De 4 a 6 años
- Más de 6 años

13. ¿Qué factores influyeron en usted para crear su negocio?

- Obtener mejores ganancias
- Tener independencia
- Contribuir con algo a la sociedad.
- Escapar de una mala situación
- Otros ¿Cuáles? _____

14. ¿Con qué capital inició la empresa?

- Menos de \$ 20,000.00
- De \$ 21,000.00 a \$ 40,000.00
- De \$ 41,000.00 a \$ 60,000.00
- De \$ 61,000.00 a \$ 80,000.00
- Más de \$ 80,000.00

15. ¿Cuál fue el origen del capital?

- Capital propio
- Préstamo de familiares
- Préstamo de amigos
- Apoyo gubernamental
- Crédito bancario
- Capital extranjero

16. ¿Tiene algún otro negocio?

- Si ¿En qué giro? _____
 No

17. En caso de que haya cerrado algún otro negocio, ¿cuáles fueron las causas de su cierre? : _____

18. Su familia (padres, hermanos, tíos) ¿Tienen empresas?

	SI	NO	GIRO
PADRES			
HERMANOS			
TIOS			

19. ¿Cuánto tiempo le dedica a su empresa?

- Parcial Completo

20. ¿En qué se diferencia su negocio con el de la competencia?

- El producto es de mejor calidad
 Mi servicio al cliente es superior
 Aplico mas valores en la empresa
 Otros mencione: _____

21. Sus clientes lo prefieren por:

- Características del producto que ofrece
 El servicio al cliente
 Precios que maneja
 Otros ¿Cuáles son? _____

22. En su ausencia, ¿El negocio puede marchar normalmente?

- Si
 No

23. ¿Usted se ocupa de todas o la mayoría de las funciones dentro de la empresa?

- Si
 No

24. ¿Considera que nadie es capaz de realizar sus funciones dentro de la empresa?

- Si
 No

25. ¿Considera usted que la fe religiosa juega un papel importante en el éxito o fracaso del negocio?

- Si
 No

26. ¿Qué es lo más importante para su empresa?

- Obtener ganancias
 Los empleados
 Usted mismo
 Proveedores
 Otros. Mencione: _____

27. ¿Qué espera usted como empresario, con la venta de sus productos y/o servicios?

- Generar Ganancias
 Crear buena imagen del negocio
 Recuperar lo invertido
 Satisfacer al cliente

28. Defina en palabras clave el comportamiento típico de su cliente:

29. ¿Qué es lo que usted considera a la hora de ofrecer un bien o servicio a sus clientes?

- El costo de los materiales
 Los productos o servicios de la competencia
 El precio en el cual usted puede venderlo
 En el cliente mismo

30. ¿Usted cerraría su negocio si se le presenta la oportunidad de trabajar como asalariado en un puesto estable?

- Si
 No

31. Si usted requiriera empleados para su negocio, ¿a qué personas desearía contratar?

- Personas de la familia ¿Por qué? _____
 Personas ajenas al negocio ¿Por qué? _____

32. ¿Cómo maneja sus utilidades (ganancias)?

- Las gasta
 Las reinvierte
 Las ahorra
 Otra _____

33. ¿Le gustaría desarrollar y crear más negocios?

- No es necesario
 Me gustaría pero no puedo
 Sí, ya tengo la visión de ellos
 Estoy satisfecho con mi negocio

APÉNDICE 2 (PRUEBA PILOTO)

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA DIRECCIÓN CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS

CUESTIONARIO

Objetivo: Generar datos cuantitativos y cualitativos sobre el perfil del microempresario de Ciudad Obregón Sonora.

Instrucciones: marque la opción que corresponda a su caso con una "X", dentro del paréntesis y complete la información solicitada.

1. Edad _____ Sexo: () Mujer () Hombre

2. ¿Qué edad tenía cuando comenzó su negocio?

- Menos de 18 años
- De 19 a 30 años
- De 31 a 40 años
- De 41 a 50 años
- Más de 51 años

3. Lugar de nacimiento _____

4. ¿Cuál es su estado civil?

- () Soltero
- () Casado

5. ¿La empresa está a cargo de hombre o mujer?

- () Hombre ¿Cuántos? _____
- () Mujer ¿Cuántos? _____

6. ¿Es usted el fundador de la empresa?

- () Si
- () No ¿Quién fue? _____

7. indique la forma jurídica de la empresa:

- () Persona física
- () Persona Moral

8. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios?

- () Primaria
- () Secundaria
- () Preparatoria
- () Especialidad
- () Carrera Técnica ¿Cuál? _____
- () Licenciatura ¿Cuál? _____
- () Maestría ¿Cuál? _____
- () Doctorado ¿Cuál? _____

9. ¿Cuál es la antigüedad de su empresa?

- De 1 a 4 años
- De 5 a 8 años
- De 9 a 12 años
- Más de 12 años.

10. ¿Cuál es el giro de su empresa?

- Industrial
- Comercio
- Servicios

11. ¿Qué experiencia tenía en el giro del negocio al momento de crear su empresa?

- Sin experiencia
- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- De 4 a 6 años
- Más de 6 años

12. ¿Qué factores influyeron en usted para crear su negocio?

- Obtener mejores ganancias
- Tener independencia
- Contribuir con algo a la sociedad.
- Escapar de una mala situación
- Otros ¿Cuáles? _____

13. ¿Con qué capital inició la empresa?

- Menos de \$ 20,000.00
- De \$ 21,000.00 a \$ 40,000.00
- De \$ 41,000.00 a \$ 60,000.00
- De \$ 61,000.00 a \$ 80,000.00
- Más de \$ 80,000.00

14. ¿Cuál fue el origen del capital?

- Capital propio
- Préstamo de familiares
- Préstamo de amigos
- Apoyo gubernamental
- Crédito bancario
- Capital extranjero

15. ¿Tiene algún otro tipo negocio?

- Si ¿En qué giro? _____
- No

16. En caso de que haya cerrado algún otro negocio, ¿cuáles fueron las causas de su cierre? : _____

17. Su familia (padres, hermanos, tíos) ¿Tienen empresas?

	SI	NO	GIRO
PADRES			
HERMANOS			
TIOS			

18. ¿Cuánto tiempo le dedica a su empresa?

() Parcial () Completo

19. ¿En qué se diferencia su negocio con el de la competencia?

- () El producto es de mejor calidad
- () Mi servicio al cliente es superior
- () Aplico mas valores en la empresa
- () Otros mencione: _____

20. Sus clientes lo prefieren por:

- () Características del producto que ofrece
- () El servicio al cliente
- () Precios que maneja
- () Otros ¿Cuáles son? _____

21. En su ausencia, ¿El negocio puede marchar?

- () Si
- () No

22. ¿Usted se ocupa de todas o la mayoría de las funciones dentro de la empresa?

- () Si
- () No

23. ¿Considera que nadie es capaz de realizar sus funciones dentro de la empresa?

- () Si
- () No

24. ¿Considera usted que la fe religiosa juega un papel importante en el éxito o fracaso del negocio?

- () Si
- () No

25. ¿Qué es lo más importante para su empresa?

- () Obtener ganancias
- () Los empleados
- () Usted mismo
- () Proveedores
- () Otros. Mencione: _____

26. ¿Qué espera usted como empresario, con la venta de sus productos y/o servicios?

- Generar Ganancias
- Crear buena imagen del negocio
- Recuperar lo invertido
- Satisfacer al cliente

27. Defina en palabras clave el comportamiento típico de su cliente:

28. ¿Qué es lo que usted considera a la hora de ofrecer un bien o servicio a sus clientes?

- El costo de los materiales
- Los productos o servicios de la competencia
- El precio en el cual usted puede venderlo
- En el cliente mismo

APÉNDICE 3

JUSTIFICACIÓN DE CADA PREGUNTA

1. Edad y sexo del microempresario

Conocer el sexo y edad del microempresario para entender que género y que rango de edad es preponderante entre los micro emprendedores actualmente.

2. ¿Qué edad tenía cuando comenzó su negocio?

Esta pregunta pretende dar a conocer la edad promedio en la cual el microempresario de Ciudad Obregón comienza a desarrollar su propio negocio, y así, determinar el rango de edad apropiada para generar una microempresa.

3. Lugar de nacimiento

Aquí solo se pretende conocer el lugar de origen del microempresario de Ciudad Obregón, con la finalidad de determinar si los microempresarios de la ciudad son verdaderamente nativos de la región o vienen de otros lugares.

4. ¿Por qué razón decidió establecer un negocio en Ciudad Obregón?

Se pretende poner a prueba al microempresario, para conocer si tuvo una razón especial para establecer su negocio en la ciudad o solo se estableció por sus corazonadas.

5. ¿Cuál es su estado civil?

Conocer si el empresario es soltero a casado. Según varios autores, el matrimonio impulsa y beneficia al emprendedor, la meta de esta pregunta es conocer qué porcentaje de los microempresarios está casado.

6. ¿La empresa está a cargo de hombre o mujer?

Conocer que género es más común que se haga cargo de los micronegocios en la ciudad, si el masculino o el femenino, con la intención de verificar que tanta variación hay entre los dos sexos.

7. ¿Es usted el fundador de la empresa?

El objetivo de la pregunta es saber si la persona encargada de la empresa es fundadora de la misma o no. El objetivo de la pregunta es determinar un porcentaje de personas que desarrollan su negocio desde cero.

8. indique la forma jurídica de la empresa:

Se revisará la forma más común en la que los microempresarios constituyen sus negocios. Se analizará si estas personas prefieren establecerse por su cuenta o si prefieren fijarse en sociedad.

9. ¿Cuál es su nivel máximo de estudios?

El objetivo de la pregunta es determinar el grado de preparación académica que tiene el microempresario de la ciudad.

10. ¿Cuál es la antigüedad de su negocio?

Esta pregunta tiene un finalidad en particular, determinar si la información obtenida tras las encuestas proviene de negocios nuevos, de pocos o de muchos años de existencia en el mercado.

11. ¿Cuál es el giro de su negocio?

La pregunta brindará la oportunidad de conocer el giro por el cual optan más los microempresarios.

12. ¿Qué experiencia tenía en el giro del negocio al momento de crear su empresa?

Con esta pregunta se busca analizar qué grado de experiencia tenía el microempresario al momento de desarrollar su negocio.

13. ¿Qué factores influyeron en usted para crear su negocio?

Analizar el factor más común que orillan a las personas emprender sus propios negocios.

14. ¿Con qué capital inició la empresa?

Conocer con cuantos recursos inician las personas sus propios negocios.

15. ¿Cuál fue el origen del capital?

Determinar de dónde proviene, o cual es el origen del recurso financiero para comenzar a operar. De donde obtienen los microempresarios el dinero para iniciar sus actividades.

16. ¿Tiene algún otro negocio?

Conocer si el microempresario tiene otro negocio o simplemente tiene uno. La idea es conocer si el microempresario aprovecha diversas oportunidades de crear negocio.

17. En caso de que haya cerrado algún otro negocio, ¿cuáles fueron las causas de su cierre?

Conocer las causas por las cuales haya cerrado algún negocio, en dado caso de que aplique.

18. Su familia (padres, hermanos, tíos) ¿Tienen empresas?

Determinar si el microempresario tiene antecesores empresarios, y determinar si este caso es fundamental para ser microempresario.

19. ¿Cuánto tiempo le dedica a su empresa?

Saber qué porcentaje de tiempo los microempresarios pasan dentro de sus empresas.

20. ¿En qué se diferencia su negocio con el de la competencia?

Conocer si el microempresario tiene conocimiento básico de su competencia y las principales ventajas que tiene sobre ella.

21. Sus clientes lo prefieren por:

Conocer si el microempresario conoce su principal virtud, eso por el cual, los clientes lo prefieren a él y no a la competencia.

22. En su ausencia, ¿El negocio puede marchar normalmente?

Saber si el microempresario considera que si él no está en el negocio, éste mismo no puede operar normalmente.

23. ¿Usted se ocupa de todas o la mayoría de las funciones dentro de la empresa?

Descubrir si el microempresario es un hombre orquesta, es decir, si realiza todas las operaciones de la empresa.

24. ¿Considera que nadie es capaz de realizar sus funciones dentro de la empresa?

Descifrar si el microempresario se siente el centro del universo, y que sin él, las cosas no resultan de la misma manera.

25. ¿Considera usted que la fe religiosa juega un papel importante en el éxito o fracaso del negocio?

Determinar si el microempresario es un hombre creyente de alguna fe religiosa o bien no lo es, y si cree que es fundamental para tener éxito en el negocio. Esta pregunta se originó tras la lectura de un artículo cuya fuente no es recordada; sin embargo llamó mucha la atención, pues mencionaba que los microempresarios fracasan porque le dejan todo el trabajo a Dios y no se preocupan por querer mejorar su propia empresa.

26. ¿Qué es lo más importante para su empresa?

Encontrar que es lo más importante para el microempresario para la permanencia de su negocio. Esta pregunta analizará qué parte de los microempresarios mencionan como factor más importante al *cliente*.

27. ¿Qué espera usted como empresario, con la venta de sus productos y/o servicios?

Conocer que espera a cambio el microempresario a través de la venta de sus bienes o servicios.

28. Defina en palabras clave el comportamiento típico de su cliente:

Analizar si el empresario conoce verdaderamente a su cliente y a su vez conocer lo que opina de este mismo.

29. ¿Qué es lo que usted considera a la hora de ofrecer un bien o servicio a sus clientes?

Conocer que es lo que piensa el empresario cuando se le ocurre vender algo a la sociedad, o bien, cuando inició sus operaciones.

30. ¿Usted cerraría su negocio si se le presenta la oportunidad de trabajar como asalariado en un puesto estable?

Conocer si el empresario abandonaría su negocio por un trabajo estable. Poner a prueba la estabilidad del empresario en su propia empresa.

31. Si usted requiriera empleados para su negocio, ¿a qué personas desearía contratar?

Saber en dado caso de que se llegará a requerir personal, que tipo de personas contrataría el microempresario. Si desea algún familiar o no, y porque razón.

32. ¿Cómo maneja sus utilidades (ganancias)?

Conocer que hace el microempresario con las ganancias obtenidas tras su operación.

33. ¿Le gustaría desarrollar y crear más negocios?

Conocer la capacidad visionaria del microempresario, así como los limitantes y conformismos que ellos mismos se ponen.

APÉNDICE 4

Ficha técnica sobre las características del microempresario de Ciudad Obregón Sonora

PERFIL DEL MICROEMPRESARIO DE CIUDAD OBREGÓN SONORA EL SIGUIENTE PERFIL CORRESPONDE A 165 EMPRESARIOS	
Sexo del propietario(a) del negocio:	El 60% son hombres.
Edad promedio de los microempresarios actuales:	Entre 45 y 46 años.
Edad de los microempresarios cuando inician su primer negocio:	Entre 19 y 30 años de edad
Lugar de origen:	Un 55% son de Ciudad Obregón Sonora.
Estado civil:	El 74% están casados
Sexo de la persona encargada de la administración del micronegocio:	El 61% de los negocios son manejados por Hombres
Forma en que inician su negocio:	Un 84% es fundador de su empresa.
Forma jurídica de constitución:	El 82% de las empresas se encuentran en el régimen de personas físicas.
Nivel de preparación académica:	El 65% de los microempresarios se encuentra entre los niveles básicos de educación (primaria, secundaria, preparatoria)
Giro de negocio por el que se opta:	El 55% de los microempresarios se dedican al giro comercial (<i>compra y venta de mercancía sin hacer ninguna modificación a la misma.</i>)
Años de experiencia en el giro del negocio al momento de abrir uno propio:	Un 27% de los encuestados no tuvo experiencia alguna cuando inició el negocio, 24% contaban con menos de un año de experiencia y un 25% de 1 a 3 años.
Principales factores que influyeron para ser microempresarios:	Independencia (42%), mejores ganancias (36%), escapar de una mala situación (oportunidad de mejorar su calidad de vida) (15%).
Cantidad de capital con el que iniciaron su negocio:	El 57% inició con un capital de \$20,000.00 ó menos.
Origen de ese capital:	El 57% de los empresarios iniciaron su negocio con recursos propios.
Los microempresarios tienen mas de una empresa:	Solo el 9% de los microempresarios cuentan con dos ó más negocios.
Los familiares de los microempresarios tienen empresas:	El 61% de los microempresarios provienen de familias que cuentan por lo menos con una empresa.
Tiempo dedicado a la microempresa:	El 81% dedica tiempo completo a su

	negocio.
Diferencian su negocio a través de:	El 50% diferencia su negocio a través del servicio al cliente.
Se ocupan de todas o la mayoría de las funciones de la empresa:	El 45% SI se ocupa de todas o la mayoría de las funciones de la empresa.
Se creen indispensables o creen que el negocio no marcha igual en su ausencia:	El 37% considera que el negocio NO marcha igual en su ausencia.
Creen que nadie es capaz de realizar sus funciones:	Solo un 25% afirman que nadie es capaz de realizar sus funciones en la empresa.
Son creyentes de alguna fe religiosa:	El 61% tiene una fe religiosa.
Lo más importante para ellos en su negocio es:	El 63% considera que lo más importante es obtener ganancias.
Dejarían de ser empresarios por trabajar como asalariados:	El 85% NO dejaría su negocio por trabajar como asalariado.
Tipo de personas que contratarían para su negocio:	El 52% prefiere contratar personas ajenas a la familia.
Forma en que maneja las utilidades:	El 59% de los microempresarios reinvierte sus utilidades.
Le gustaría emprender otro negocio:	Un 30%, si quisiera otro negocio pero consideran que no pueden. Mientras un 22% ya tienen la planeación de otro negocio.