

ANÁLISIS

La importancia de las mipymes en AL

Silvia Patricia Selvas Pérez*
silvia.selvasp@uvmnet.edu

Los países latinoamericanos se caracterizan por una economía inestable, dependiente de las naciones desarrolladas que fincan maquiladoras y obtienen mano de obra barata de las naciones latinas.

Bajo esta perspectiva, las denominadas mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) se vuelven protagonistas del desarrollo y sostenimiento de la economía de estos países.

No obstante, la economía en las entidades latinas está basada en la operación de las mipymes que en su mayoría son empresas familiares; estas sociedades tratan de mantenerse en el mercado globalizado actual y ser competitivas frente a grandes empresas transnacionales e internacionales que en algunos casos provocan la desaparición de la micro empresas, lo cual ha provocado una reducción de la participación de aquéllas en el mercado.

Según datos del Banco Interamericano de Desarrollo, en el 2007 habían más de 18.8 millones de mipymes registradas en 18 países de América Latina. Para 2010, un estudio realizado por FUNDES, con datos más ajustados por país, muestra que esa cifra llega a poco más de 17 millones, 16.6 millones de microempresas, 716 mil pequeñas empresas y 145 mil medianas empresas.

Las empresas denominadas pymes son aquellas que por el número de empleados o capital que operan, están consideradas en esta clasificación según la Secretaría de Economía. En el año 2009 existían en México 5 millones 144

PEQUEÑAS

En México hay más de 5 millones de Pymes

Pymes en México por sector
(datos de 2009)

Servicios	47.1%
Comercio	26.0%
Manufactura	18.0%
Resto	8.9%

Fuente: SE

mil 56 empresas, de las cuales 99.8 % son mipymes.

Éstas participan dentro de las actividades económicas de la siguiente forma: 47.1% en servicios, 26% en el comercio, 18% en la industria manufacturera y el resto de las actividades representan el 8.9%; con la característica de que concentran el 78.5% de los empleos del país, según la Secretaría de Economía.

La economía actual necesita desarrollar en gran potencia empresarios capaces de asumir riesgo e innovar, de hacer frente al ambiente turbulento y de crisis, de gestionar con éxito los procesos de cambio, y de contribuir al crecimiento y mejora de la eficacia del sistema económico, generando rentas, productos y trabajos que satisfagan las necesidades y expectativas de los agentes so-



tatan la importancia de la función que cumplen estas empresas en la economía global, ya que cualquier evento que ocurra en un lugar del mundo, repercutirá inevitablemente en la economía de los otros países, como actualmente lo vemos con la crisis de Europa, y que no tarda en reflejar el impacto en la economía de los países latinoamericanos.

La organización FUNDES, de origen suizo, privada, sin fines de lucro y presente en 10 países de América Latina (México, Argentina, Chile, Bolivia, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Colombia y Chile), ha prestado especial atención en el impulso para la creación y desarrollo de las mipymes en estos países y lograr una distribución más justa de la riqueza. Si los gobiernos de la región latina entendieran la relevancia de implementar políticas económicas que incluyan al rubro de las micro, pequeñas y medianas empresas, el desarrollo de la región latinoamericana no estaría en la constante incertidumbre de la inestabilidad de los países potencia de los que dependen y de los que reciben pocos beneficios económicos. La historia económica mexicana está cambiando y está marcando la tendencia del camino donde se hallan mejores posibilidades de acuerdo a las necesidades de la sociedad. Por eso, a pesar de existir algunos programas de apoyo a microempresarios, es claro que al menos en México hace falta pulir ese diamante en bruto.

*Académica de la Universidad del Valle de México, Campus Tuxtla

ciales y económicos, para de esta manera contrarrestar las desventajas que presentan este tipo de empresas en comparación con las grandes empresas.

Dentro de las desventajas más significativas que presentan la mipymes están la falta de planeación a largo plazo, la poca o nula estructuración, la falta de organización y asignación eficiente de tareas y cargos dentro de la misma, la falta de visión e innovación para neutralizar o en su caso enfrentar la competencia, el no realizar estudios de mercado, publicidad o promociones para aumentar sus ventas, la falta de reinversión del capital, ya que al obtener las primeras utilidades, éstas se ocupan para cubrir necesidades particulares en vez de pensar en crecimiento o expansión. Actualmente existen organizaciones que cons-