



NECESIDADES Y USO DE SERVICIOS FINANCIEROS EN LAS MIPYMES MEXICANAS

Lecciones aprendidas de las unidades económicas en transición de micro a pequeña empresa.



Junio 2019

PREFACIO

Este estudio se hizo posible con fondeo de la Fundación MetLife en México. Agradecemos sinceramente este donativo y el apoyo recibido por parte de Prodesarrollo, Finanzas y Microempresa, A.C. y CO_Plataforma de Investigación Generativa, A.C. para la realización de este proyecto, al igual que el acompañamiento de Disruptivo TV en la amplia difusión de los resultados.

Nuestro especial agradecimiento es para las propietarias y los propietarios de las empresas que participaron en la investigación, que nos abrieron sus puertas y nos permitieron aprender sobre sus operaciones y vidas financieras.

Esperamos poder contribuir con este estudio al fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas en México como fuente de empleo, ingreso y bienestar para muchas familias en el país.

CDMX, Junio 2019

Ursula Heimann

SOLLIV – Constructing Opportunities for Solid Livelihoods, S.C.

ÍNDICE



1. Resumen ejecutivo

2. Objetivos y metodología

3. El segmento en transición entre micro y pequeña empresa

3.1 Datos estadísticos

3.2 Las empresas participantes en el estudio

4. Necesidades financieras y uso de servicios financieros en el segmento

4.1 Nivel básico de inclusión financiera alcanzada

4.2 Bajo uso del crédito formal



4.3 Uso de tecnología móvil es común

4.4 Bajo uso de seguros

4.5 Prácticas financieras enfocadas a un manejo eficiente de los recursos



4.6 Visión a futuro y servicios financieros deseados

5. Conclusiones

Recomendaciones para generar servicios financieros y fortalecimiento adecuado para el segmento en transición

1. RESUMEN EJECUTIVO

En México existen alrededor de 4.2 millones de micro y pequeñas empresas, que constituyen 99,8% del total de las unidades económicas del país. Las micro empresas representan 95.4% del total de unidades económicas del país. Aún si a estas empresas se tienden a ver como un conjunto homogéneo – las llamadas MiPymes – se trata de un sector sumamente heterogéneo en términos de tamaño, giros, grados de formalidad, productividad, nivel de innovación y también en cuanto a su grado de inclusión financiera.

El análisis de las estadísticas generadas principalmente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, muestra que existe un segmento en transición entre micro y pequeña empresa, que incluye alrededor de 266,000 unidades económicas en el país. Para este segmento actualmente existe solamente una muy limitada oferta de servicios financieros debido a que no es atendido por las instituciones financieras enfocadas al micro crédito y tampoco por parte de las instituciones financieras enfocadas a empresas de pequeñas y medianas. A la vez se puede constatar que hay poca información sobre las características,

costumbres y necesidades financieras de este segmento en transición entre micro y pequeña empresa.

Para conocer con mayor detalle las necesidades y los hábitos financieros en las unidades del segmento en transición se trabajó durante 9 meses en campo con 20 empresas en el centro de la República. Los resultados del estudio permiten formular una serie de lecciones aprendidas y recomendaciones que pueden servir como base para el diseño de medidas de apoyo específicos y servicios financieros adecuados para el segmento de unidades económicas en transición entre micro y pequeña empresa.

LECCIÓN APRENDIDA 1:

Es fundamental, entender la heterogeneidad de las Mipymes mexicanas para atenderlas de manera por un lado relevante para ellas y por otro lado redituable para los ofertantes de servicios financieros. El segmento muestra características específicas que lo ubica entre las micro y las pequeñas empresas.

LECCIÓN APRENDIDA 2:

Los empresarios y las empresarias del segmento manejan valores importantes que marcan sus decisiones operativas y financieras.

LECCIÓN APRENDIDA 3:

Las empresas del segmento en gran medida están incluidas financieramente en un nivel básico, por el uso de servicios de pagos formales.

LECCIÓN APRENDIDA 4:

El segmento en su mayoría no busca obtener crédito de una institución financiera.

LECCIÓN APRENDIDA 5:

El uso de tecnología y servicios móviles es una práctica común en el segmento.

LECCIÓN APRENDIDA 6:

Los empresarios y las empresarias se interesan por seguros, pero sienten que les falta conocimiento para escoger y usarlos adecuadamente.

LECCIÓN APRENDIDA 7:

Los empresarios y las empresarias enfocan sus prácticas financieras a un uso eficiente y responsable de sus recursos, pero quieren saber y aprender más.

Los resultados del estudio y las lecciones aprendidas permiten formular recomendaciones para la atención de las unidades económicas en transición entre micro y pequeña empresa con servicios financieros adecuados para ellos. Las recomendaciones se centran en los siguientes aspectos:

- Ofrecer atención específica
- Respetar y generar relación de largo plazo
- Ofrecer créditos adecuados y reducir trámites
- Ofrecer seguros prioritarios
- Contribuir conocimiento y capacitación
- Establecer una relación de largo plazo en vez de colocar productos

En México existen alrededor de 4.2 millones de micro y pequeñas empresas, que constituyen 99,8% del total de

2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

las unidades económicas del país. Únicamente 8,691, es decir, el 0.2%, de las unidades económicas del país son empresas clasificadas como grandes. Las micro empresas representan 95.4% del total de unidades económicas del país, 3.6% son empresas pequeñas y 0.8% medianas. Las Mipymes en su conjunto generan alrededor del 52% del Producto Interno Bruto y del 72% de los empleos.

Aún si a estas empresas se tienden a ver como un conjunto – las llamadas Mipymes – se trata de un sector sumamente heterogéneo en términos de tamaño, giros, grados de formalidad, productividad, nivel de innovación y grado de inclusión financiera.

En México, la inclusión financiera se define como el acceso y uso de servicios financieros formales bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades de todos los segmentos de la población. Las barreras a la inclusión financiera tienen su origen en problemas tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. De ahí la importancia

de estudiar a profundidad ambas dimensiones.

El objetivo del presente estudio es generar datos sobre las micro, pequeñas y medianas empresas en México, que permiten distinguir segmentos diferentes, identificar sus costumbres y necesidades financieras, y entender el uso que actualmente dan a servicios financieros formales. Con ello se aporta información valiosa como base para mejorar la oferta de servicios financieros adecuados para las Mipymes mexicanas.

La investigación se ha desarrollado en dos etapas en los años 2017 y 2018. En una primera fase se llevó a cabo un análisis de las fuentes estadísticas generadas por el INEGI y otras instituciones públicas y privadas reconocidas. Con base en ello se realizó un ejercicio de segmentación de las Mipymes, identificando un segmento importante en la línea divisora entre micro y pequeña empresa. Este segmento lo hemos llamado el “segmento en transición” porque muchas de sus unidades económicas presentan características de micro empresas y a la vez se asemejan, por su estructura,

¹Política Nacional de Inclusión Financiera, Ciudad de México, Junio 2016.

²Entre ellos los Censos Económicos 2014, la ENAMIN 2012, la ENAPROCE 2015, etc. Para una bibliografía detallada ver el reporte de investigación detallado.

sus mercados y sus operaciones, a las pequeñas empresas en el país.

De hecho, el estudio demuestra que en este segmento se materializa el cambio de la microempresa de sobrevivencia a empresas con una mayor estabilidad, mayor inversión, más activos fijos y con un volumen de ventas anuales más cercano al límite inferior de las empresas pequeñas. El segmento emplea 10,7% de las personas formalmente ocupadas en el país y de esta forma contribuye de manera importante al tejido económico y social en las regiones. No obstante, muchas empresas de este segmento se encuentran solamente parcialmente incluidas financieramente. Aun no existe una oferta de servicios financieros amplia y adecuada para estas empresas y sus dueños, debido entre otros a que existe poca información sobre sus características, costumbres y necesidades financieras. En la segunda parte del estudio se acompañó a una muestra cualitativa de 20 empresas con 6 a 15 personas ocupadas durante nueve meses para conocer sus necesidades, preferencias y hábitos financieros para entender de que forma resuelven sus operaciones

e inversiones financieras. Por medio de estas entrevistas se buscó conocer a las empresas con respecto a sus productos, estructura organizacional, operaciones, necesidades financieras, uso de servicios financieros, toma de decisión, etc. A la vez las entrevistas se aplicaron con un lapso de 2 a 3 meses entre cada una, con el fin de captar situaciones financieras importantes que pudieran surgir en diferentes momentos del año y analizar las decisiones financieras y de uso de servicios financieros que los dueños tomaron en esos momentos. Bajo esta óptica el estudio cualitativo consistió en tres intervenciones directas con las empresarias y los empresarios de las empresas participantes. La metodología utilizada para este estudio permite captar la complejidad de la vida financiera de la población a estudiar, al tiempo que es “suficientemente sistemática en la recopilación de datos para evitar que [se le descarte] por tratarse de una serie de anécdotas”.

Para diseñar de manera precisa las herramientas de análisis se han identificado etapas principales, por las cuales atraviesa la vida financiera de las empresas, especialmente constitución,

inicio de operaciones, operaciones continuas, decaimiento o crecimiento, sucesión o cierre. En cada una de las tres entrevistas aplicadas se abordan estas etapas de la vida financiera bajo diferentes perspectivas.

De esta forma se generó información valiosa y se formularon lecciones aprendidas y recomendaciones, cuyo objetivo es sensibilizar las instituciones financieras para este segmento de empresas, contribuir a mejorar la oferta de servicios financieros para ellas y promover su uso, además de eliminar barreras de entrada al sistema financiero formal.

A la vez los resultados del estudio permiten formular futuras necesidades de investigación para entender este segmento de manera aún más precisa, visualizando además estudios e investigaciones aplicadas, que pueden servir un análisis y entendimiento similar de otros segmentos desatendidos de las MiPymes mexicanas.

Los resultados del estudio se resumieron de forma detallada en un reporte de investigación completo. El presente

reporte resumido ofrece una versión práctica de los resultados, las lecciones aprendidas y las recomendaciones para atender a este segmento con servicios financieros adecuados a sus necesidades y preferencias. De esta forma se busca contribuir información, que permite eliminar barreras de entrada y promover el uso de servicios financieros formales, que sean relevantes para los empresarios y ayuden a las instituciones financieras a generar modelos de negocio rentables.



³Daryl Collins, Jonathan Morduch, Stuart Rutherford y Orlanda Ruthven. Las Finanzas de los Pobres. Ed. Random House Mondadori, 2011, pág.4.

3. EL SEGMENTO EN TRANSICIÓN

ENTRE MICRO Y PEQUEÑA
EMPRESA

3.1 DATOS ESTADÍSTICOS

Las empresas en México se clasifican, según los criterios de la Secretaría de Economía, en cuatro segmentos principales: empresas grandes, medianas, pequeñas y micro empresas. Las últimas tres se aglutinan comúnmente bajo el término Mipymes, que de esta forma se aplica al 99,8% de las unidades económicas del país. Solamente un 0,2% de las empresas con consideradas “grandes”, es decir con más de 100 empleados.

A su vez el INEGI utiliza los criterios de estratificación publicados en el Diario Oficial de la Federación en 2002 que se basa en el número de empleados y el sector de actividad, marcando estratos estadísticos por rangos de 5, 10, 15, 20, etc. colaboradores.

Respecto al criterio de las ventas anuales que incluye la clasificación de la Secretaría de Economía se puede observar que no coincide de manera exacta con el criterio de colaboradores. El análisis estadístico mostró que hay empresas que por el número de colaboradores serían pequeñas empresas, pero cuyas ventas suman menos de 4 millones de pesos anuales. Igualmente puede haber empresas con

menos de 10 colaboradores, pero con más de 4 millones de pesos de ventas. Por lo mismo, en la presente investigación se distinguieron segmentos con base en los números de colaboradores que maneja el INEGI.

El análisis estadístico de las empresas mexicanas permite identificar un segmento ubicado entre la micro y la pequeña empresa. Estas unidades económicas cuentan con entre 6 a 15 personas ocupadas en ellas, en términos de las categorías de los Censos Económicos publicados por parte del INEGI.



Estratificación de empresas publicado por el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002			
Tamaño	Sector		
	Clasificación según el número de empleados		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeña	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediana	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100
Grande	de 251 en adelante	de 101 en adelante	de 101 en adelante

Tabla 1: Clasificación de empresas según Secretaría de Economía

Las empresas en México se clasifican, según los criterios de la Secretaría de Economía, en cuatro segmentos principales: empresas grandes, medianas, pequeñas y micro empresas. Las últimas tres se aglutinan comúnmente bajo el término Mipymes, que de esta forma se aplica al 99,8% de las unidades económicas del país. Solamente un 0,2% de las empresas con consideradas “grandes”, es decir con más de 100 empleados.

A su vez el INEGI utiliza los criterios de estratificación publicados en el Diario Oficial de la Federación en 2002 que se basa en el número de empleados y el sector de actividad, marcando estratos estadísticos por rangos de 5, 10, 15, 20, etc. colaboradores.

Respecto al criterio de las ventas anuales que incluye la clasificación de la Secretaría de Economía se puede observar que no coincide de manera exacta con el criterio de colaboradores. El análisis estadístico mostró que hay empresas que por el número de colaboradores serían pequeñas empresas, pero cuyas ventas suman menos de 4 millones de pesos anuales. Igualmente puede haber empresas

con menos de 10 colaboradores, pero con más de 4 millones de pesos de ventas. Por lo mismo, en la presente investigación se distinguieron segmentos con base en los números de colaboradores que maneja el INEGI.

El análisis estadísticos de las empresas mexicanas permite identificar un segmento ubicado entre la micro y la pequeña empresa. Estas unidades económicas cuentan con entre 6 a 15 personas ocupadas en ellas, en términos de las categorías de los Censos Económicos publicados por parte del INEGI.

El segmento en transición entre micro y pequeña empresa comprende 266,167 unidades económicas, según las cifras del año 2013, lo que representa el 6.3% del total de las unidades económicas en el país. Entre 2003 y 2013 el número de unidades económicas en este segmento pasó de 201,492 a 266,167 con una tasa de crecimiento de 32.1% en el periodo.

El segmento “en transición” entre micro y pequeña empresa en cifras de los Censos Económicos del año 2014 da empleo a 2,308,338 personas, lo que

equivale a 10.7% del personal ocupado en el país. El número de personal ocupado en este segmento mostró un crecimiento entre 2003 y 2013 de 32.7%. El porcentaje de familiares laborando en estas empresas es significativamente menor que en las micro empresas.

En el estrato con 6 a 10 empleados los propietarios, familiares y otros trabajadores no remunerados, representan solamente el 21% del total del personal ocupado, el personal remunerado aumenta a 68% y los trabajadores no dependientes de la razón social a 11%. En las empresas con 11 a 15 personas ocupadas dueños, familiares y otros trabajadores no remunerados solamente representan 10% del total, en tanto que los trabajadores remunerados llegan al 76% y los trabajadores no dependientes de la razón social, suman el restante 14%. Estas cifras demuestran la importancia de las empresas en el segmento en transición respecto al empleo que generan para personas que no pertenecen al círculo familiar inmediato.

Los ingresos promedio de las empresas

del segmento en transición son considerablemente mayores que en el segmento con 1 a 5 personas ocupadas. Las estadísticas muestran ventas anuales promedio de 3,90 millones de pesos en el estrato de 6 a 10 personas ocupadas, y de 8,8 millones de pesos en el estrato de 11 a 15 personas ocupadas. Destaca también que la productividad promedio que generan las empresas entre 6 a 15 personas ocupadas se encuentra por arriba del promedio de las Mipymes. De la misma manera los activos fijos de este segmento se encuentran por arriba

de los promedios: las empresas con 6 a 10 personas ocupadas rebasan el promedio de las Mipymes; las empresas con 11 a 15 personas ocupadas rebasan el promedio nacional con respecto a activos fijos.

En el rango de 6 a 10 personas ocupadas, la mayor participación de unidades económicas se concentra el subsector de servicios de preparación de alimentos y bebidas, alimentos, bebidas, hielo y tabaco, donde operan 27,723 unidades económicas; así como de los servicios de reparación y mantenimiento con 9,746 unidades

económicas. En las unidades del rango de 11 a 15 personas ocupadas la mayor concentración se encuentra en el subsector de servicios de preparación de alimentos y bebidas con 6,791 unidades económicas, así como en los servicios de reparación y mantenimiento con 1,896 unidades económicas. En la industria manufacturera 1,579 unidades participan en el subsector alimentos y 1,090 unidades se dedican a la fabricación de productos metálicos.

Los resultados de la investigación estadística muestran que en las unidades económicas con 6 a 15 personas ocupadas se observa el cambio de la microempresa de sobrevivencia (menos de 2 empleados o hasta 5 empleados) a empresas con una mayor inversión, con más activos fijos, con un volumen de ventas anuales más cercano al límite inferior establecido para las empresas pequeñas, con remuneraciones promedio más altas y una mayor productividad. Incluso, solamente observando las empresas con 6 a 10 personas ocupadas, que todavía son parte del segmento “microempresa” ya se pueden observar estas diferencias y esta tendencia hacia el comportamiento de la pequeña empresa.



No obstante, dado que las empresas del segmento en transición aun tienden a concentrarse en ramas de actividad tradicionales, requieran mejorar sustancialmente sus procesos o incorporar tecnología para impulsar su crecimiento. Su expectativa de vida es mayor que la de las microempresas con menos de 5 empleados y su tasa de supervivencia por año es también más alta. Incluso, las empresas con 6 a 10 personas ocupadas, que estrictamente pertenecen las “micro” empresas ya muestran estas diferencias y esta tendencia hacia el comportamiento de la pequeña empresa.



3.2 LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

Para estudiar el segmento con mayor detalle se formó una muestra de orden cualitativo de 20 empresas que corresponden a las principales características del segmento. Estas empresas se encuentran principalmente en la Ciudad de México y el Estado de México, y algunas en los Estados de Puebla e Hidalgo.

Con metodologías cualitativas se analizaron hábitos, preferencias y necesidades financieras específicas de estas empresas, además de aspectos generales relevantes, como sus estructuras de organización, la división de trabajo y la toma de decisión en estas unidades. Esta muestra de empresas, si bien no tiene representatividad estadística, permitió generar introspecciones sumamente valiosas en las vidas financieras y los hábitos de uso de servicios financieros en ellas, que pueden entenderse como tendencias relevantes.

Para entender cuales de estas tendencias tienen validez estadística se requerirá en un tercer paso completar el presente estudio con un análisis cuantitativo basado en una muestra representativa del segmento.



Negocio	Ubicación	Sector económico	Personas ocupadas	Años de operación	Dueño/dueña
Producción y venta de nopales	San Lorenzo Tóxico	111 Agricultura	6	Más de 15 años	Familia
Rotulación	Iztapalapa	323 Impresión e industrias conexas	6	9 años	Señor, 39 años
Elaboración y venta de alimentos	Cuahtémoc	722 Servicio de preparación de alimentos y bebidas	6	Más de 15 años	Señora, 39 años
Diseño gráfico	Miguel Hidalgo	323 Impresión e industrias conexas	6	10 años	Señor, 45 años
Ciber café	Venustiano Carranza	561 Servicios de apoyo a los negocios	6	9 años	Señor, 31 años
Elaboración y venta de alimentos	Benito Juárez	722 Servicio de preparación de alimentos y bebidas	8	6 años	Señor, 33 años
Herrería	Puebla	332 Fabricación de productos metálicos	10	Más de 15 años	Señor, 34 años
Venta de materia prima de cerdo	Nopaltepec	311 Industria alimentaria	10	4 años	Señor, 29 años
Venta de productos de iluminación	Iztapalapa	434 Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales, para la industria, y materiales de desecho	6	8 meses	Señor, 55 años
Producción de videos	Benito Juárez	512 Industria filmica y del video	9	9 años	Señor, 37 años
Fabricación de ollas	Gustavo A. Madero	332 Fabricación de productos metálicos	6	Más de 15 años	Señor, 54 años

Tabla 3: Empresas con 6 a 10 colaboradores

Negocio	Ubicación	Sector económico	Personas ocupadas	Años de operación	Dueño/dueña
Servicio de gruas	Tlalpan	488 Servicios relacionados en el transporte	11	Más de 15 años	Joven, 25 años
Servicios turísticos	San Martín de las pirámides	713 Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	15	9 años	Señor, 31 años
Producción de esferas	Melchor Ocampo	327 Fabricación de productos a base de minerales no metálicos	11	Más de 15 años	Señora, 46 años
Agua purificada	Teoloyucán	312 Industria de las bebidas y del tabaco	15	Más de 15 años	Señora, 38 años
Elaboración y venta de quesos	Jilotepec	311 Industria alimentaria		10 años	Señor, 35 años
Venta de productos a la industria del curtido de piel	Jilotepec	325 Industria química		13 años	Señor, más de 55 años

Tabla 4: Empresas con 11 a 15 colaboradores

De los 20 empresarios entrevistados el 70% afirmó ser dueño del negocio, el 20% indicó ser socio de dicha empresa y 2 empresarios (10%) indicaron tener el puesto de Gerente/Administrador del negocio en específico.

70% de los empresarios participantes son hombres y 30 % son mujeres. El 35% de los empresarios participantes afirma tener entre 36 y 45 años, 25% indicó tener entre 26 a 35 años, así mismo otro 25% afirma tener 46 a 55 años, El 45% de los empresarios participantes afirman haber concluido una licenciatura y el 25% haber terminado la preparatoria.

9 de las 20 empresas mencionan estar operando desde más de 15 años y dos entre 13 a 15 años. De esta forma, 55% se formaron hace más de 10 años. 4 empresas operan entre 7 y 9 años y dos entre 4 a 6 años. Solamente 2 empresas de la muestra son de reciente creación (entre 1 a 3 años en 2017).

Actualmente 75% de las empresas reportan tener entre 6 y 10 empleados, el 15% tienen entre 11 y 15 empleados, y solo 10% de las empresas tienen más de 15 empleados.

El 85% de los empresarios se involucran directamente en la gestión de sus empresas, apoyados en colaboradores y, en su caso, en familiares. El 90% de los empresarios se encarga de planear el negocio y de tomar las decisiones dentro de los negocios. El 70% se encarga de las ventas. El 70% de los dueños se encarga del contacto y búsqueda de los clientes y el 66% de buscar proveedores. La participación de los empresarios en la producción es del 55%, el 66% realiza el control de calidad. La función de producción en 60% de los casos la llevan a cabo colaboradores.

LOGROS, VALORES Y VISIÓN DEL FUTURO

A lo largo de los años, las empresas participantes se han desarrollado en diferentes aspectos, sea respecto a la gama de sus productos y servicios, los mercados que atienden, el número de colaboradores, etc. Los principales logros mencionados por la mayoría de los empresarios son cuatro:

- La permanencia de la unidad económica aún en circunstancias adversas.

- Presentar crecimiento.
- Mejora en sus instalaciones, equipamiento.
- Contratación de más personal.

Otros logros mencionados se refieren a la capacidad de operar con elevados estándares de calidad, lo que les han permitido conservar y ampliar su lista de clientes; aumentar la producción; mejorar procesos y ambiente laboral; apertura de nuevos mercados; tener la posibilidad de acudir a los mercados internacionales para adquirir materia prima; y finalmente constituir un patrimonio para el empresario y su familia.

Sin embargo, durante los años que han operado, muchos empresarios también se han tenido que enfrentar a diversas dificultades y obstáculos. Algunos de los obstáculos están conectados con factores relacionados con el mercado, ya sea desde el punto de vista de su contracción (diminución de la demanda) o debido a una fuerte competencia. Asimismo, los empresarios expresaron que han tenido dificultades para adquirir algún tipo de financiamiento y ven como un obstáculo las altas tasas de interés.

Las preferencias de los empresarios y las empresarias en la forma de manejar sus negocios, incluso desde el punto de vista financiero, se basan entre otros en valores muy profundos, que marcan a ellos como personas y como dueños de negocios pequeños pero exitosos.

Desde la constitución de sus empresas se reflejan algunos valores sobresalientes, como son el entusiasmo por emprender, el interés en la independencia y la autonomía económica, la búsqueda de seguir una tradición familiar, la disposición al riesgo empresarial combinado con un afán de cuidar y asegurar lo alcanzado, todo ello aunado a la visión hacia el futuro, el desarrollo y la innovación.

Estos valores representan la base del actuar y pensar de los empresarios y las empresarias del segmento en transición, e influyen e impactan directa o indirectamente en la constitución, el desarrollo y la preservación de su empresa. Ser emprendedor o empresario no es una solución temporal para generar ingreso, si no es para ellos una forma de pensar y un modo de vida. Relacionado a ello se observa que en este estrato de empresas el objetivo sobresaliente de los dueños es

hacer crecer su negocio, desarrollarlo para asegurar su permanencia en el futuro. De hecho de las 16 empresarias y empresarios que participaron en la tercer entrevista, 13 consideran que sus empresas son un legado para las siguientes generaciones de su familia, así como para los colaboradores. Es de suma importancia entender estos valores y este “mind set” que prevalece en este segmento de empresarios, para poder atenderlos adecuada y exitosamente con servicios financieros.

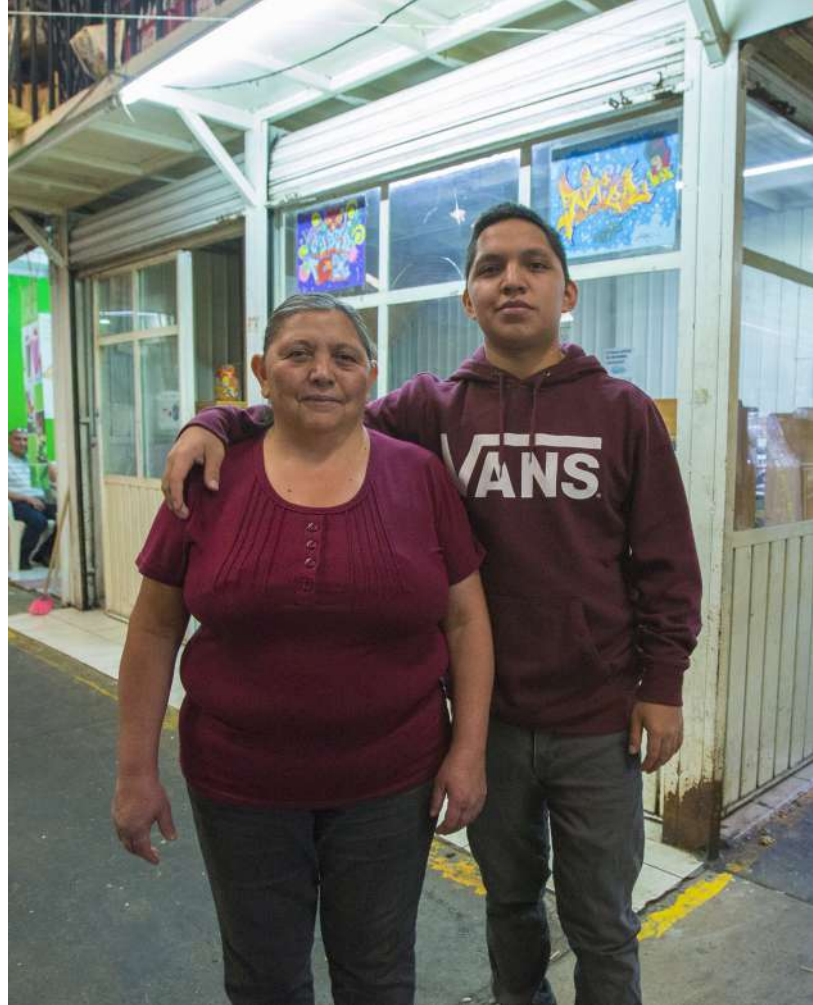


4.NECESIDADES FINANCIERAS

Y USO DE SERVICIOS
FINANCIEROS EN EL
SEGMENTO

A lo largo de 9 meses y por medio de tres entrevistas se exploró el uso de servicios financieros que actualmente muestran las empresas de la muestra. El hilo conductor fueron las principales etapas de la vida financiera de un negocio o una pequeña empresa, como la constitución, el inicio de operaciones, operaciones diarias, inversiones en la modernización o el crecimiento.

Se analizó con qué instrumentos financieros se resolvieron inversiones en estas empresas al igual que operaciones financieras cotidianas, como pagos a proveedores, pagos a colaboradores, pagos de servicios, ingresos por ventas, etc. En los siguientes apartados se describen los esquemas de uso de servicios financieros que actualmente se presentan en las empresas de la muestra.



4.1 NIVEL BÁSICO DE INCLUSIÓN FINANCIERA ALCANZADO

El análisis estadístico y el estudio en campo permiten constatar que las empresas en transición entre micro y pequeña empresa en gran medida están incluidos financieramente en un nivel básico. Los dueños de las 20 empresas que participaron en este estudio, prácticamente todos usan algún tipo de servicio financiero formal, especialmente una cuenta bancaria y/o de servicios formales de pagos. Por otro lado muchos de ellos tienen acceso a una gama amplia de servicios financieros formales, especialmente aquellas en zonas urbanas o semi-urbanas, pero no la usan. Mas bien, su uso de servicios financieros formales es muy selectivo.

Las empresas consultadas usan principalmente los servicios financieros de los bancos comerciales y los utilizan desde su constitución. Se observa que la confianza en las instituciones financieras no es una limitante al elegir productos financieros. Los empresarios afirman confiar en las instituciones financieras formales y también consideran que es seguro usar la banca móvil o la banca por internet para su negocio. El 60% de los empresarios de la muestra afirma que ha utilizado servicios y/o productos financieros

de la banca comercial, 15% de bancas de desarrollo y SOFIPOS, y solo un empresario indicó que ha utilizado los servicios de una casa de empeño.

El 36% de los empresarios afirma no necesitar actualmente algún producto o servicio financiero para su empresa, el 21% indicó que prefiere no hacer uso de éstos debido a la cantidad de trámites necesarios, el 14% mencionó que debido a comisiones o altas tasas de interés prefiere no hacer uso de productos financieros, solamente un empresario destacó que no confía en las instituciones financieras por lo que no hace uso de ningún producto o servicio de la banca tradicional.

Entre el 65% al 90% de los empresarios realiza las operaciones financieras cotidianas (pagos a proveedores, a colaboradores u a familiares al igual que pagos de servicios) en efectivo. El segundo instrumento más usado entre los empresarios de la muestra es la transferencia electrónica. El 35% de los empresarios comenta usarla para pagar a proveedores, 20% para pagar a colaboradores y 15% para pagar a servicios. Solamente 5% de ellos (es decir, 1 persona) paga a familiares con transferencia electrónica.

Con respecto a los pagos personales y familiares el 80% indicó que los realiza por medio de efectivo , el 35% hace uso de tarjetas de débito, 25% de tarjetas de crédito, y un 10% afirmó por medio de transferencias electrónicas.

lado la transferencia electrónica tiene una presencia relevante, por ejemplo en pagos a proveedores, y – aunque en menor medida - en pagos a colaboradores y pagos de servicios.

Aquellos 10 empresarios y empresarias, que reciben pagos electrónicos o por tarjeta de sus clientes, también usan en menor medida el efectivo para realizar sus propios pagos. Cuatro de estos 10 empresarios utilizan la transferencia bancaria y pago en efectivo para liquidar sus gastos personales y familiares. 3 de ellos realizan sus pagos personales únicamente vía transferencia electrónica.² únicamente utilizan efectivo para poder cubrir sus gastos personales. Finalmente, solo 1 empresario utiliza transferencia bancaria y depósito bancario para solventar estos gastos.

Se puede observar que el efectivo está muy presente en las operaciones cotidianas de las empresas, por ejemplo en pagos recibidos de clientes al igual que en gastos personales y familiares. Las empresas son parte de una economía local que se mueve principalmente en efectivo. Por otro

4.2 BAJO USO DEL CRÉDITO FORMAL

Los resultados del estudio muestran que 65% de los empresarios y las empresarias iniciaron sus negocios con ahorros propios, siguiendo así una práctica común en la gran mayoría de Mipymes en México al igual que en otras partes del mundo. El 15% financió las inversiones iniciales con préstamos de familiares y amigos. Cabe señalar que las empresas de creación más reciente (menos de 10 años) utilizaron varios instrumentos financieros para su constitución; si bien siguen prevaleciendo los ahorros propios junto con los préstamos de familiares y amigos, también tiene presencia el crédito bancario o el crédito de una institución o programa gubernamental. Por otro lado, las empresas que tienen más de diez años de operación, mencionaron que la principal y única fuente de financiamiento para el inicio de sus operaciones, fueron sus ahorros propios.

71 % de los participantes comentan haber financiado las modernizaciones y/o el crecimiento con ingresos de la empresa, el 35% de los empresarios indicaron haber llevado a cabo estas inversiones por medio de ahorros propios, y solamente el 18% afirma

haber usado un crédito de una institución financiera. El 100% de los empresarios que mencionaron tener un proyecto de mejora para su empresa, expresaron que lo harían con dinero de la propia empresa. No obstante, entre ellos 5 empresarios mencionaron necesitar una combinación de dinero propio de la empresa y algún crédito de una institución financiera formal.

El 58% de las 20 empresas participantes indicó que gracias a los ingresos que resultan de su negocio logran resolver los gastos cotidianos en las temporadas bajas. El 37% indicó que los resuelve gracias a las aportaciones de sus socios, disminuyendo su producción o reduciendo el número de colaboradores. El 26% de los empresarios recurre a sus ahorros, un empresario pide un préstamo a su proveedor, otro empresario hace uso de la tarjeta de crédito, y uno pide un préstamo a familiares y amigos.

A su vez el 68% de los participantes resolvió situaciones financieras inesperadas, como baja de ventas, falta de liquidez, alza de costos, etc. que se habían presentado en su negocio, con las utilidades generadas del propio

⁴ La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2015 reporta que 92% de la población adulta en México prefiere pagar en efectivo cuando realiza compras, y la mayoría menciona hacerlo por costumbre.

negocio. El 38% afirmó tener otro financiamiento no especificado, el 25% utilizó sus ahorros personales, y un 13% mencionó el uso de tarjetas de crédito. 85% de los empresarios mencionaron que pudieron resolver el acontecimiento satisfactoriamente.



4.3 USO DE TECNOLOGÍA MÓVIL ES COMÚN

Los empresarios y las empresarias del segmento en transición son afines a las nuevas tecnologías. El 45% de los empresarios entrevistados mencionó que uno de los principales cambios que ha integrado a su empresa desde su constitución es la adquisición de nuevas tecnologías. 50% menciona haber invertido en modernizar o hacer crecer su negocio, especialmente invirtiendo en equipo de cómputo o telefonía. Un 35% invirtió en productos o servicios de tecnología específicos para su proceso de producción. 81% de los empresarios usan equipo de computo, tan sólo 19% cuenta con algún software especializado en la administración.

El 50% de los empresarios mencionó que sus clientes les pagan por medio de transferencias de banca electrónica. El 40% afirmó utilizar la banca por teléfono móvil, en su mayoría una vez a la semana. El 30% de los empresarios y empresarias realizan los pagos a proveedores mediante el uso de tecnología, destacando el uso de la banca por internet por parte del 18% en contraste con el 12%, que usa la banca móvil. Entre los servicios tecnológicos que las empresas utilizan en las ventas y administración del negocio, se

encuentran también las Terminales Punto de Ventas (TPV).

De esta manera se puede distinguir un grupo de empresarios que afirma invertir en la modernización, en el desarrollo y el crecimiento de su negocio. Así mismo, se observa un grupo de empresarios a la vanguardia de las nuevas tecnologías que ofrece el sistema bancario haciendo uso de productos y servicios financieros basados en tecnología para sus operaciones financieras cotidianas.

4.4 BAJO USO DE SEGUROS

El uso de seguros es muy limitado entre los empresarios del segmento de empresas en transición entre micro y pequeñas empresas. El 55% de los empresarios entrevistados afirmó no tener contratado seguro para su negocio, el 45% comenta si contar con algún seguro.

6 de los 8 participantes que afirman tener seguros restringe el uso de seguros básicamente al seguro automovilístico, solo un empresario afirma contratar seguros de accidentes para proteger a sus trabajadores, un empresario indicó contar con seguro de gastos médicos menores, y uno más menciona tener seguros que protegen a su negocio de incendios y explosiones.

Los empresarios de la muestra afirman tener interés en utilizar los seguros, pero sienten no contar con la información necesaria para identificar el tipo de seguro que sería el indicado para cubrir su riesgo, encontrarlo en el mercado y saber usarlo adecuadamente. respaldar en una eventualidad.



4.5 PRÁCTICAS FINANCIERAS ENFOCADAS A UN MANEJO EFICIENTE DE LOS RECURSOS

La Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF) define de la Educación Financiera como “el conjunto de acciones necesarias para que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan administrar y planear sus finanzas personales, así como usar de manera óptima los productos y servicios que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales, y de su negocio”. El Instituto de Salud Financiera (The Financial Health Institute) ha introducido el nuevo concepto de salud financiera, la cual define como “la relación dinámica de los recursos financieros y económicos de una persona a medida que se aplica o afecta el estado de bienestar físico, mental y social”.

Los dueños y las dueñas de las empresas participantes muestran tener habilidades financieras, que les permite llevar a cabo las actividades y operaciones cotidianas, tanto en su empresa como en su hogar. No obstante, resulta evidente que diversos temas financieros requieren una mayor atención por parte de los empresarios y las empresarias.

De hecho, muchos de ellos están conscientes de necesitar una mayor preparación en materia financiera, y tienen la inquietud de aprender más sobre finanzas, planeación financiera, servicios financieros, y temas relacionados. Están conscientes de la alta relevancia que la educación financiera y el conocimiento financiero tienen para sus negocios y sus familias.

El 65% de los participantes afirmó que siempre lleva a cabo un registro diario de ingresos y gastos de su empresa, el 75% indicó que siempre lleva la contabilidad de la empresa por escrito o en la computadora. El 65% de los empresarios participantes, es decir 11 de los 17 empresarios que participaron en la segunda intervención, afirmaron que siempre analiza la situación financiera de su empresa, sin embargo, el 82% (14) afirmaron que siempre se informa antes de tomar alguna decisión financiera, el 76% maneja el dinero con el mayor provecho para la empresa. El 65% (11) dice que conoce exactamente los ingresos y gastos de la empresa.

El 65% afirmó que constantemente planifica sus gastos personales y familiares, más del 70% indicó que todo el tiempo sabe exactamente

⁵The Financial Health Institute. (10 de Septiembre de 2018). Ver <http://www.financialhealthinstitute.com/financial-health-defined/>

cuánto dinero tiene guardado y que los ingresos que generan sus negocios son suficientes para cubrir sus gastos personales y familiares. Sin embargo, el 39% de los empresarios comentó que no elabora un presupuesto personal, y el 29% indicó que solo algunas veces los ingresos de su negocio son suficientes para llevar a cabo un ahorro. Por otro lado, aunque algunos empresarios negaron llevar a cabo esta planeación en su negocio, la mayoría no repite esta costumbre cuando se trata de las finanzas familiares.

Más del 70% de los empresarios afirmó que sabe utilizar perfectamente las tarjetas de débito y crédito, pero solamente el 39% indicó que sabe utilizar perfectamente los productos de crédito. El 59% sabe utilizar perfectamente una cuenta de ahorro. Pero con respecto a los seguros, el 29% indicó que solamente conoce información básica de este tipo de productos. El 61% de los empresarios indicaron que desconocen cómo se utilizan las cuentas de inversión. Más del 70% de los empresarios afirmó que sabe utilizar perfectamente las sucursales bancarias y los cajeros automáticos. Sobre el uso de la

banca electrónica y móvil, entre el 41 y 47% indicó que conoce su uso a la perfección, y el 35% mencionó que no sabe hacer uso de éstos. Finalmente, el 67% indicó que no sabe hacer uso de las llamadas corresponsalías.

9 personas afirmaron que alguna vez recibieron capacitación respecto al manejo de sus finanzas personales o los recursos de su empresa. Comentan haber aprendido sobre el ahorro, crédito, el presupuesto, entre otros. A pesar de ello, el 82% considera que le hace falta recibir más capacitación en



materia financiera.

14 empresarios que indicaron necesitar capacitación en materia de educación financiera, 8 de ellos, es decir el 57%, se interesaría por profundizar en temas como el análisis y la planeación financiera de su negocio. A 7 de ellos (50%) le interesaría conocer más sobre el tema del ahorro, y al 43% le interesan conocimientos sobre inversión, presupuesto y ahorro para el retiro.



4.6 VISIÓN A FUTURO Y SERVICIOS FINANCIEROS DESEADOS

¿Cuáles son los objetivos que los empresarios participantes en el estudio quisieran alcanzar en el futuro? Se plantearon cuatro escenarios – crecimiento, continuidad, fortalecimiento y cese de operaciones - para explorar cuales de éstos corresponden a la visión y los objetivos futuros de los participantes.

En general, las empresarias y los empresarios ubican a sus empresas en los tres primeros escenarios, descartando el escenario de cese de operaciones. Esto coincide con la motivación principal de formar sus empresas: independencia y emprendimiento propio. Destaca específicamente la visión de crecimiento, con la que se identifican 11 de los 16 participantes. A la vez 6 se identifican con dar continuidad al actual estado de su empresa y 5 con la visión de tener que fortalecer el negocio.

Como parte de sus visiones para el futuro de sus empresas, especialmente crecimiento, continuidad, y fortalecimiento, los empresarios comentan objetivos específicos que quisieran lograr en los próximos meses o en un mediano plazo. Nueve empresarios planean adquirir o modernizar su maquinaria, locales u otros activos de su

empresa. Cinco piensan atender nuevas regiones o ampliar su base de clientes. Tres piensan en innovar o ampliar su gama de productos.

Si bien los empresarios y las empresarias participantes en la muestra actualmente usan una gama reducida de servicios financieros formales, caracterizada en gran medida por los servicios de pago, también han mostrado interés en conocer y usar otros servicios que pudieran ser de utilidad para sus empresas y que podrían aportar al buen funcionamiento de sus negocios. Un 35% de los participantes está convencido que poder usar productos de crédito y tarjetas de débito le daría más beneficio a sus negocios. Un 29% piensa que tarjetas de crédito o seguros podrían ser relevantes para sus negocios. El 63% de los entrevistados expreso que la cercanía de las instituciones bancarias para ellos es muy importante para decidirse por usar un servicio financiero, debido al tiempo y dinero que tendrían que invertir para trasladarse a una sucursal o cajero automático lejanos.

Las necesidades de productos y servicios financieros de las empresas están directamente relacionadas con el entorno y el mercado en el que se encuentren inmersos. Entre las características que

los empresarios consideran básicas al adquirir un producto o servicio financiero se encuentra la cercanía de la sucursal, atención al cliente, banca móvil, tasa de interés y comisiones. En las tres intervenciones del estudio se exploraron las necesidades y deseos financieros de los empresarios. Entre otros ellos desearían productos o servicios que les facilitarían resolver los siguientes aspectos:

- Contar con cuentas corporativas sin comisiones
- Contar con productos o servicios que facilitan distinguir de manera sencilla el dinero de la empresa del dinero personal
- Contar con contratos claros que permiten entender las disposiciones y condiciones
- Poder encontrar créditos con tasas de interés bajas
- Poder recibir créditos cuyos requerimientos sea posible cumplir

En el afán de mantener su independencia aunado a una disposición al riesgo empresarial 64% de los empresarios indicó que llevaría a cabo sus planes de modernización utilizando las utilidades obtenidas de su empresa, es

decir: invirtiendo su propio capital. Relacionado a ello se puede observar que no existe mucho interés por los productos de ahorro formales, ya que la liquidez y los ahorros se invierten y reinvierten continuamente en el negocio.

Solamente el 21% de los empresarios acudiría a una institución bancaria por un crédito para financiar el desarrollo de su empresa y el 14% restante utilizaría instrumentos de financiamiento no bancarios o informales. Aún así el interés en obtener créditos de una institución financiera está presente. A la vez los empresarios muestran una clara tendencia por observar los costos y buscar mantener en un nivel bajo el costo financiero en su negocio.

De igual manera está presente el interés por los seguros, desde el punto de vista de buscar instrumentos que apoyen a los empresarios a proteger lo alcanzado y a su patrimonio. Especialmente se muestran interesados en proteger los riesgos de salud, al igual que los riesgos relacionados a los vehículos y la maquinaria. No obstante, de la misma manera está presente el

control de costos y los empresarios buscan seguros que pudieran ajustarse a sus necesidades y posibilidades financieras. Se puede observar en este estrato de empresas una sensibilidad marcada a los precios y los costos.

Basado en los escenarios a futuro y los objetivos que se plantean los empresarios mencionan los siguientes servicios financieros deseados (para un análisis completo de los servicios financieros deseados ver el reporte de investigación detallado de este estudio).



#	Escenario principal	Objetivos específicos	Servicios financieros considerados como relevantes
1	Crecimiento	Brindar un servicio de alta calidad	Cuenta de ahorro
2	Crecimiento	Hacer crecer mi negocio	Cuenta de ahorro
3	Crecimiento	Seguir creciendo mi negocio	Cuenta de ahorro
4	Crecimiento	Seguir con mi empresa	Crédito
5	Crecimiento	Hacer crecer mi empresa con nuevos servicios y productos	Crédito
6	Crecimiento	Tener una empresa formal Acceder a diferentes partes del país Crear una botana	Crédito
7	Crecimiento	Seguir haciendo lo que más nos gusta	Seguros
8	Permanencia	Seguir con el mismo nivel de ventas y calidad de mis productos	Cuenta de ahorro
9	Permanencia	Mantener mi empresa como la tengo, saludable y sin deudas	Seguros
10	Permanencia	Mantener mi negocio y fidelizar a mis clientes	Seguros
11	Permanencia	Dar una asesoría fiscal, contable e integral a pequeñas empresas. Formación de nuevos contadores	Seguros
12	Fortalecimiento	Aumentar la producción Cubrir los invernaderos Ser más rentables	Cuenta de ahorro
13	Fortalecimiento	Cambiar de local	Crédito
14	Fortalecimiento	Remodelar su negocio	Seguro
15	Fortalecimiento	Alcanzar ventas de \$300,000 mensuales	Seguro
16	Fortalecimiento	Fortalecer mi negocio	Seguro

Tabla 5: Empresarios, escenarios y servicios financieros deseados

5. CONCLUSIONES:

RECOMENDACIONES PARA
GENERAR SERVICIOS FINANCIEROS
Y FORTALECIMIENTO ADECUADO
PARA EL SEGMENTO EN
TRANSICIÓN

Si bien se observa que la mayoría de los empresarios participando en la muestra de este estudio está incluida financieramente, el acceso que ellos tienen a servicios financieros formales y el uso que dan a este tipo de servicios es diverso.

De forma resumida se puede constatar: Estos empresarios usan servicios formales de pagos, pero prácticamente no usan productos formales de ahorro. Usan pocos créditos de instituciones financieras formales, aunque desearían poder contar con una tarjeta de crédito, especialmente también una tarjeta para su negocio. Los seguros no tienen mucha presencia en este grupo de empresarios, aunque muestran interés por ellos.

El enfoque principal con respecto a fomentar su inclusión financiera por lo tanto no es generar una entrada al sistema financiero para empezar a incluirlos en él, si no apoyarlos con una oferta de servicios financieros amplia y relevante para ellos y sus empresas.

De esta forma el enfoque es

profundizar su grado de inclusión financiera, en función de sus necesidades y objetivos como dueños de empresas, que llevan muchos años operando y están en transición de micro a pequeña empresa.

Los resultados del estudio estadístico y el estudio en campo permiten formular las siguientes recomendaciones para atender:

ATENCIÓN ESPECÍFICA

- a. Profundizar el conocimiento de necesidades y costumbres financieras con estudios de mercado estadísticamente representativas.
- b. Desarrollar servicios financieros adecuados a necesidades y preferencias, así como generar modelos de negocios exitosos para las instituciones financieras.

RESPECTO Y RELACIÓN DE LARGO PLAZO

- a. Basar la atención de este segmento en un profundo respeto por su modo de vida como

emprendedores y dueños de empresas, por sus valores y sus logros.

- b. Comunicar con ellos de “tú a tú” y establecer una relación comercial financiera fructífera de largo plazo.

CRÉDITOS ADECUADOS Y REDUCCIÓN DE TRÁMITES

- a. Ofrecer crédito en un rango hasta 500,000.00 MXN para inversiones en maquinaria, almacenes y desarrollo de nuevos productos.
- b. Ofrecer plazos acordes a los activos financiados, para facilitar el reembolso a partir de los flujos del negocio.
- c. Facilitar trámites, para reducir barreras de entrada.

SEGUROS PRIORITARIOS

- a. Atender las prioridades de aseguramiento con pólizas adecuadas para este segmento.
- b. Ofrecer medidas de información, capacitación y apoyo para el uso de los seguros.

CONTRIBUIR CONOCIMIENTO Y CAPACITACIÓN

- a. Apoyar a los empresarios de este segmento con medidas de formación sobre temas como análisis y planeación financiera.
- b. Atender las necesidades de información sobre servicios financieros específicos.

RELACIÓN DE LARGO PLAZO EN VEZ DE COLOCACIÓN DE PRODUCTOS

- a. Contribuir para que los empresarios y las empresarias puedan lograr sus objetivos futuros.
- b. Conocer y entender sus objetivos y los mercados en los cuales ellos se mueven, para acompañarlos a mediano y largo plazo.



NECESIDADES Y USO DE SERVICIOS FINANCIEROS EN LAS MIPYMES MEXICANAS

