

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS



TESIS:

**“Influencia del financiamiento sobre el desempeño de las
microempresas manufactureras artesanales en San Bartolo
Coyotepec, Oaxaca”**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN CIENCIAS ECONÓMICAS**

PRESENTA:

ADRIANA LÓPEZ GARCÍA

DIRECTOR DE TESIS:

DR. MARTÍN ARTURO RAMÍREZ URQUIDY

Tijuana, Baja California, Julio de 2017

*“A los artesanos de Oaxaca, que
con su esfuerzo y trabajo dan al mundo
una muestra de su cultura”*



AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo económico brindado para la realización de mis estudios durante mi estancia como estudiante de posgrado. De igual manera a la planta de docentes de la Maestría en Ciencias Económicas de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) por los conocimientos, atenciones y apoyos recibidos durante mis estudios.

Expreso mi agradecimiento al Dr. Martin Arturo Ramírez Urquidy por las sugerencias y recomendaciones en la realización de la presente investigación. De igual manera agradecer a los lectores el Dr. Natanael Ramírez Angulo y el Dr. José G. Aguilar Barceló por las observaciones y recomendaciones realizadas para mejorar el trabajo.

Agradezco al Dr. Ramón Inzunza Acosta por su apoyo para poder iniciar este proyecto. Gracias por confiar en mí.

Un agradecimiento muy particular para la Dra. Arcelia Toledo López quien contribuyó con sus recomendaciones a la elaboración de este trabajo y a realizar contactos con los artesanos de la localidad. Así también agradezco al Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca (CIIDIR), por las facilidades otorgadas para realizar la estancia de investigación.

De manera muy sincera a todos y cada uno de las mujeres y hombres artesanos de San Bartolo Coyotepec que me brindaron su tiempo y cordialidad, igualmente a los ciudadanos de la población quienes aportaron conocimientos sobre la historia del pueblo. Sin su colaboración este trabajo no hubiera sido posible.

A mi buen amigo Adán que creyó en mí y siempre estuvo conmigo aún en la distancia. A mis compañeros de la MCE por todos los momentos compartidos. De manera muy especial a Ingrid, Karina, Rocío, Domicio, Halbrich y Moisés a quienes tuve la oportunidad de conocer y vivir agradables experiencias, los aprecio mucho. Gracias por su apoyo chicos.

Agradezco profundamente a mis padres y mis hermanos por todo su amor, apoyo incondicional y por la motivación para seguir con mis estudios.

Finalmente agradezco a Dios, que con su bendición me guió en este trayecto.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I EL FINANCIAMIENTO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO: SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS

| | |
|--|----|
| 1.1 Teoría Basada en Recursos: Principales postulados..... | 9 |
| 1.1.1 El financiamiento y La Teoría de la Jerarquía | 11 |
| 1.2 Situación de las mypes y el desempeño empresarial en el mercado: un enfoque teórico..... | 17 |
| 1.2.1 Caracterización del sector artesanal: principales aspectos..... | 21 |
| 1.3 Microfinanciamiento en el Desarrollo de Microempresas..... | 26 |

CAPÍTULO II CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y CONTEXTO EMPRESARIAL DE LOS ARTESANOS DE SAN BARTOLO COYOTEPEC

| | |
|--|----|
| 2.1 Características geográficas..... | 33 |
| 2.1.1 Aspectos geográficos | 33 |
| 2.2 Características demográficas del municipio: aspectos sociales..... | 35 |
| 2.2.1 Población | 35 |
| 2.2.2 Centros de salud o instituciones..... | 36 |
| 2.2.3 Marginación..... | 37 |
| 2.2.4 Lengua..... | 38 |
| 2.2.5 Administración municipal | 38 |
| 2.2.6 Otros actores de la administración (usos y costumbres) | 39 |
| 2.2.7 Instituciones | 39 |
| 2.3 Contexto empresarial..... | 40 |
| 2.3.1 Actividades económicas | 40 |

CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

| | |
|---|----|
| 3.1 Lugar de la muestra..... | 44 |
| 3.2 Diseño y tamaño de la muestra | 46 |
| 3.3 Diseño de la muestra | 47 |
| 3.4 Tamaño de la muestra..... | 48 |
| 3.5 Método de investigación e instrumentación | 49 |
| 3.5.1 Encuesta..... | 49 |
| 3.5.2 Entrevistas semi-estructuradas..... | 50 |
| 3.6 Operacionalización de las variables | 51 |

CAPÍTULO IV INFLUENCIA DEL FINANCIAMIENTO EN EL DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES DE SAN BARTOLO COYOTEPEC OAXACA

| | |
|---|----|
| 4.1 Aspectos sociodemográficos de los microempresarios encuestados..... | 52 |
| 4.2 Descripción general sobre los apoyos recibidos..... | 56 |
| 4.3 Clúster de microempresas que no han solicitado financiamiento | 58 |
| 4.3.1 Crecimiento como motor de desarrollo | 58 |
| 4.3.2 Rentabilidad como medio de bienestar a la microempresa..... | 60 |
| 4.3.3 Características de la supervivencia en negocios artesanales..... | 61 |
| 4.3.4 Participación de la innovación en el ámbito artesanal | 62 |

| | |
|---|-----------|
| 4.4 Clúster de microempresas que si han solicitado financiamiento | 63 |
| 4.4.1 Acceso al financiamiento: una problemática recurrente | 64 |
| 4.4.2 Fuentes de financiamiento como dotadoras de recursos | 66 |
| 4.4.3 Influencia del financiamiento para el desarrollo económico-social dentro y fuera del negocio..... | 70 |
| 4.4.4 Crecimiento como motor de desarrollo | 72 |
| 4.4.5 Rentabilidad como medio de bienestar a la microempresa..... | 75 |
| 4.4.6 Características de la supervivencia en negocios artesanales..... | 76 |
| 4.4.7 Participación de la innovación en el ámbito artesanal | 78 |
| 4.5 Otros resultados encontrados | 80 |
| CAPÍTULO V CONCLUSIONES GENERALES | 83 |
| ANEXOS | 90 |
| REFERENCIAS | 99 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|--------|
| | Página |
| Cuadro 2.1 Grado promedio de escolaridad | 36 |
| Cuadro 2.2 Población de 15 años y más, analfabeta según sexo, 2010 | 36 |
| Cuadro 2.3 Población total según derechohabiencia a servicios de salud por sexo, 2010..... | 37 |
| Cuadro 2.4 Indicadores de marginación, 2010 | 37 |
| Cuadro 3.1 Categorización del tamaño de las empresas en México..... | 46 |
| Cuadro 3.2 Operacionalización de las variables..... | 51 |

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

| | |
|---|--------|
| | Página |
| Diagrama 1.1 Clasificación de las fuentes de financiamiento según su origen | 15 |
| Diagrama 2.1 Estructura del H. Ayuntamiento de San Bartolo Coyotepec..... | 39 |
| Diagrama 2.3 Cadena de valor de la actividad artesanal..... | 42 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|--------|
| | Página |
| Figura 2.1 Localización geográfica de San Bartolo Coyotepec..... | 34 |
| Figura 2.2 Cadena de valor de la actividad artesanal..... | 41 |
| Figura 3.1 Localización de los mercados en San Bartolo Coyotepec..... | 45 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | | Página |
|--------------|---|--------|
| Gráfico 4.1 | Nivel académico del director de la microempresa | 53 |
| Gráfico 4.2 | Nivel de profesionalización y la generación de la microempresa | 54 |
| Gráfico 4.3 | Porcentaje de negocios que han y no han solicitado financiamiento | 56 |
| Gráfico 4.4 | Principales razones por las que no han solicitado financiamiento..... | 57 |
| Gráfico 4.5 | Porcentaje de negocios y la generación a la que pertenecen..... | 61 |
| Gráfico 4.6 | Principales problemas al acceder a un crédito..... | 65 |
| Gráfico 4.7 | Fuentes de las que fueron acreedores de créditos | 68 |
| Gráfico 4.8 | Destino del financiamiento dentro de la microempresa | 69 |
| Gráfico 4.9 | Destino del financiamiento fuera de la microempresa..... | 70 |
| Gráfico 4.10 | Porcentaje de negocios y la generación a la que pertenecen..... | 76 |

RESUMEN

La presente investigación tiene por objetivo examinar cuál ha sido la influencia que han tenido los financiamientos para la mejora del desempeño de las microempresas artesanales manufactureras pertenecientes a la localidad de San Bartolo Coyotepec. Para lograr el objetivo, se levantó una encuesta y una entrevista semi-estructurada a los dueños de los negocios y participantes clave. La revisión de la literatura permitió proponer como enfoques teóricos a la Teoría de la Jerarquía y la Teoría de los Recursos, lo cual nos llevó a comprender la participación que tiene el financiamiento dentro de una empresa y cómo a través de esta participación ha llevado a fortalecer aspectos claves de estas unidades económicas que permiten el desarrollo y crecimiento prospero a largo plazo. De ahí se buscó contrastar este hecho a un nivel más específico, que son las microempresas del sector artesanal. El estudio permitió evidenciar que si bien los recursos financieros han contribuido a la mejora del desempeño dentro de la empresa artesanal, es en gran medida la voluntad del líder sacar adelante al negocio, a pesar de las adversidades que presente el mercado.

ABSTRACT

The present research has as objective to examine what has been the influence that have had the financing for the improvement of the performance of the microenterprises artisan manufacturing belonging to the locality of San Bartolo Coyotepec. To achieve the goal, a survey and a semi-structured interview was held for key business owners and participants. The review of the literature allowed to propose as theoretical approaches to Hierarchy Theory and Resource Theory, which led us to understand the participation of financing within a company and how through this participation has led to a strengthening The keys to economic development and growth are long-term. Hence it is sought to contrast this fact to a more specific level, which are the microenterprises of the craft sector. The study showed that, although the financial resources have contributed to the improvement of performance within the artisan company, it is largely the will of the leader in the business, a burden of adversities in the current market.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la importancia del sector empresarial ha traído consigo un papel clave en la configuración de la economía y de la sociedad. La mayor parte de las empresas benefician a la sociedad con sólo hacer bien su trabajo, atienden necesidades de bienes y servicios de los clientes, crean empleo, pagan sueldos, innovan para crear nuevos productos, pagan impuestos que financian los servicios e infraestructuras públicos, en otras palabras, contribuyen al desarrollo en el corto, medio y largo plazo. Uno de los niveles más reconocidos de empresas es el microempresarial. Dentro de este nivel participan diversos sectores, uno de ellos es el sector artesanal.

El análisis de la artesanía como un fenómeno específico y de sus vínculos y relaciones con diversos aspectos de la vida social, económica y cultural sigue siendo un tema vigente, tanto en un contexto internacional como nacional; si bien no se le ha dado la importancia o interés necesarios, su valoración social se acrecienta y adquiere cada vez mayor reconocimiento en la medida en que la misma se asocia con nuevas nociones y conceptos como el de la importancia de la preservación de la diversidad cultural, el papel activo de los conocimientos tradicionales en la dinámica de cambio social y el lugar de la cultura y la creatividad como factor de desarrollo humano.

Las microempresas artesanales representan a grandes rasgos un motor de desarrollo para el lugar donde se ubiquen. En México este sector tiene poco reconocimiento, a pesar que es una actividad muy rentable, son contados los negocios que se han consolidado apostando a un crecimiento, logrando tener participación no solo a nivel nacional sino también a nivel internacional. En el caso de las microempresas artesanales de Oaxaca, sucede lo mismo. Una de las principales dificultades que presentan es que no cuentan con una visión más empresarial del negocio, sino que sólo están guiados para la subsistencia. Además, que se les complica fortalecerse de los recursos necesarios en una empresa (físicos, financieros, humanos y tecnológicos).

Por ello, parte importante de esta investigación se enfocará en analizar y explicar la manera en cómo ha contribuido los recursos financieros para la mejora del desempeño en las microempresas artesanales. Para lograr lo anterior fue necesario el dialogo con informantes y actores clave como los propios microempresarios, los trabajadores, así como algunas instituciones que apoyan la actividad artesanal.

Diagnóstico del problema

Dentro del crecimiento económico de un país, la empresa juega un papel importante en el desarrollo. En este sentido las empresas de menor tamaño como las micro o pequeñas (mypes), son reconocidas por su potencial aportación al crecimiento y desarrollo del país (Díaz, 2010). En el caso de México se puede apreciar que estas constituyen gran parte del tejido empresarial, pues de acuerdo a un informe del INEGI¹, las microempresas representan el 97.5 por ciento del total del sector empresarial. La creación y consolidación de este sector representa una cuestión importante para la economía.

Estudios recientes sobre este tema, centran su atención en la microempresa como potencial instrumento del desarrollo (Ampudia, 2008; Martínez, 2004 y Mungaray, 2002). Estos autores justifican que la microempresa puede convertirse en parte de la estrategia de desarrollo y crecimiento de las regiones, dada su capacidad para generar empleo y riqueza. Sin embargo, atendiendo las consideraciones de estos autores que reflejan los aspectos positivos de las unidades productivas, surgen críticas sobre la importancia de la microempresa en la economía y el desarrollo, desde el punto de vista economicista (Díaz, 2010). Sin embargo, como lo menciona Ampudia (2008) muchos los autores olvidan que la microempresa a pesar de su baja aportación en el Producto Interno Bruto (PIB), participan activamente en la economía y en el desarrollo de los países. Esto se puede apreciar con la generación de empleo y con un alto potencial de inserción en el mercado por su flexibilidad, así como su capacidad de adaptarse al entorno inmediato. Considerando lo anterior, en México el empleo es la principal fuente ingreso para alrededor del 70 por ciento de las familias, mismas que guardan un estrecho vínculo con la pobreza y la seguridad social. Aquí la participación de las empresas se puede traducir en motor de desarrollo.

A pesar que las microempresas tienen una amplia cobertura del tejido empresarial en México, su nivel de contribución es bajo, con respecto de los niveles mediana y grande al crecimiento económico, sin embargo, esto no quiere decir que no sean importantes para la sostenibilidad social, económica y política de la sociedad (Torres, 2006).

¹ Información obtenida del informe elaborado a partir de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE). Para más información visitar la página de internet <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default.aspx>

La participación de las microempresas es buena en una economía pues permite la participación de todo individuo. Pomar, *et al.*, (2010) consideran que la creación de la microempresa contribuye a la disminución del desempleo, la obtención de ingresos que permiten la subsistencia del dueño y su familia, facilita la participación de la mujer en la creación y dirección de su propio negocio, entre otros. Sin embargo, el cómo se inicien y desarrollen estas empresas será de gran importancia para su permanencia en el mercado. De acuerdo a Vázquez (2005), éste considera que el surgimiento de empresarios y de pequeñas empresas se apoya en la existencia de redes personales que permiten madurar el proyecto de empresa a partir de las informaciones que les proporcionan y comienzan su realización. Sin embargo, no en todos los casos se tiene este hecho. Así pues, Pomar, *et al.*, (2010) considera que dado que este tamaño de empresas no requiere de grandes inversiones para su operación, constituye una opción viable para aquellos que no han podido emplearse, que reciben un salario insuficiente o bien que no cuentan con la cualificación necesaria para ser reclutada.

Se tiene entonces que entre las empresas de menor tamaño se puede encontrar una amplia variedad en cuanto a su nivel de capitalización y tecnología, de tal forma que existe un amplio rango de microempresas que van desde las que cuentan con un alto desarrollo tecnológico hasta otras que operan a niveles de subsistencia.

Con base en una investigación de campo realizada se encontró que una de las características de las mypes es que se constituyen con poca inversión, situación que les acarrea problemas de competitividad frente a los otros tamaños de empresas, motivo por el que invariablemente siempre necesitan la asistencia del Estado (Sánchez, 1980a, 1982b, 1984c, 1997d y 2002e). En este aspecto, resalta un hecho importante el cual refleja que los establecimientos muestran una inversión reducida al recurrir estos constantemente a los ahorros propios. Estos resultados fundamentan el hecho de que precisamente porque se constituyen con poco capital, proliferan fácilmente (la mayoría), operan poco tiempo y mueren con relativa facilidad. En el caso de las mypes manufactureras estas utilizan procesos de fabricación, maquinaria y equipos que no son complejos, y que trabajan en instalaciones con características de taller, con pocos empleados y en condiciones informales de operación. Son estos aspectos en las que se ven envueltas las diferentes mypes que impacta negativamente en su desempeño afectando su competitividad.

Dentro del tejido microempresarial, un tipo de empresas son las pertenecientes al sector artesanal. La elaboración de artesanías es uno de los oficios más antiguos de la humanidad, en esta actividad resalta la presencia de elementos culturales y la producción de objetos con materiales propios de la región en donde habitan los artesanos, lo cual contribuye a la construcción de la identidad de la comunidad. De acuerdo a Sales (2013) esta actividad es relevante no sólo para el goce y disfrute de la gente, sino que puede transformarse en un proyecto productivo sustentable donde aunado a las características propias de las pequeñas empresas, puede promover una mejora a la localidad fomentando el desarrollo.

Sin embargo, este sector presenta una serie de dificultades tanto internos como externos al establecimiento, entre ellos problemas para conservar elementos culturales, penetración de *suvenires* que se ofrecen como artesanía, altos costos de materia prima, problemas de comercialización, falta de capital y de inversión. Estos problemas afectan en gran medida el desempeño de los negocios lo cual impide su adecuado desarrollo. Dado lo anterior, diversas instituciones se encuentran inmersos para fomentar, promover y organizar la actividad artesanal, brindando entre otros apoyos, financiamiento. Nos enfocamos en el apoyo financiero ya que uno de los principales problemas que enfrentan los artesanos es la falta de recursos financieros para invertir en el negocio (Fonart, 2016)². El financiamiento por medio de programas gubernamentales y privados representan un apoyo a las comunidades pues les permite abastecerse de materia prima, mejorar el equipo, las instalaciones, los puntos de venta, publicidad, etc. Sin embargo, debido una serie de problemáticas dentro y fuera de la microempresa, los posibles apoyos no logran el impacto deseado (Grupo NVI, 2015). Ante esta situación existen artesanos que prefieren no solicitar créditos por la mala experiencia observada, lo que se traduce en un desaprovechamiento de una posible oportunidad de desarrollo.

A partir de lo anterior, es que surge el problema de investigación orientado a conocer la forma en que ha contribuido el financiamiento a la mejora del desempeño de las microempresas artesanales, esto es, si se ha logrado cumplir el objetivo principal de los apoyos que es financiar, entre otros aspectos, las necesidades de capital de trabajo, modernización y equipamiento

² El Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) es un fideicomiso público del Gobierno Federal, sectorizado en la Secretaría de Desarrollo Social, que surge como una respuesta a la necesidad de promover la actividad artesanal del país y contribuir así a la generación de un mayor ingreso familiar de las y los artesanos, mediante su desarrollo humano, social y económico.

(Nacional Financiera, 2016), ya que como lo establece Nafinsa, los apoyos financieros buscan promover el desarrollo económico fomentando la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las empresas mejorando su nivel de desempeño en el mercado.

Delimitación contextual

La investigación se pretende realizar en el estado de Oaxaca ya que es considerado uno de los estados de la República Mexicana donde gran parte de la población se dedica a la actividad artesanal como fuente de ingreso. La actividad artesanal se manifiesta en diferentes ramas como la alfarería, cerámica, textiles, artículos de piel, cestería de palma y carrizo, cuchillería, talla de madera, orfebrería, cantería, talabartería y metalistería (Gobierno de Oaxaca, 2016). El número de artesanos que se contabilizan en el estado de acuerdo al Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (IOA) sobrepasa los 46 mil aproximadamente pertenecientes a todas las categorías de trabajo. Es por ello que se desea trabajar con los artesanos maestros en trabajos en el arte del barro negro. Se pretende hacer el trabajo de investigación en la comunidad de San Bartolo Coyotepec, perteneciente a la región valles centrales, Oaxaca, sitio con una tradición histórica en la actividad alfarera del barro negro, considerado un punto importante dentro del mercado artesanal de la región. Aunado a que representa una de las comunidades con el mayor número de alfareros beneficiados por diversos programas de apoyo a la industria artesanal.

Preguntas de investigación

¿Cuál ha sido la influencia del financiamiento para la mejora del desempeño de las microempresas manufactureras artesanales en San Bartolo Coyotepec, Oaxaca?

Preguntas específicas

- ¿Cuáles han sido las principales fuentes de financiamiento de fomento a la microempresa artesanal en san Bartolo Coyotepec?
- ¿Cuáles han sido los principales aspectos que se han atendido con los recursos obtenidos por el financiamiento en las microempresas?
- ¿Cómo ha cambiado la dinámica empresarial artesanal dentro de la localidad a partir del otorgamiento del recurso económico?

- ¿De qué manera los financiamientos han propiciado cambios en aspectos como la innovación, crecimiento, rentabilidad y supervivencia dentro de las microempresas?

Objetivos de la investigación

Examinar la influencia del financiamiento para la mejora del desempeño de las microempresas manufactureras artesanales en San Bartolo Coyotepec, Oaxaca.

Específicos

- Identificar las fuentes de los apoyos financieros que han recibido las microempresas
- Identificar el destino de los fondos financieros
- Identificar y explicar el cambio en la dinámica microempresarial artesanal
- Explicar los elementos de la innovación, crecimiento, supervivencia y rentabilidad que se han modificado con los financiamientos

Justificación

Las empresas artesanales, en el contexto de la globalización, se han convertido en una alternativa válida para ciertos grupos sociales, en donde se genera empleo y se aprovecha el potencial creador y artístico de los pueblos (Hernández, *et al.*, 2011). Además, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2001) reconoce que el sector artesanal desempeña un papel determinante en el desarrollo económico local y en la lucha contra la pobreza, básicamente porque las producciones artesanales las realizan poblaciones con características similares en todo el mundo. Sin embargo, en este sector se tiene la presencia de problemas que afectan a estas unidades productivas lo que dificulta su progreso, siendo vista como un medio de sobrevivencia para las localidades, y no como un medio mediante el cual obtengan un desarrollo y consolidación impulsándolos a tener una vida de menos penumbra social y económica. Es por ello que los apoyos que brindan las instituciones es de importancia para el desarrollo de estos establecimientos. Hablando propiamente de los apoyos financieros estos les permitirán promover entre otros aspectos una mayor capacidad de desarrollo, realizar nuevas y más eficientes operaciones, ampliar el tamaño de sus operaciones y acceder a créditos en mejores condiciones (de tasa y plazo, entre otras) traduciéndose en una mejora del desempeño empresarial con miras al desarrollo local y regional. Es por ello el interés de conocer como han influenciado los financiamientos para la mejora de las empresas artesanales.

Se cuenta con estudios que tratan del análisis del impacto que los microcréditos tienen en los negocios para determinar si fue, tal y como se espera, beneficioso, nulo o no perjudicial sobre las empresas. Sin embargo, cabe recalcar que existen pocos estudios que se han abocado específicamente al análisis del impacto que los microcréditos han tenido en empresas del sector artesanal, lo cual representa un aporte al conocimiento y, posiblemente, una base para futuras investigaciones. A partir de lo anterior, se propone una metodología de tipo mixto donde el elemento principal es una investigación cualitativa, esto es importante ya que mediante esta se logrará obtener más información sobre el fenómeno a investigar al interactuar de manera directa con los sujetos de estudio. Además, al tener pocos estudios documentados del tema se ve viable para recabar toda la información posible del mismo.

Resulta pertinente realizar la investigación en la localidad de San Bartolo Coyotepec al ser esta uno de los principales lugares donde se ejerce la actividad artesanal dentro del estado, y por ende representa una de las actividades económicas importantes para la generación de ingresos. Además, es viable la realización de esta investigación ya que se cuenta con el acceso a la comunidad, a los microempresarios y a las organizaciones que trabajan en apoyo a la artesanía. Se cuenta con disponibilidad adecuados de tiempo y recursos para el trabajo de campo lo que permitirá una adecuada recolección de la información.

Hipótesis

En San Bartolo Coyotepec el financiamiento a las microempresas artesanales ha contribuido positivamente al mejoramiento del desempeño, medido esto en términos de innovación, rentabilidad, supervivencia y crecimiento.

Estructura de la investigación

La presente investigación se compone de cinco capítulos. El primero de ellos hace referencia al marco teórico donde se muestra la relación que existe entre los recursos financieros, la empresa y el desempeño empresarial, se busca mostrar el vínculo existente entre estos tres aspectos. Para ello se realiza un análisis desde la perspectiva de la Teoría de los Recursos, haciendo énfasis en el recurso financiero dentro de la empresa. En este punto, se hace mención de la Teoría de la Jerarquía la cual establece las fuentes de las que dispone la empresa para allegarse de financiamiento. Asimismo, se plasma los aspectos teóricos de la situación de las mypes, para poder tener un

contexto más amplio sobre los recursos financieros y su actuar en las empresas. En el segundo capítulo se explica detalladamente las características demográficas y contexto empresarial de la comunidad de estudio, el objetivo es resaltar sus principales características para tener un panorama más amplio y poder conocer el actuar de las personas y de más microempresas presentes. El tercer capítulo enseña la metodología, variables, cálculo de la muestra e instrumentos de trabajo empleados para la recolección de la información en campo. En el cuarto capítulo se realiza el análisis y discusión de los resultados obtenidos durante el trabajo de campo, con lo cual se busca aceptar o rechazar la hipótesis planteada. Finalmente, en el capítulo cinco se presentan las conclusiones, recomendaciones y áreas de oportunidad en futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

EL FINANCIAMIENTO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO: SU INCIDENCIA EN EL DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS

En un mundo globalizado y cada vez más competitivo, un tema de gran interés para las empresas además de promover su crecimiento y expansión y mantenerse en los mercados, es la posibilidad de obtener recursos financieros, que les permita materializar sus proyectos de inversión de corto, mediano y largo plazo.

El recurso financiero dentro de las empresas es una herramienta importante pues en muchos de los casos este suele ser el motor de la misma. Teniendo adecuadas condiciones de acceso al financiamiento, este puede repercutir en las empresas, entre otras cosas, en aumentos de productividad, en incrementos de innovación y en una mayor probabilidad de entrar y sobrevivir en los mercados.

El presente capítulo se rige por tres apartados, el primero tiene por objetivo hacer un recorrido en teorías que hablan sobre los elementos necesarios que necesita una empresa para poder crecer y desarrollarse en el mercado, haciendo énfasis en destacar al elemento financiero como uno de los recursos principales para un desempeño favorable de las organizaciones. El segundo apartado hace énfasis en mostrar desde un enfoque teórico la situación de las mypes en el mercado, para poder visualizar las fortalezas y debilidades que muestran. Así mismo, se centraliza el análisis realizando una caracterización del sector artesanal mostrando entre otros aspectos fortalezas y debilidades del mismo. El tercer apartado hace referencia al análisis de los créditos a las microempresas, el objetivo es identificar la participación del financiamiento dentro del desarrollo de una empresa, visualizando como contribuye a mejorar el desempeño de la organización.

1.1 Teoría basada en recursos: principales postulados

Esta visión descrita por Barney (1991), Grant (1991), Mahoney y Pandian (1992) y Peteraf (1993) muestra que dentro del análisis del entorno competitivo sobre el cual se desenvuelven las empresas, la Teoría de los Recursos hace un énfasis en el análisis interno de la organización (especialmente sus recursos y capacidades) como el factor prioritario. Con lo anterior se tiene que para que las empresas aseguren su permanencia en el mercado, las organizaciones deben identificar, desarrollar,

proteger y desplegar los recursos que aseguren una ventaja competitiva en el largo plazo (Hernández e Ibarra, 2010).

Un antecedente de esta teoría que se enfoca a poner atención a los recursos de las empresas para que esta crezca continuamente en el tiempo asegurando su permanencia traduciéndose en un buen desempeño es la Teoría del Crecimiento de la Firma propuesta por Edith Penrose (1959), de donde la función principal de la organización era adquirir y organizar los principales recursos rentables para suministrar bienes y servicios al mercado.

Para los autores posteriores a Penrose, la premisa sobre la cual estudiaron fue que los recursos son activos disponibles y controlables por la empresa (recursos físicos, tecnológicos, humanos, financieros). En otras palabras, para que una organización pueda colocarse, crecer y competir en el mercado, lo hará a través de sus recursos tangibles e intangibles (Suarez e Ibarra, 2002). Dentro de los recursos tangibles se encuentran tanto a los recursos humanos, físicos y financieros. En los recursos tangibles destacan los humanos que responden al cuerpo de personal que en número, cualificación y jerarquía articulan el organigrama de la empresa. Entre los recursos físicos están la localización y dimensión de las plantas de producción, la distribución en planta, las instalaciones y equipos productivos, y los recursos para el aprovisionamiento. Los recursos financieros comprenden la relación entre capitales propios y ajenos, el poder de endeudamiento y la facilidad de generar recursos financieros. En cambio, los recursos intangibles están basados en la información tanto externa como interna y en la formación de los recursos humanos tangibles los cuales pueden ser tanto recursos intangibles humanos y recursos intangibles técnicos (Sáez de Viteri, 2000).

Esta teoría es de gran valor para la dirección estratégica, ya que proporciona a las empresas una herramienta útil para evaluar sus recursos, así como sus capacidades, favoreciendo que la organización intensifique aquellos recursos susceptibles de convertirse en competencias distintivas con lo cual competir en el mercado. Además, la Teoría de Recursos explica adecuadamente cómo emprende una organización procesos de crecimiento y su enfoque hacia nuevos negocios, estrategias de diversificación, y/o nuevos mercados, estrategias de internalización que repercuten en el desempeño de la empresa logrando posicionamiento y permanencia en el mercado.

De acuerdo a Armando (2011) que sigue la idea de Penrose, detalla en un estudio realizado que, dentro de una empresa al descomponerse esta en los distintos tipos de recursos, se tiene la presencia de recursos físicos que hacen referencia a tecnología física, planta y equipo, localización geográfica, acceso a materia prima, infraestructura en lotes y construcciones, así como otros factores que afectan el costo de producción. Además, considera en este grupo a los recursos financieros, considerados como fuentes para financiar las inversiones y gastos de la empresa, lo que aunado a una buena organización y planeación conlleva al crecimiento y desarrollo, traduciéndose en la permanencia de la misma en el mercado. Estas fuentes pueden provenir de los fondos que se genera internamente (o de socios), o de afuera, como son los aportes de capital de los dueños y los otorgados por terceros en forma de créditos (Weston y Brigham, 1994).

La relevancia de los recursos financieros para el crecimiento de las empresas es importante, de acuerdo Armando (2011) cuando en una empresa se habla de recursos y como estas se involucran en el desarrollo de las capacidades, la empresa debe disponer de recursos financieros para crecer e invertir en su futuro buscando una manera de permanecer en el mercado, cuando desarrolla estrategias basadas en la investigación y el desarrollo para la innovación, el desarrollo de nuevos productos, la internacionalización, las adquisiciones y fusiones, la compra de nuevas tecnologías, la expansión de operaciones, el desarrollo o compra de sistemas de información, entre otras. Los recursos financieros se manejan como un puente o una vía para asegurar medios que permitan competir, crecer y desarrollarse en los mercados, por ello la importancia de ellos dentro de la organización.

1.1.1 El financiamiento y La Teoría de la Jerarquía

Unos de los problemas sobre lo que cualquier empresa debe decidir en el ámbito financiero, es la elección entre si solicitar o no financiamiento. Para entender más adelante este concepto, vamos a entender al término como:

“la obtención de recursos de fuentes internas o externas a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta”. (Perdono, 1998). Se toma este término pues engloba de manera general lo que se pretende investigar.

Si el deseo de financiamiento es interno para solventar la necesidad de crédito de la empresa, esto se relaciona con lo planteado por la Teoría de la Jerarquía (Pecking Order Theory). Como alternativa a la Teoría del Equilibrio Estático, Myers (1984) y Myers y Majluf (1984) proponen la Teoría de la Jerarquía Financiera para explicar el comportamiento con relación a la preferencia de las empresas a acudir a los fondos generados internamente y sólo a la financiación externa si la autofinanciación es insuficiente. El financiamiento (principalmente el interno) viene a ser un recurso base para el crecimiento y desarrollo de la organización.

Esta teoría, que se basa en la asimetría de la información, factores como los atractivos ahorros fiscales generados por los intereses pagados por concepto del endeudamiento, así como las amenazas de la insolvencia financiera, son consideraciones de segundo orden para la empresa (Ferrer y Tanaka, 2009). Esto es, para que se logre una inversión adecuada basta con los recursos propios debido a las dificultades del recurso externo.

Resalta una idea importante y es la relacionada con las asimetrías de la información. En este aspecto, las empresas prefieren siempre el financiamiento interno. Esto es, los beneficios retenidos por las mismas, son la primera de las fuentes de financiamiento preferido por los directivos, puesto que no están influidas por las asimetrías de la información, carecen de costo explícito y permiten un mayor margen de discrecionalidad en cuanto a su utilización. Lo que las hace atractivas al público empresarial.

Sin embargo, esto no implica que no se pueda pedir financiación externa. Usualmente, se asume un financiamiento externo cuando la empresa se encuentra en un nivel mayor (mediana o grande) y puede asumir riesgos y volatilidad para poder incursionar incluso en el mercado de valores o lograr cubrir los lineamientos de las instituciones financieras.

Resumiendo, la idea que propone Myers (1984) esta se centra en 4 ideas que sustentan a la misma:

- Las empresas prefieren financiaciones internas
- La tasa de reparto de dividendos estimada se adapta a las oportunidades de inversión
- Las fluctuaciones en la rentabilidad y las oportunidades de inversión son impredecibles, con lo cual los flujos de caja generados internamente pueden ser mayores o menores a sus gastos de capital

Analizando los supuestos de la teoría al mundo empresarial, se ha tenido casos donde esta se ha aplicado a empresas de diversos sectores y tamaños, de forma específica, a las empresas de reducido tamaño, donde las asimetrías informativas con respecto a los mercados financieros son mucho mayores (Holmes y Kent, 1991 y Hamilton y Fox, 1998).

En el caso de las pymes como de las microempresas, son los propietarios los que no desean perder el control de la empresa, por lo que evitan recurrir al financiamiento externo (Hamilton y Fox, 1998). De acuerdo a Aybar, Casino y Gracia (2001), para las pequeñas empresas el objetivo principal no es adquirir una estructura óptima de capital sino minimizar el efecto intrusismo en el negocio. Los fondos internos evitan al empresario la disciplina que le impondría el recurso a un préstamo, o bien, la que le impondría el compartir el negocio con otros socios, a través de la emisión de nuevas acciones.

En el caso de las micro, pequeñas incluso las medianas empresas, la preferencia por la financiación interna se hace común o relevante por el alto costo de la deuda que para ellas representa, ya que se puede explicar por las asimetrías de información. Donde los costos van a depender de la industria en la cual se desenvuelve la empresa y del apalancamiento de la empresa (Hall, Michaelas y Hutchinson, 2000).

Partiendo de la importancia que representa el recurso financiero para las empresas, Holmes y Kent (1991) propusieron una Teoría de la Jerarquía Financiera restringida para las pymes, en el cual establecieron la premisa que emitir capital accionario externo no es una opción para este tipo de empresas, ya que puede no estar disponible, o no interesar al emprendedor por el temor a perder control de su empresa. En consecuencia, las pymes menos rentables incluyendo a las microempresas, dependen en mayor grado del acceso a la deuda, y pueden enfrentar dificultades en el acceso a crédito a largo plazo por las mayores asimetrías de información, dado que los prestadores de capital son conscientes de este efecto de selección adversa. Ante ello, las pymes se ven obligadas a confiar más en la deuda a corto plazo.

El financiamiento dentro del establecimiento representa un recurso importante pues dentro de los beneficios que este refleja el de apoyar el crecimiento y desarrollo del establecimiento es uno de los más importantes. Es por ello que ante un panorama donde se tenga un negocio sin

financiamiento este tenderá a ser lento en cuanto las decisiones que tome para su crecimiento (Armando, 2011).

El financiamiento, si se adquiere y utiliza dentro de una estrategia financiera, será el combustible que el negocio necesita para cumplir sus metas y le ayudará a soportar necesidades de capital de trabajo a corto plazo, como:

- Aseguramiento de liquidez y continuidad de la empresa.
- Acceso a mejores precios a la hora de comprar insumos y materia prima.
- Acceso a descuentos con proveedores por pagos en una exhibición.
- Estar lista para aprovechar oportunidades de compra.
- Quedar protegida ante imprevistos y necesidades.
- Disponer de capital para innovaciones e inversiones

Siguiendo a Copelan, Weston y Shastri (2004), la decisión de estructura financiera abarca dos dimensiones: la fuente y la duración. Al decidir la fuente se debe elegir entre capital propio (interno) y de deuda (externo), que puede provenir de diversas fuentes. Y al decidir la duración se atenderá si es de corto, mediano y largo plazo.

De acuerdo a Briozzo y Vigier (2010) consideran que dentro del financiamiento interno (o también llamado autofinanciamiento) se tiene el capital generado por el propio funcionamiento del negocio como las amortizaciones y las utilidades retenidas, así como préstamos entre socios y familia. Dentro de las fuentes externas se tienen incorporación de nuevos socios, capital de riesgo, instituciones financieras privadas, el gobierno, etc.

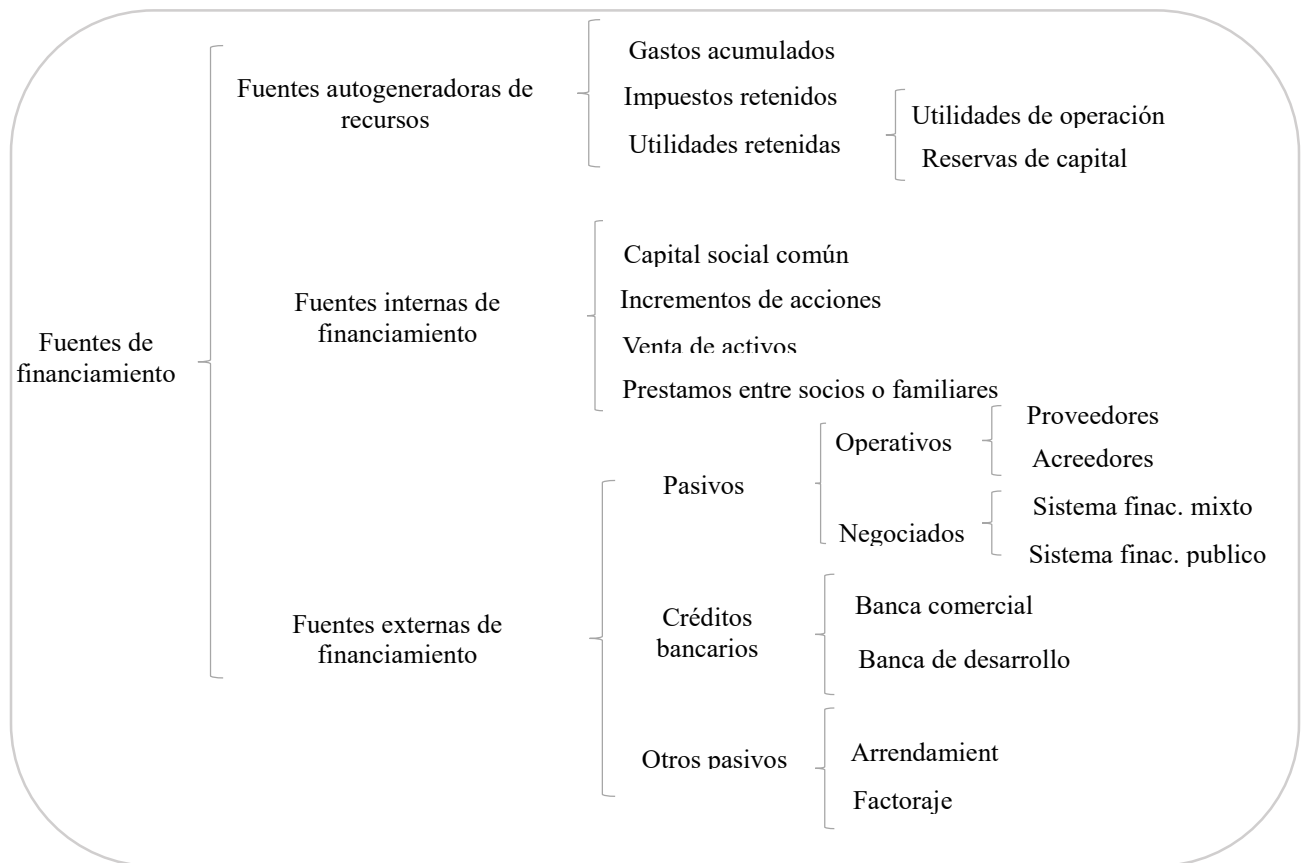
Normalmente el objetivo que se busca con el financiamiento es obtener liquidez para poder realizar las actividades propias de la empresa en un determinado periodo de tiempo, de una forma segura y eficiente. La fuente que decida elegir la empresa, dependerá en gran medida de sus necesidades, Molina (2002) muestra una clasificación de manera general sobre las fuentes de financiamiento a las cuales puede recurrir una empresa.

Usualmente, dentro de las razones por las cuales las empresas piden financiamiento destaca la inversión para la expansión de la empresa (en el momento en el que un negocio se queda pequeño y se quiere ampliar para ganar territorio en el sector donde está trabajando, muchas veces recurren a la adquisición de productos financieros). Normalmente con este tipo de financiación se

busca adquirir nuevas herramientas que permitan ser más competitiva a la empresa en el mercado laboral.

Otra razón es por la insuficiencia de liquidez, este es uno de los mayores problemas en una empresa, los problemas económicos empiezan a aparecer, ya que es muy difícil salir de esto si no se dispone de un capital que permita avanzar. El desempeño que muestren las empresas dependerá también del uso adecuado del financiamiento.

Diagrama 1.1 Clasificación de las fuentes de financiamiento según su origen



Fuente: Elaboración propia en base a información de Molina, 2002.

El tema de financiamiento de la pyme es importante dado que los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países, y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas, no sólo a las que se encuentran en actividad sino también a las que están por crearse. Esta misma situación la padece las microempresas (Saavedra, *et al.*, 2014).

Ferraro y Goldstein (2011) señalan que el racionamiento del crédito puede obstaculizar los procesos de inversión para ampliar la capacidad de producción o realizar innovaciones y, en casos más extremos, incluso puede implicar el cierre de las empresas. Además, el escaso desarrollo de las industrias de capital de riesgo o de mecanismos de financiamiento para start-up reduce la tasa de nacimiento de empresas y la posibilidad de contar con un mayor número de empresas dinámicas en la economía.

Cuando el crédito está disponible para pequeños negocios calificados muchos evitan la búsqueda de financiamiento por la adversidad que sienten hacia el sector financiero, limitando de este modo su crecimiento. De otro lado, la banca privada también ha limitado el financiamiento a este sector por el alto riesgo que representa al ser más vulnerable ante la estabilidad económica. Estas cuestiones de limitación conllevan a los problemas de acceso al financiamiento que enfrentan tanto de los que solicitan como de los que otorgan el crédito. Este tipo de problemas de acceso disminuye la fiabilidad del crédito.

Se tiene la presencia de estudios que hablan sobre los financiamientos dentro de las empresas, en ellos se muestra que uno de los principales inconvenientes es el acceso al crédito, por lo tanto, se busca que las empresas se involucren más en el mercado financiero para que no caigan solo en el autofinanciamiento. Por mencionar, en el estudio denominado El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente, los autores buscan analizar las características del financiamiento de las Pymes en México durante los últimos años. El documento explica la reducida participación del crédito a las Pymes ya que según los autores la baja canalización del crédito obedece a un conjunto de factores de naturaleza estructural bien identificados en la literatura: alta mortalidad de pymes, insuficiente información sobre las empresas, información asimétrica, daño moral, elevado costo del crédito, etc., mostrando alta dependencia de recursos propios. En otro estudio realizado en Argentina se buscaba analizar los problemas de las fallas del mercado y el problema de la información que sufren las pymes para solicitar financiamiento, la investigación se realizó desde un punto de vista teórico y empírico. A partir de ello los autores buscan diseñar propuestas para mejorar el acceso de financiamiento a las pymes, ya que la disponibilidad de capital es muy importante para invertir en las empresas.

De igual manera, en estos países como en Colombia, Costa Rica y en general América Latina, el financiamiento es importante dentro de las empresas, sin embargo, se tienen serios

problemas de accesibilidad al mismo, por ello, se buscan nuevas formas que faciliten al negocio entrar a los mercados financieros, ya que ello viene a representar una cuestión más dinámica, ya que un alto número de empresas que vive en la informalidad solo emplea como principal abastecedor de recursos los proporcionados por las fuentes internas de financiamiento.

1.2.1 Situación de las mypes y el desempeño empresarial en el mercado: un enfoque teórico

El tema de las mypes (micro y pequeñas empresas) en los últimos años ha hecho que surja extensa literatura que hable del desarrollo que han tenido éstas desde diferentes ámbitos en los que se ven envueltas, tales como el económico, administrativo, estratégico, político; enfocadas en temas específicos como la supervivencia, crecimiento, competitividad y rentabilidad (Toledo, 2008). Se ha demostrado, además, que una empresa es un sistema perfecto que se ve afectada por factores internos y externos a ella, la cual tiene relación directa con los distintos departamentos que la integran.

Cuando hablamos de empresas usualmente las conocemos como organizaciones con fines de lucro, que se crean con el propósito de garantizar un beneficio económico mediante el desarrollo de actividades orientadas a satisfacer necesidades ya sea produciendo o comercializando bienes o servicios. Sin embargo, el concepto se torna diferente de acuerdo al ámbito de estudio del cual se parte como lo es desde el punto de vista económico, jurídico, sociólogo, administrativo entre otros.

A partir de lo anterior, entenderemos a la empresa como la define García y Casanueva (2000), como una "*entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados*".

Independiente del término usado en cada ámbito en que se maneje, se destaca la importancia que las mypes (incluyendo a las medianas empresas en el término) reportan, principalmente a la economía de cualquier país. Por mencionar su contribución al valor agregado de una economía tanto local como nacional, su participación en la creación de empleos, fortalecimiento al crecimiento regional o local, además que propicia el emprendimiento (Hart, 2000; liedholm, 2002; Storey, 2003).

Según Liedholm y Mead (1999) en términos de crecimiento económico se distinguen dos tipos de mypes: las dinámicas y las tradicionales. Las dinámicas son aquellas orientadas al crecimiento, los dueños son menos adversos al riesgo, exploran oportunidades y tienen intenciones de hacer crecer el negocio. Las tradicionales están limitadas a acceder a recursos tradicionales del entorno, en la mayoría de los casos son de subsistencia y pueden desaparecer en cualquier momento. Una empresa dinámica tiene intenciones de crecer. Pero cuando hay interacción con el ambiente económico, social, cultural, político, y empresarial enfrentan obstáculos que limitan el desarrollo de estas firmas provocando el cierre de las mismas.

El crecimiento de las empresas es crucial para lograr una ventaja competitiva, consolidarse y permanecer en el mercado ya que constituyen una gran oportunidad para el desarrollo económico a nivel local, regional y nacional (Hussain, Millman, 2006). Estas condiciones de crecimiento y desarrollo describen el desempeño que tienen las empresas, donde el concepto va estrictamente ligado con la capacidad que tiene una organización para cumplir sus metas, para adaptarse al entorno y para hacer uso racional de los recursos que este le proporciona y para cumplir con sus lineamientos estratégicos (Pérez, 2013).

Para poder explicar el crecimiento y desarrollo de las empresas, se debe identificar las características que diferencian a las firmas que crecen de las que no crecen o mueren, así mismo, identificar aspectos que representa al desempeño como lo es la rentabilidad, innovación, supervivencia, etc. La rentabilidad permite identificar la relación que se tuvo entre las ganancias y la inversión empleada. A través de ello conocer si hubo crecimiento o decrecimiento. Respecto de la innovación esta visualiza las transformaciones de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado, en algún proceso operativo en la industria y en el comercio (CEEI, 2012). Cabe mencionar que cuando se habla de innovación esta se puede presentar de cuatro formas dependiendo del objeto de innovación (en producto, en proceso, en organización y comercialización) (OSLO, 2005). En términos generales, este proceso va encaminado a hacer las cosas mejor o de manera diferente vinculado a la obtención de ganancias (Perrin (1995)). El termino supervivencia permite visualizar las características que permite a las empresas permanecer más tiempo en el mercado que otras.

Al analizar lo anterior, se observa que las empresas presentan dificultades. Para Morrison, Breen, y Ali (2003), los recursos que apoyan a las pequeñas empresas en sus intentos por crecer,

desarrollarse e internacionalizarse son limitados, es decir, el problema de crecimiento es un problema de escasez de recursos. Desde el punto de vista de la administración estratégica, esta muestra dos tendencias que reflejan cómo las empresas pueden permanecer en el mercado y crecer. Primero, se subraya la importancia de las estrategias de la empresa, tales como alianzas estratégicas, redes con otros países e inversión externa. Segundo los recursos intangibles. Así como menciona (Kalantaridis, 2004; Lu & Beamish, 2006; Westhead et al., 2001) la escasez de recursos tangibles e intangibles es el principal obstáculo que enfrenta la mayoría de las pequeñas y medianas empresas en economías desarrolladas y en desarrollo para su internacionalización y crecimiento.

Enfocándonos al sector de las microempresas, según Mac-Clure (2001) éstas abarcan una parte importante del empleo. Ya sea que representen un cambio en la estructura del mismo, o bien, una nueva manera de visualizarla, por ello se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial.

Al analizar las microempresas tenemos diversas definiciones de diversos autores que tratan de plasmar su esencia. Para esta investigación se tiene una definición que establece a la microempresa como un proyecto que da empleo a integrantes de una familia o un sector. Se tiene a continuación como la define Angulo (2005):

“Unidad de producción de bienes o servicios donde el propietario es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio. Esta unidad, debido a su tamaño, tiene la capacidad para absorber entre tres y cinco personas asalariadas, quienes preferentemente son miembros de la familia, o en todo caso, personas de la comunidad donde se ubica la empresa”

Pese a que existe una clara diferencia entre una micro, pequeña y mediana empresa, cada una guarda una clasificación en relación a los ingresos. De acuerdo con Hernández (2009), dentro de las actividades productivas informales las microempresas pueden clasificarse en:

- Microempresa de subsistencia

Estas remuneran de manera inadecuada al microempresario, no existiendo retribución al capital productivo. No se cubren los costos laborales. Opera en el sector informal

- Microempresa de acumulación simple

Son unidades productivas que solo generan el proceso productivo en el mismo volumen de producción que realizan.

- Microempresa de acumulación ampliada

Son negocios que alcanzan pagar al dueño, producir excedentes y crear trabajo que complementan la legislación laboral. Tienen posibilidades de volverse una pequeña empresa

Sin embargo, estas al igual que las empresas de otros sectores y tamaños, presentan una serie de problemáticas que las afectan. Se tiene que la mayoría de estas firmas no son rentables y están sirviendo a un mercado local o nacional, donde en la mayoría de los casos no cuentan con las bases adecuadas al momento de su formación. Además, la mayor parte de estas firmas tienen poca inclinación a crecer, la cual dificulta su inserción en el mercado internacional (Fernández y Nieto, 2005).

Dentro de los problemas que afectan el desempeño de las micro o pequeñas empresas, destacan los relacionados al entorno interno del negocio, por mencionar, fallas en cuanto al conocimiento del empresario (conocimientos de administración, finanzas, ventas, etc), no contar con soporte para obtener créditos, desconocimiento del mercado y del producto, falta de innovación, baja rentabilidad. Son problemas que de no atenderse se puede traducir en el peor de los escenarios, que es el cierre de la empresa (Hernández, 2008). Además de acuerdo a Audretsch, Houweling y Thurik (2000), ellos establecen que un indicador para determinar la supervivencia se encuentra en la relación positiva entre el tamaño empresarial en el momento de iniciación de la empresa y su posterior desempeño. Por lo que se esperaría que las microempresas tuvieran de entrada una adecuada planeación, lo cual la gran mayoría no posee pues las bases sobre las cuales se fundan no son a largo plazo o con miras de crecimiento, pues se tiene emprendimientos de subsistencia.

En el momento que se toma la decisión de iniciar con una empresa, esta decisión usualmente lleva dos corrientes teniendo en un momento dado la decisión por necesidad en donde la creación de la empresa es la única alternativa de empleo que tiene al alcance el emprendedor, y la decisión por oportunidad, la cual obedece a la identificación de una oportunidad de negocio por parte del emprendedor (Valls *et al*, 2012).

Es en este sentido donde Segarra y Callejón (2002) mencionan que una empresa pequeña no podría beneficiarse de las ventajas derivadas de las economías de escala, de un mejor acceso a mercados financieros o de una mejor disponibilidad de personal. Esto la pondría en desventaja con las grandes empresas si aunado a ello se tiene un bajo desempeño empresarial. Pues como lo mencionan varios autores a menor tamaño de la empresa y con bajos niveles de desempeño menor es la tasa de supervivencia (Dunne y Roberts, 1986; Storey, 1994).

Desde la perspectiva evolucionista de la empresa, como señalan Segarra y Callejón (2002) el abandono de la actividad empresarial o la falta de iniciativa está asociado a la percepción de nuevas y mejores oportunidades en el ámbito laboral. Donde la entrada y cierre de empresas responde a un ciclo natural de renovación de la estructura empresarial. Destacan que la variable más representativa del éxito y desempeño eficiente de una empresa sea su supervivencia. Es por ello que se busca que las empresas sobrevivan asegurando su crecimiento en el largo plazo.

Analizando la situación que enfrentan las micro y pequeñas empresas, en economías emergentes se destaca que mypes como las pertenecientes al sector artesanal presentan las mismas condiciones de la problemática antes mencionada (bajo desempeño en términos de innovación y rentabilidad, poco crecimiento y nula supervivencia en el mercado). El sector artesanal enfrenta el mismo problema de escasez de recursos que la mayoría de las mypes en economías desarrolladas y en desarrollo. Se tienen similares problemas para este sector. Los factores que dan origen a los problemas de estas empresas varían. Para Hernández, *et al.*, (2004) la competitividad de la industria artesanal es afectada por el ambiente fragmentado en el que operan, en el cual, el tamaño del mercado, bajo crecimiento, la alta concentración de competidores, falta de innovación, la ausencia de economías de escala y el bajo volumen de producción y comercialización afecta el precio del producto y la rentabilidad de las firmas.

Dentro de los estudios realizados a las pymes artesanales partiendo del análisis de la administración estratégica para conocer alternativas de consolidación, crecimiento y supervivencia, estos han sido recientes. Pero al igual que el estudio de economías emergentes que explican el desempeño en términos de crecimiento y supervivencia de las empresas como un problema de escasos recursos, destacan haciendo énfasis en que los recursos tangibles e intangibles, como lo son las características del emprendedor, financiamiento, tecnología, estrategia de comercialización y de empresa, entre otros, son los recursos más asociados al desarrollo,

consolidación y permanencia de las firmas (Domínguez *et al.*, 2008; Hernández *et al.*, 2004; Hernández *et al.*, 2007).

1.2.2 Caracterización del sector artesanal: principales aspectos

El oficio artesanal es una de las prácticas más antiguas de la humanidad. Es por ello que son reconocidas en el mundo por sus variados diseños, su carácter exótico, y sobre todo por su calidad. No obstante, las formas de organización de los artesanos, no han permitido un adecuado desarrollo, crecimiento y fortalecimiento del sector (Acevedo y Gazabón, 2009).

Una definición que muestra en gran medida la esencia de lo que significa la actividad artesanal, es la que proporciona el Simposio UNESCO/CCI (2001) "La artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera" (1997), la cual menciona:

“es la actividad económica y cultural destinada a la elaboración y producción de bienes ya sea totalmente a mano o con ayuda de herramientas manuales, e incluso medios mecánicos, siempre y cuando el valor agregado sea compuesto por la mano de obra directa y ésta continúe siendo el componente más importante del producto acabado, pudiendo la naturaleza de los productos estar basada en sus características distintivas, intrínsecas al bien final ya sea en términos de valor histórico, cultural, utilitario o estético, que cumplen una función social reconocida, empleando materias primas originarias de las zonas de origen y que se identifiquen con un lugar de producción”.

Partiendo de lo anterior, el valor que guardan las piezas viene dado por el tiempo y dedicación de su elaboración, punto que, si bien es su característica primordial, también es su desventaja más grande.

El negocio artesanal guarda características que las hacen únicas en su tipo, por mencionar, en la gran mayoría de los casos, se trata de micro y pequeñas empresas de composición familiar. Esto debido a la tradición de su elaboración que viene dada de generación en generación desde que se inició con la práctica de la actividad. Se tiene la presencia de uso de herramientas rudimentarias, lo que le da esencia a las piezas. Esto involucra la participación completamente manual de los artesanos. Así se tienen jornadas intensivas y extensivas de trabajo de acuerdo a lo que requiera la pieza. Debido a las características que presentan los negocios, estos se ven envueltos en mercados de competencia pura y perfecta (Hernández *et al.*, 2005).

Las empresas de composición familiar representan una parte importante de todo el conglomerado que conforman las microempresas, y en caso de las pertenecientes al sector artesanal no son la excepción. Este tipo de empresa manifiesta necesidades y problemas, así como beneficios y fortalezas. Aspectos a los que hay que prestar atención en este tipo de empresa independientemente del giro al que pertenezcan, para ayudar a que tengan un adecuado crecimiento y desarrollo, son las relacionadas a cuestiones como la separación de la familia de los temas relacionados con aspectos corporativos, la sucesión del negocio, la iniciativa y visión del líder, barreras a la innovación, diferencias en los objetivos buscados por los líderes del negocio, entre otros.

Ahora bien, el marco en el cual se manejan las artesanías muestra un escenario tanto optimista como pesimista. Dentro de las cuestiones optimistas se encuentran aspectos culturales y de identidad que guarda un pueblo que tiene un gran potencial para lograr su propio desarrollo. Respecto del escenario pesimista las opiniones parten en calificar a la artesanía como una actividad productiva que pertenece a un sector pobre con vagos conocimientos en administración, baja calidad en productos y sin el conocimiento del gobierno como actividad potencialmente competitiva (Hernández *et al*, 2007).

El desempeño económico en los negocios artesanales depende de factores internos como el manejo eficiente de los recursos y las características de la organización, y de factores externos que van en buena medida con la influencia del medio y de las oportunidades.

Un aspecto considerable que tiene esta actividad, es el reconocimiento que han tenido a nivel nacional e internación, razón por lo cual las han nombrado competitivas. Estudios realizados por Hernández, Domínguez y Ramos (2002) y Domínguez, Hernández, Domínguez y Toledo (2004) muestran que dentro de los factores internos que explican la competitividad de los negocios de artesanías, un elemento importante es el nivel de educación de los dueños, pues mientras que el artesano tenga mayor preparación y en la medida que ésta se transmita a las generaciones futuras, se tendrá mayor visión y por lo tanto la capacidad de que el negocio sea más competitivo. Esto se refleja también en la mayor adquisición de programas de apoyos, principalmente financieros. Además, la competitividad en los negocios de artesanías se manifiesta como el resultado de una cadena de actividades de innovación, de transformaciones sucesivas derivadas de la creatividad de los artesanos y de la aplicación de las estrategias de diferenciación al producto y al servicio.

Uno de los resultados directos de estos establecimientos es la generación de empleo, obtención de ingresos, fomentar la cultura y el desarrollo, entre otros. Según Aguirre (2008), hablando propiamente del empleo, este conlleva a mejorar aspectos como salud, conducta personal y vida social. Puede considerarse que el trabajo en su dimensión social es el medio principal a través del cual la persona se relaciona con la sociedad y contribuye al mantenimiento de la misma. La primera función del trabajo es, por tanto, la de proveer de los medios necesarios para poder subsistir y humanizarse dentro de este sector.

Se resalta el hecho que cuando las características del producto artesanal, las habilidades del negocio, poca inversión y las posibilidades para generar estrategias competitivas no son adecuadas al mercado, la innovación del producto es la que tiende a determinar el incremento en la rentabilidad del negocio, por lo que la disposición de inversión se hace necesaria (Sánchez, 2009).

En la mayoría de las ocasiones se tiene que, debido a los malos cimientos de la empresa al momento de formarla, lleva a que se encuentre débil cuando se presentan situaciones o problemas ajenas a la misma no pudiendo contrarrestar los efectos, originando una mala toma de decisiones restringiendo la vida del negocio a futuro por mal desempeño.

Se trata de una serie de cuestiones que envuelven a la actividad en un escenario pesimista, donde se manejan aspectos que afectan el crecimiento y desempeño, y, por ende, la supervivencia en el largo plazo del sector. De acuerdo al departamento nacional de planeación en su publicación del RIITFA (2007) que hace comparaciones de la situación artesanal en países de Latinoamérica determina que, para el caso de *Colombia*, el sector artesanal muestra falencias en aspectos como: deficientes procesos de producción (manejo de herramientas simples), baja capacidad financiera, falta de canales de distribución, desarrollo tecnológico y capital humano, ausencia de mecanismos de planeación de la producción e inadecuados volúmenes si se considera el mercado potencial, entre otros. Para el caso de *Argentina*, las debilidades que presenta el sector van desde faltas de políticas públicas hacia el sector, falta de apoyos crediticios para acceder a equipamientos, carácter marginal de la artesanía en el contexto nacional, escasa actualización tecnológica, la carencia de modelos y referencias empresariales de la actividad, delimitación de la artesanía en el contexto de la economía nacional, falta de oportunidad y estímulo para integrar a los artesanos a sistemas productivos y comerciales permanentes, elevada competencia de artesanías importadas de bajo

costo y productos sustitutivos, entre otros. La situación de la artesanía en *Chile* tiene por obstáculos la existencia de pocas instancias masivas de comercialización, así como estacionalidad de la producción y comercialización. Para Ecuador dentro de los problemas que enfrenta este sector es falta de maquinaria y de tecnología necesaria, no acceso al crédito para adquirir tecnología, falta de capacitación áreas básicas de la empresa, pérdida de artes tradicionales, falta de oportunidad y estímulo para integrar a los artesanos a sistemas productivos y comerciales permanentes.

Analizando el caso de *México*, destacan que es posible observar como la producción artesanías no se orienta hacia condiciones de negocio o empresariales, sino como el complemento de la tradición para cubrir necesidades básicas e inmediatas a través del intercambio de estos productos y de la venta al menudeo. Esta visión de corto alcance es una cultura arraigada por generaciones y que por medio de la educación y del desarrollo de competencias en los artesanos se tendrían mejores condiciones de competitividad, fomentando su crecimiento y esperanza de vida. Analizando la cuestión artesanal en un contexto diferente al analizado en América Latina, se puede apreciar que las dificultades son similares y son menores. Analizando el caso de *España*, vemos que las empresas artesanas españolas identifican muy pocas debilidades. Las más generalizadas son la dificultad para obtener financiación, el estar situadas en un segmento de mercado en el que hay una fuerte competencia con productos importados de baja calidad y la escasa rentabilidad del negocio. Otra debilidad encontrada fue la falta de una estrategia definida de crecimiento del negocio. Pero a pesar de esta situación que enfrentan, poseen grandes fortalezas y oportunidades que de explotarse adecuadamente pueden llevar a levantar este sector volviendo uno de los más productivos de sus respectivos países.

A menudo pues, la creación de empresas artesanales, especialmente las pequeñas o micro, no está necesariamente relacionadas con la adquisición de poder económico y grandes beneficios, sino más bien para apoyar un estilo de vida y/o una oportunidad para la estabilidad económica, por cuenta propia, o para tomar ventaja de que lo el entorno tiene que ofrecer (Lewis, 2008; Paige y Littrell, 2002; Reijonen, 2008; Shivani *et al*, 2006). Es así como se conforman estos negocios. Teniendo en la mayoría de los casos la conformación como empresas de subsistencia, la cual no busca un beneficio económico con miras de crecimiento en el largo plazo.

En muchos casos, la estructura organizativa de estas empresas de subsistencia permanece inmutable durante generaciones; pues los aumentos de las ventas son raros, la tecnología de

producción es rudimentaria, y los beneficios se aplican normalmente al autoconsumo en lugar de hacia la inversión. Sin embargo, hay casos contrarios donde lo que busca el artesano es la superación y crecimiento originando empresas con marcas reconocidas, propiciando desarrollo económico.

1.3 Microfinanciamiento en el desarrollo de microempresas

La idea de un microcrédito radica en el fomento del autoempleo como mecanismo para la erradicación de la pobreza, proporcionando a las personas de escasos recursos el acceso a un financiamiento para iniciar una actividad productiva que les ayude a mejorar su calidad de vida. Inician su actividad productiva a través de microempresas para con ello subsanar las necesidades básicas. En estos términos, la concepción del microfinanciamiento ha tomado un carácter mundial fomentando la implementación de fondos gubernamentales, la creación de organizaciones con y sin fines de lucro enfocadas en servicios microfinancieros e incentivando a los bancos a participar en este nicho de mercado (Rodríguez y Aguilar, 2013).

De igual manera que los microcréditos se otorgan a personas de escasos recursos, así también los apoyos financieros que otorgan determinadas instituciones prestan a las empresas de bajos recursos. Para tener un mejor entendimiento del concepto de financiamiento, a continuación, tenemos la definición según Fernández (2003), el cual lo define:

“como todo crédito concedido a un prestatario, sea persona natural o jurídica, o a un grupo de prestatarios con garantía solidaria, destinado a financiar actividades en pequeña escala, de producción, comercialización o servicios, cuya fuente principal de pago la constituye el producto de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, adecuadamente verificados por la institución del sistema financiero prestamista”.

De acuerdo a lo anterior, a la literatura y la función que tiene el microcrédito, la definición se complementa tomando la definición sugerida por la Cumbre del Microcrédito (Microcredit Summit, 2002), en el cual resalta que cuando se habla de microcréditos, nos encontramos ante pequeños préstamos destinados a personas pobres para proyectos de autoempleo generadores de renta. Normalmente, en las entidades bancarias las solicitudes de financiación deben estar respaldadas por garantías. El microcrédito sustituye estas garantías por medidas como formación y apoyo técnico, préstamos grupales y apoyo de entidades sociales.

Así como se mencionó anteriormente, los programas de microcrédito otorgan préstamos pequeños a la población de escasos recursos, a fin de que estos puedan emprender actividades por cuenta propia, que generen ingresos y les permitan mantenerse a sí mismos y a sus familias. En la mayoría de los casos, los programas de microcrédito ofrecen a sus clientes una combinación de servicios y recursos, además de crédito para el trabajo por cuenta propia. Suelen ofrecerse planes de ahorro, capacitación, sistemas de cooperación y el apoyo de personas que han tenido experiencias similares (González y Caballero, 2010).

Dentro de los beneficios que representan los microcréditos, se encuentran los siguientes de acuerdo lo menciona Hinojosa (2012):

- Contribuye al desarrollo de las capacidades del prestatario
- Promueve el emprendimiento a la vez que favorece el crecimiento de la microempresa
- Permite la adquisición de insumos básicos

La concepción de los microcréditos viene a ser aquella donde la gestión de los préstamos se supone es sencilla y de burocracia moderada, el período de tiempo de la devolución total del préstamo es corto y los desembolsos son pequeños y frecuentes, notando que lo más habitual es la devolución semanal o mensual de dichas cantidades (Lacalle, 2008). Adicionalmente, los microcréditos no se apoyan en una garantía física o en contratos cuyo cumplimiento se puede exigir por ley, sino en la confianza puesto que sus beneficiarios son familias pobres (Argandoña, 2009).

Sin embargo, no siempre sucede como se menciona anteriormente ya que a la hora de atender cualquier demanda de financiación, las entidades bancarias convencionales exigen una garantía real, generalmente hipotecaria, dependiendo del monto del crédito (Gutiérrez, 2009) que cubran posibles insolvencias de sus clientes. Ello hace que las personas sin recursos que desean poner en marcha un negocio no puedan aportar dichas garantías, por lo que han de buscar fuentes alternativas de crédito que suponen en general el pago de mayores tipos de interés (Gutiérrez-Nieto, 2006). La garantía tiene su característica propia en el microcrédito, ya que el deudor, en especial en el área rural, carece de documentos legales que acrediten la propiedad del bien inmueble o no posee físicamente uno, lo cual es común, por lo que en consecuencia se recurre a garantías no convencionales, generalmente de tipo fiduciario grupal (Gutiérrez, 2009).

Gulli (1999) señala que el punto de partida de las medidas para aumentar la eficacia de las microfinanzas consiste en evaluar las limitaciones reales de las personas de escasos recursos, o bien, de las empresas. Tanto las instituciones de microfinanzas como los microempresarios deben cumplir tres clases de condiciones para que los programas de microfinanzas lleguen a la población objetivo: voluntad, conocimiento y capacidad. La ausencia de cada una de ellas representa una causa diferente de falta de acceso al crédito. Las repercusiones de estas combinaciones en la normativa son claras: se necesitan intervenciones diferentes en distintos niveles.

Para Lacalle (2008), en el caso de las microempresas del sector informal, la financiación interna o autofinanciación resulta insuficiente para cubrir las necesidades de la empresa, por tanto, ésta debe acudir a la financiación exterior, haciéndose necesaria la existencia de los intermediarios financieros. Se tiene ante ello la presencia de una variedad de instituciones financieras para las micro y pequeñas empresas. León y Schareiner (1999), caracterizan a las instituciones financieras como aquéllas que proveen servicios financieros en base a recursos propios y/o aquellos provenientes del gobierno y/o de agencias internacionales. Estas organizaciones financieras pueden ser ellas mismas pequeñas o grandes, locales o foráneas. Dentro de estas instituciones tenemos como ejemplo:

- *Bancos de desarrollo*: incluyen usualmente programas de crédito subsidiado para pequeños productores rurales o urbanos (Adams, González Vega y Graham, 1984).
- *Cooperativas de crédito*: usualmente operan a escala menor; diversas experiencias fallidas les han permitido pobre atención a los requerimientos financieros de las mipes, pese a programas de ayuda externa (Richardson, 1994).
- *Organizaciones no gubernamentales (ONGs)*: usualmente tienen como fin último atender problemas de pobreza, siendo el crédito parte de los servicios provistos a sus grupos meta; éste es el tipo de institución favorecida actualmente por la comunidad internacional, bajo la expectativa de que sus objetivos sociales son similares (Schmidt y Zeitinger, 1996 y 1994).
- *Bancos comerciales*: cuyo rol, aunque pequeño ha empezado a expandirse para las mipes, por las diversas formas o arreglos institucionales hechas con donantes internacionales y otras ONGs (Chaves, E. y Chacaltana, 1994)

- Diversos agentes informales de crédito, cuyo rol en los requerimientos financieros de las MPEs parecen relevantes (Adams y Fitchett, 1994).

Sin embargo, además de los beneficios que se tienen por el uso de los microcréditos, se presentan dificultades o percances que limitan el acceso al mismo por parte de los micronegocios.

Para el caso de México, González y Caballero (2010) clasifican a las entidades que otorgan microcréditos a entidades destacando las siguientes:

Uniones de Crédito UC: Sociedades organizadas para facilitar el acceso al crédito de sus socios y debe integrarse con socios agrupados por la misma actividad económica.

Sociedades de Ahorro y Préstamo SAP: Tienen por objeto la captación de recursos exclusivamente de sus socios, mediante actos causantes de pasivo directo o contingente, quedando la sociedad obligada a cubrir el principal y, en su caso, los accesorios financieros de los recursos captados.

Bancos: instituciones de capital privado que otorgan microfinanciamiento a diversas actividades productivas, la mayoría de los créditos no son a fondo a perdido.

Banca de desarrollo: sociedades nacionales de crédito cuyo objetivo es atender las actividades productivas del país. En este rubro destaca Nacional Financiera.

Cajas Solidarias: Organismos de ahorro y crédito conformados por socios productores con recuperaciones que realizan a través de apoyos recibidos mediante programas productivos.

ONG's: Organizaciones privadas sin fines de lucro con diversos fines sociales entre ellos la canalización de micro créditos sin estar reguladas por el sistema financiero.

Cooperativas: La sociedad cooperativa es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios. Estas entidades son apoyadas por programas o fondos gubernamentales como:

Programa Nacional de Fomento al Microempresario: Tiene como objetivo fomentar que los microempresarios de todo el país se integren a las cadenas productivas vinculándolas a las pequeñas y medianas empresas a través de micro créditos.

Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad: Promueve acciones productivas tendientes a apoyar a los grupos que viven en situación de pobreza extrema con el fin de impulsar y fortalecer sus capacidades y potencialidades y propiciar su incorporación al desarrollo social.

Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario, PRONAFIM: tiene como objetivo impulsar las iniciativas productivas de los individuos y grupos sociales en condiciones de pobreza, mediante el fomento y promoción de un sistema de micro finanzas con la participación de Instituciones de Microfinanciamiento como canales para la distribución y ejecución del crédito en todas las regiones del país, con especial énfasis en aquellas que registren mayores índices de pobreza.

También se encuentran en el país representaciones de organizaciones internacionales como:

Fundación para el Desarrollo Sostenible (FUNDES): Organización que busca el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas, impulsando diversos programas desde una perspectiva integral, y que a la vez constituyan un efectivo aporte al desarrollo de las empresas.

Fundación Grameen: Provee de conocimiento a las ONG's locales para el otorgamiento de micro créditos sin garantía a los más pobres de los pobres, para luchar contra la pobreza y propiciar el desarrollo de las condiciones socioeconómicas de los pobres, quienes son excluidos del sistema bancario comercial.

En este aspecto, dentro de los bancos de desarrollo con que cuenta México, Nacional Financiera S.N.C destaca por su participación en el apoyo financiero al sector empresarial. Ya que los servicios que proporciona facilitan la obtención de financiamientos a los proyectos de inversión de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de los sectores industrial, comercial, y de servicios, mediante la red de intermediación financiera bancaria y no bancaria; así como la capacitación y servicios de ayuda empresarial para llevar a cabo las actividades empresariales de una mejor manera. Además, tiene diversas líneas estratégicas de operación, que tienen que ver con programas de masificación del crédito y financiamientos estructurados que tengan que ver con sustentabilidad e innovación que pone a disposición de las empresas (BD, 2010). Este sistema apoya a las empresas de todos los estados directamente o bien, como intermediarios de otros organismos locales en favor del crecimiento económico empresarial. Por ello NAFINSA moderniza sus mecanismos de apoyo a favor de las detonantes del empleo que son las empresas.

Es importante mencionar que no todos los servicios microfinancieros se canalizan a las microempresas, así como no todas las microempresas reciben microcréditos de apoyo por parte de las instituciones microfinancieras (Esquivel y Hernández, 2007). La labor del financiamiento en las empresas como bien se mencionó colabora para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercado, aumentar la producción, construir o adquirir nuevas plantas, hacer alguna otra inversión donde la empresa vea beneficios para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado.

Conclusiones del capítulo

Un primer elemento que llama la atención es la caracterización de la importancia de los recursos que son importantes en una empresa para que esta crezca y se desarrolle bien tanto local como regionalmente. Se puede visualizar en el texto la estrecha relación que se tiene con lo que la teoría plantea. La importancia de los recursos financieros por sí mismos es grande, ahora si lo plasmamos dentro de la empresa a esta le permite entre otros aspectos a materializar proyectos de inversión que son importantes para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Atendiendo la importancia de las microempresas por su contribución a la economía local, presentan una serie de problemas en su camino de crecimiento y desarrollo, siendo uno de ellos el allegarse de financiamiento. Ante ello no es posible eludir una serie de dificultades que traen consigo los microcréditos, donde problemas como el acceso, un mal manejo de los mismos, la informalidad de las empresas, altos requerimientos o garantías, repercute de manera negativa en las empresas.

Se recalca la relevancia que tienen los microcréditos en las empresas atendiendo al objetivo que ellos buscan cubrir. El desarrollo y crecimiento de las empresas principalmente de las de nivel micro, se ve impulsado por los recursos financieros, ya que representan un impulso para inversiones que conlleven a su crecimiento en el mercado. Se tiene así la presencia de diversos organismos de fuentes externas (tanto públicos como privados) que buscan brindar apoyo a las microempresas a través de microcréditos para con ello apoyar el subsanar debilidades de las empresas, o bien, ayude a la apertura de un nuevo negocio. Sin embargo, se puede apreciar que en las empresas intervienen otros aspectos que influyen en su desarrollo y que tiene impacto en las

mismas de manera considerable, como el caso del sector artesanal donde se ve factores como la cultura, conflictos sociales, ubicación, entre otros., que afectan de manera considerable su actuar.

Finalmente, se puede apreciar la importancia que tienen los financiamientos en los negocios, y los pertenecientes al sector artesanal no es la excepción. Como se muestra en un estudio realizado en España, donde al estudiar las barreras que presenta la artesanía, la falta de financiación, entre otros, fungía como uno de los problemas a los que se enfrentan los negocios y que aquejan su crecimiento desarrollo (Álgida, 2010). De la misma manera ocurre en países latinos, donde se destaca el financiamiento dentro de los diversos problemas que enfrentan los micronegocios artesanales, sin embargo, que tanto impacte o afecte depende de las condiciones de los mismos

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y CONTEXTO EMPRESARIAL DE LOS ARTESANOS DE SAN BARTOLO COYOTEPEC

*“En México el arte popular es una actividad socioeconómica.
A ella se dedican muchas personas que así expresan
las tradiciones de identidad nacional y, además,
interpretan la sensibilidad artística del pueblo”.*

Martínez Peñaloza Porfirio, periodista, poeta, escritor y académico
Michoacán, México

El presente capítulo tiene por objetivo plasmar el contexto de la comunidad y la actividad empresarial en donde se pretende llevar a cabo la investigación. Conocer el contexto en el cual se desarrolla una localidad permitirá tener una visión de cómo se conforma la misma en los diferentes ámbitos. Para ello se muestra como se compone la localidad en términos geográficos con lo que se tomara de base para tener una concepción más clara del comportamiento empresarial que presenta la comunidad y porque es tan importante la cuestión cultural en todo esto. Es decir, **cómo** influye este factor en darle identidad a la práctica artesanal como actividad empresarial.

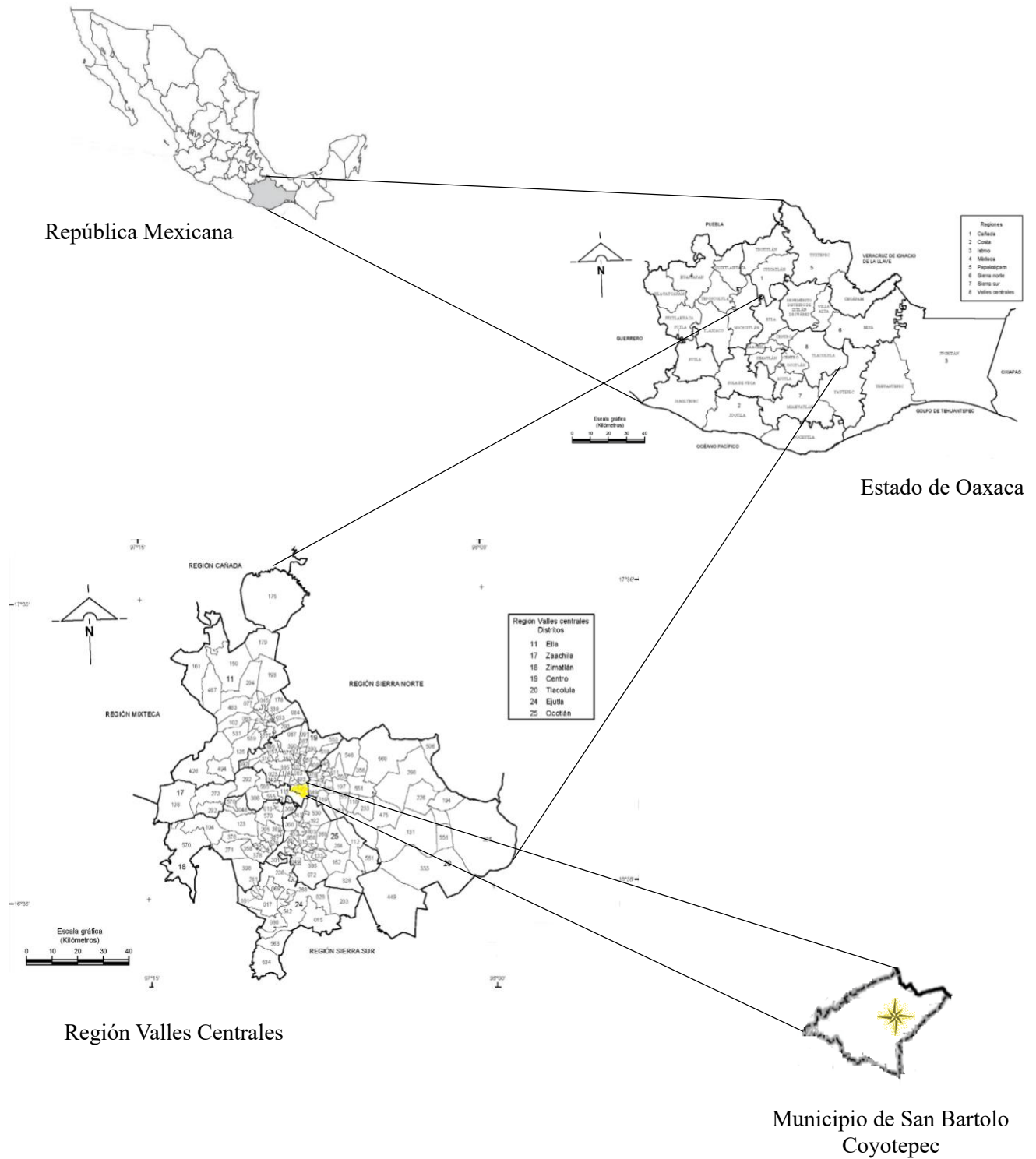
2.1 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

Primeramente, se abordará los aspectos geográficos concernientes a la comunidad, seguido, se presentan las características sociales y demográficas reflejado en los diferentes apartados que se presentan. Se presenta información que se ha considerado de relevancia para tener una visión completa de la comunidad de San Bartolo Coyotepec, Oaxaca.

2.1.1 Aspectos geográficos

San Bartolo Coyotepec se ubica en el distrito Centro al sur de la capital del estado, en la región de Valles Centrales (Ver figura 1). La distancia entre la ciudad de Oaxaca de Juárez y la comunidad de San Bartolo Coyotepec es de 12 kilómetros. El municipio está comprendido entre los 16° 57' 29° de latitud norte y los 96° 42' 27° de longitud oeste; se encuentra a una altitud máxima de 2 200 msnm. Limita al norte con Santa María Coyotepec, al sur con Santa Catarina Quiane, San Martín Tilcajete y Santo Tomás Jalieza, al oeste con Villa de Zaachila y al este con San Martín Teitipac (INEGI, 2010).

Figura 2.1: Localización geográfica de San Bartolo Coyotepec



Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida de Perspectiva Estadística Oaxaca 2010, 2012, 2013. Obtenida en <https://ferrusca.files.wordpress.com/2013/03/pers-oax.pdf>

El municipio tiene una superficie total de 41.49 km² lo que representa el 0.04 por ciento de la superficie total del estado. Cuenta con una gran región montañosa compuesta por Piedra Redonda, Chivagua Grande, Chivagua Chica, Guinise Grande. La región es atravesada por dos ríos y su clima es templado característico de la región de Valles Centrales (Inafed, 2016).

La comunidad se caracteriza por sus recursos naturales los cuales lo integran sus tierras de cultivo agrícola, así como los pastos para la cría de ganado la cual es una actividad muy importante. Esto favorecido por la ubicación del municipio dentro de la región Valles Centrales lo que propicia que un 48 por ciento del territorio sea plano, un 20 por ciento lomerío y un 32 por ciento de cerro.

Al igual que la mayoría de los pueblos y comunidades asentados en los Valles Centrales, San Bartolo Coyotepec cuenta con la mayor parte de su terreno de superficie plana con lomeríos suaves sobre todo en la parte poniente, sur y donde se encuentra asentado el caso de la población, también presenta una cordillera montañosa en la parte oriente y es aquí donde se presentan plantaciones forestales naturales de especies no maderables como bosque de encino y jarilla (CMDRSSBC, 2008).

El tipo de suelo localizado en el municipio es el luvisol crónico, de color negro o gris, muy arcilloso, es regojos cuando esta húmedo y muy duro cuando está seco, en ocasiones es de composición salina su uso agrícola es muy extenso variado y productivo, muy fértil. Por lo cual los habitantes se han dedicado a la agricultura semi-mecanizada. La presencia de una mina para extracción de barro, es fundamental para el desarrollo de la actividad artesanal. El clima predominante es el templado, con vientos dominantes del norte. En todo el territorio municipal no se presentan heladas.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DEL MUNICIPIO: ASPECTOS SOCIALES

2.2.1 Población

San Bartolo Coyotepec, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 se registró que la población total del municipio fue de 8,684 personas, de los cuales 4,141 fueron hombres y 4,543 mujeres. El total de la población de la comunidad represento el 0.2 por ciento de la población del total del estado.

Sin embargo, aun cuando en la población se tiene más presencia de mujeres, el grado de educación con la que cuenta la comunidad es un poco baja dentro de la población femenina, dando mayor oportunidad a la población masculina el asistir a clases.

Cuadro 1.1 Grado promedio de escolaridad

| Indicador | Total | Hombres | Mujeres |
|-------------------------------|--------------|----------------|----------------|
| Grado promedio de escolaridad | 9.53 | 9.80 | 9.30 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INEGI, 2010

Se puede apreciar que, en cuanto a la población femenina, esta se destina a realizar actividades varias siendo una de las más importantes, las actividades artesanales y las cuestiones del hogar. Se observa que se logra cubrir educación básica para toda la población. Lo anterior se ve reflejado en el bajo porcentaje de personas analfabetas en la comunidad el cual se estiman en un 4.73 por ciento del total de la población. Siendo una de las comunidades con mejores niveles de educación dentro del estado.

Cuadro 2.2 Población de 15 años y más, analfabeta según sexo, 2010

| | Total | Analfabeta | Porcentaje |
|----------------|--------------|-------------------|-------------------|
| Hombres | 2,840 | 85 | 2.99 |
| Mujeres | 3,314 | 206 | 6.22 |
| Total | 6,154 | 291 | 4.73 |

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INEGI, 2010

Sin duda, el alto porcentaje de escolaridad en la población la cataloga como una de las comunidades con mejores niveles de educación dentro del estado. Sin embargo, es en la población varonil donde es casi nulo el número de analfabetas, se ve reflejado en las estadísticas que la mayor oportunidad de superación escolar viene dada con mayor favoritismo para la población varonil.

2.2.2 Centros de salud o instituciones

La comunidad, al gozar de buena ubicación geográfica estable, la hizo merecedora para que dos de las principales instituciones médicas del estado se pudieran instalar en ese territorio. Tenemos la presencia del Hospital Regional de Alta Especialidad de Oaxaca y el Hospital de la Niñez Oaxaqueña. Del mismo modo, la población tiene acceso a diversos servicios de salud, teniendo oficinas y centros en la comunidad y las principales instalaciones en la capital del estado. Esto se aprecia en la información obtenida del censo de Población y Vivienda 2010.

Cuadro 2.3 Población total según derechohabencia a servicios de salud por sexo, 2010

| | Población total | derechohabiente | | | | | | No derechohab | |
|-----------|-----------------|-----------------|-------|----------------|---------------|----------------|---------------------|---------------|-------|
| | | IMSS | ISSTE | ISSSTE estatal | Pemex, marina | Seguro popular | Institución privada | | Otro |
| H | 4,141 | 923 | 620 | 14 | 1,219 | 27 | 17 | 24 | 1,276 |
| M | 4,543 | 951 | 728 | 19 | 1,512 | 32 | 20 | 22 | 1,239 |
| To | 8,684 | 1,874 | 1,348 | 33 | 2,731 | 59 | 37 | 46 | 2,515 |

Fuente: SNIM, 2016

De igual manera no se descarta la participación de la medicina tradicional o medicina natural, de la cual los pobladores conocen y hacen uso de ella de mucho tiempo atrás.

2.2.3 Marginación

Resalta el hecho que, a pesar del alto índice de marginación existente dentro del Estado, la comunidad se caracteriza por presentar un grado de marginación bajo y un grado de rezago social municipal muy bajo de acuerdo a estimaciones del CONEVAL, 2010.

Cuadro 2.4 Indicadores de marginación, 2010

| Indicador | Valor |
|----------------------------------|----------|
| Índice de marginación | -1.00730 |
| Grado de marginación | Muy bajo |
| Índice de marginación de 0 a 100 | 16.29 |
| Lugar a nivel estatal | 551 |
| Lugar a nivel nacional | 2044 |

Nota: (*) CONAPO clasifica el grado de marginación en: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de INEGI, 2010

Esto muestra que de acuerdo a las condiciones que presente el municipio impacta directo en la situación que manifiesta la comunidad. Una de las razones de este hecho de baja marginación, se encuentra la ventaja de colindar con la capital del estado, además de participar en una de las actividades artesanales de la que son una de las comunidades productores principales. Sin embargo, la comunidad presenta niveles de pobreza que si bien no cifras críticas, se encuentra en al menos tres categorías de la misma (pobreza, pobreza moderada y pobreza extrema). En otra publicación dos años más tarde, se tiene que la comunidad pertenece a los municipios con menor porcentaje de población en pobreza al igual que fueron San Sebastián Tutla, San Pablo Etla,

Guelatao de Juárez, Santa María del Tule, San Andrés Huayápam, Oaxaca de Juárez, El Espinal, Nazareno Etlá. La mayoría apoyada por el hecho de colindar con la capital del estado (CONEVAL, 2012).

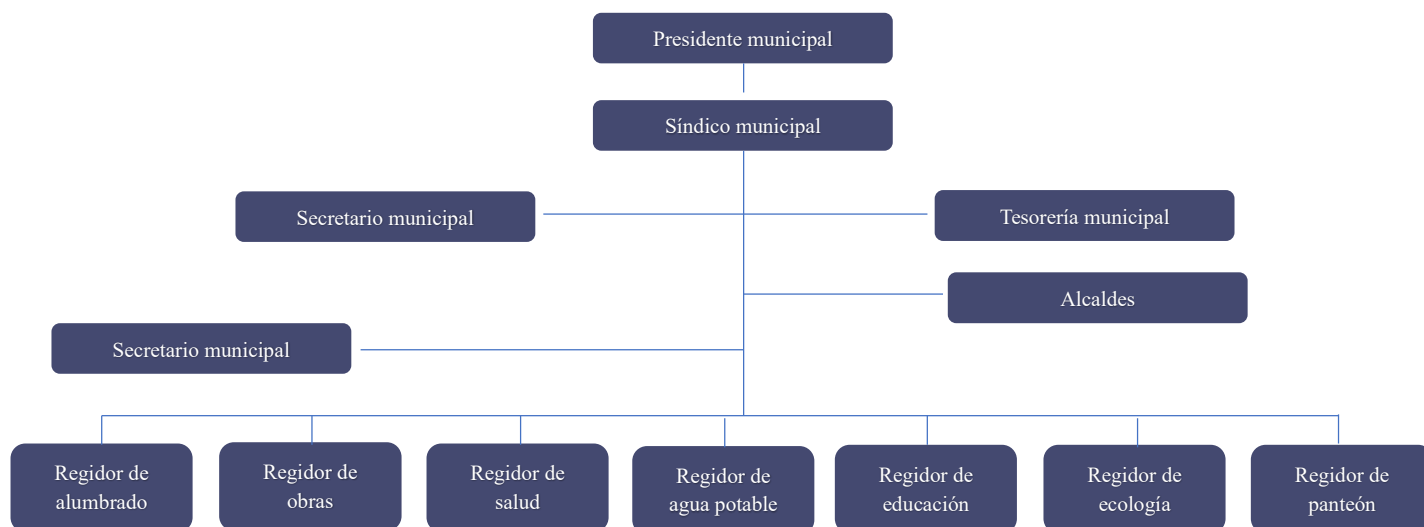
2.2.4 Lengua

La comunidad de San Bartolo Coyotepec, se caracteriza por pertenecer al grupo étnico zapoteca, los pueblos zapotecos son uno de los grupos más dinámicos del país (Coronel, 2006). El grupo etnolingüístico zapoteco ocupa el tercer lugar entre la población indígena de México, con alrededor de 407, 458 hablantes distribuidos por todo el territorio nacional (Serrano et al.; 2002). En Oaxaca representan el núcleo de una de las culturas más importantes del estado; es por ello que en el Estado este grupo es el más numeroso y extendido. Cabe mencionar que los zapotecos se subdividen en zapotecos de los Valles Centrales, de la Sierra Norte, de la Sierra Sur y del Istmo de Tehuantepec. Es la generación de adultos mayores los que conservan aun practican esta lengua, sin embargo, la esencia de la lengua se está perdiendo para las generaciones jóvenes.

2.2.5 Administración municipal

En el municipio de San Bartolo Coyotepec, la autoridad se elige por el sistema de “Usos y Costumbres” para un periodo de tres años, el cual eligen mediante una asamblea general. Este sistema se basa en valores colectivos de representación política y privilegia del consenso para la elección o designación de quienes ocuparán cargos. Cabe mencionar que la naturaleza social y conflictiva de algunos miembros de la comunidad, hace que aún en el marco de los usos y costumbres se formen grupos o corrientes políticas. El procedimiento de votación es variable y tiende a ser de manera pública y no secreta (PMD, 2013).

Diagrama 2.1 Estructura del H. Ayuntamiento de San Bartolo Coyotepec



Fuente: Elaboración propia con base en información del programa municipal de desarrollo 2011-2013

2.2.6 Otros actores de la administración (usos y costumbres)

Los actores sociales principales en el municipio son los representantes de los comités, los representantes de bienes comunales y ejidales, así como los Mayordomos y representantes de las hermandades religiosas. En el caso de la autoridad agraria, esta se constituyó en Comisariado de Bienes Ejidales y Comisariado de Bienes Comunales.

Actualmente existen en el padrón del 2008 un total de 179 ejidatarios, con un número de 263 hectáreas. El Comisariado de Bienes Comunales se integró formalmente en 1992, una vez que se separaron de los Bienes Ejidales, se tiene aún en día el empleo de usos y costumbres.

2.2.7 Instituciones

En la cabecera municipal se cuenta con una oficina de Registro Civil, la cual brinda servicio específicamente a la población. La presencia institucional representa un potencial muy importante en el territorio municipal. En el municipio, además, están instaladas las oficinas de importantes dependencias del sector salud, como son:

- Consejo Estatal para la Prevención y Control del Sida (COESIDA)
- Centro de Integración Juvenil
- Hospital del Niño
- Hospital de Especialidades

2.3 CONTEXTO EMPRESARIAL

2.3.1 Actividades económicas

Hablando propiamente de la actividad económica en San Bartolo Coyotepec, no existe la industria y transformación a gran escala, ya que las industrias establecidas son de propietarios ajenos a la localidad que se instalaron en este territorio por las ventajas de ubicación. Dentro de las empresas encontramos a Grupo Modelo y la embotelladora de agua GUGAR empresas que son muy reconocidas a nivel local (PMD, 2013). De igual manera se tiene la presencia de otros tipos de negocios pertenecientes a los diferentes sectores, que por su tamaño son consideradas microempresas las cuales son parte importante de la economía de la localidad. Se tiene el caso de misceláneas, carpinterías, restaurantes, hoteles, entre otros negocios.

En cuanto a la actividad agrícola la superficie dedicada a la agricultura se estima no rebasa las 400 hectáreas, las cuales se encuentran distribuidas en las localidades de San Bartolo Coyotepec y Reyes Mantecón. Esta no es considerada la actividad principal como lo es en otras localidades. Por lo que la mayor parte de los terrenos agrícolas son de uso temporal.

Si bien dentro de la localidad se tiene la presencia de empresas de servicios, comercio y manufactura, la actividad artesanal viene siendo el principal negocio dentro de los pobladores, la cual ha sido por muchos años una fuente de ingreso estable a la comunidad. Partiendo de lo anterior, la localidad se caracteriza por la elaboración de artesanía de Barro Negro (alfarería) que por sus diseños y métodos de elaboración los hacen únicos, esto diferencia al municipio de los demás. De acuerdo al Plan Municipal de desarrollo (2013), esta muestra que aproximadamente el 60% de la población se dedica a esta actividad. Los practicantes van desde jóvenes hasta adultos y adultos mayores. El cómo se lleva a cabo la actividad tiene que ver con la cultura y tradiciones de la comunidad.

Los negocios artesanales, más de 50% generalmente tienen características centradas en negocios de composición familiar, muchos de los cuales son heredados. Es una actividad que se practica generación tras generación. Las características de los mismos están relacionadas con la capacidad emprendedora de sus dueños (Hernández y Domínguez, 2003). El porcentaje restante, si bien manejan el negocio de la artesanía, éstos sólo se dedican a la comercialización de la misma, no participan en toda la cadena de valor. Una de las razones de esta composición, es por los hornos

en donde fabrican las piezas, esto se debe a que el costo de estos hornos es elevado y su durabilidad es de aproximadamente 10 años, durante ese tiempo se va acondicionando por la familia y se pasa el negocio a la siguiente generación.

Cada negocio de artesanías tiene cualidades diferentes, esto lleva a que no tengan un método generalizado sobre el cual puedan competir, es un sector que depende en gran medida de la derrama económica propiciada por el turismo. Además, por el nivel de producción que manejan los negocios se catalogan como microempresas artesanales. Normalmente la base de los negocios se halla a nivel individual o familiar que normalmente emplean ya sea miembros de la familia, parientes cercanos o vecinos y en las que la mano de obra asalariada es insignificante (FAO, 2007). La figura 2.2 muestra la cadena de valor de la actividad de acuerdo a un recopilado elaborado por los artesanos del mercado comunal tratando de reflejar gráficamente el proceso.

Figura 2.2: Cadena de valor de la actividad artesanal



Fuente: Recopilación de un mural en el mercado comunal

La mayor parte de las microempresas alfareras participan activamente en toda la cadena de valor. Sólo los establecimientos altamente posicionados son los que se dedican a la venta de los productos, es decir, adquieren el producto de sus competidores hasta el proceso de horneado y estos sólo los preparan para la venta usando su sello o marca característica. Hacen referencia a esto

como un medio de apoyo a los negocios de artesanías de bajo nivel para que estas puedan seguir adelante.

Diagrama 2.3 Cadena de valor de la actividad artesanal



Fuente: Elaboración propia en base a recopilación de un mural en el mercado comunal

Sin embargo, cabe mencionar que es por su estructura que muchas veces la empresa artesanal no es considerada una empresa con miras de crecimiento empresarial, sino más bien, un medio para poder librar con ello necesidades básicas propias de la familia, es decir, uno de los motivos principales es la subsistencia. La situación actual que presenta el sector artesanal en Oaxaca no es la más favorable y rentable. El bajo desempeño económico del sector en los últimos años se ha visto afectado por problemas tanto internos como externos. En términos internos se destaca la baja calidad de los productos, disminución de precios a consecuencia de la disminución de las ventas, altos costos de elaboración, escasa planeación estratégica, mantenimiento de los hornos, etc., (Jiménez 2001; Posada, 2004; Ferrer, 2009). Dentro de los aspectos externos, destaca la alta competencia de productos de imitación chinos en el mercado, el poco reconocimiento a la actividad, la crisis económica (Olivares, 2007 y Rivas, 2008). Se tiene, además, problemas sociales como las constantes manifestaciones y actividades un tanto violentas del Sindicato de Maestros en Oaxaca lo que repercute directamente en el turismo de la Ciudad de Oaxaca y las ciudades vecinas, provocando que esta actividad presente fluctuaciones y se dé mal aspecto al estado (Toledo *et al*, 2012).

Pero a pesar de esta situación, son pocos los establecimientos que han visto a la actividad como un negocio altamente rentable con miras de crecimiento, son estos los que buscan los medios necesarios para seguir y buscar consolidarse en el mercado, pues consideran que los aspectos negativos sólo son malas rachas por las que atraviesa cualquier negocio.

Conclusiones del capítulo

Dentro del capítulo se abordó temas referentes al contexto de la comunidad, es decir, aspectos geográficos, sociales, económicos y culturales. El objetivo buscado es mostrar de manera general como se compone el contexto en el cual se sitúan las microempresas manufactureras artesanales para poder entender su comportamiento y como se desenvuelven en su ambiente. Como se describe en párrafos anteriores se trata de una comunidad con bajos niveles de marginación y con un bajo índice de rezago lo cual la convierte en una de las pocas poblaciones con mayores beneficios de superación. Sin embargo, a pesar que los datos anteriores la comunidad cuenta con 3 niveles de pobreza que es un porcentaje inferior del resto de las comunidades.

Se trata de una población donde la participación de la mujer ha sido reiterada como en la mayoría de los pueblos a los trabajos del hogar, mientras que, para los hombres, se tiene más disposición de acudir a la escuela, trabajar y superarse.

Conforme pasan los años, el cuerpo administrativo y de gobierno ha ido tomando nociones que se presentan en la ciudad capital, sin embargo, se siguen presentando casos de usos y costumbres en algunas actividades lo cual los caracteriza de otras comunidades. Al igual su aporte cultural tiene reconocimiento tanto local como estatal reflejado en su vestimenta, música, comida, y la propia actividad artesanal que los caracteriza.

Si bien la actividad artesanal es una piedra angular en la economía del lugar, se hace partícipe la presencia de otros establecimientos de otros giros, que después de los problemas sociales vividos en la ciudad capital en el año del 2006 han venido a aumentar estos negocios, o bien, los artesanos han tenido que dejar su actividad artesanal para incorporarse a otro sector ya sea dentro de la localidad o migrar a la capital debido a la afectación que sufrió el sector artesanal.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo describe la metodología utilizada para llevar a cabo el trabajo de campo de esta investigación. El estudio examinó las variables identificadas como el financiamiento y el desempeño, así como la intervención de posibles factores que tienen afectación sobre el desempeño de las microempresas afectando su desenvolvimiento en el mercado. Además, se tiene la presencia de factores socioculturales que tienen incidencia en el contexto donde las firmas de la muestra operan.

Una mezcla de dos métodos de investigación (cualitativo y cuantitativo) fue utilizada para probar la hipótesis propuesta que busca explicar cómo ha sido la influencia del financiamiento para la mejora del desempeño de las microempresas artesanales. En una primera parte, dentro de la mezcla de los métodos de investigación se procedió a la aplicación de una encuesta seguido de una entrevista semi-estructurada, una segunda parte del trabajo de campo fue conducido utilizando el método de investigación cualitativa tradicional, mediante la técnica de observación participante directa. Esta técnica fue aplicada con el propósito de entender y conocer el actuar de los dueños de los negocios de una sociedad tradicional sobre el crecimiento, innovación y supervivencia de las microempresas para el desarrollo de la localidad, así como los factores que afectan la decisión estratégica del dueño para acceder a recursos para el desarrollo de su empresa.

Este trabajo de campo se llevó a cabo en la comunidad de San Bartolo Coyotepec, misma que es conocida como una de las principales productoras de artesanías en los Valles Centrales del Estado de Oaxaca, México. A continuación, se describe el diseño, tamaño y el lugar de la muestra, el diseño del instrumento de medición, el proceso para el desarrollo del trabajo de campo y el análisis de los datos recolectados.

3.1 Lugar de la muestra

Como se había mencionado anteriormente, el lugar donde se desarrolla la investigación corresponde a la localidad de San Bartolo Coyotepec que colinda con el municipio de Santa María Coyotepec, ubicadas ambas a una distancia de 12 kilómetros de la capital del estado como se explicó en el apartado III.

Figura 3.1 Localización de los mercados en San Bartolo Coyotepec



Fuente: INEGI 2016.

Dentro de esta localidad, las ubicaciones de los mercados se encuentran: uno en el jardín central de la localidad, enfrente del palacio municipal, ahí se encuentra el mercado principal que cuenta con negocios de artesanías los cuales ofertan una variedad de productos, además, a lo largo de la carretera federal se encuentran ubicados otros negocios de venta de artesanías ajenos al mercado. Del otro lado se encuentra la plaza o mercado comunal, en el cual se ubican el resto de los negocios de los maestros artesanos. Los mercados se caracterizan por albergar los puntos de ventas de aproximadamente 118 microempresas artesanales. Una diferencia entre estos lugares es que en la plaza se realizan demostraciones a los visitantes sobre la manera en cómo ellos trabajan el barro, explicando de manera detallada el proceso de elaboración de las piezas.

Las empresas alfareras en San Bartolo Coyotepec, elaboran productos de barro basados en dos categorías: decorativas o utilitarias. Dentro de las piezas decorativas se tiene la presencia de diferentes estilos y diseños, por ejemplo, en estilo calado se tienen cántaros, floreros y jarras, además se elaboran figuras de animales y religiosas, muñecas oaxaqueñas, collares y aretes calados, bordados, en relieve o pintado, entre otros. Dentro de la categoría de piezas utilitarias destacan ollas o cantaros (para almacenar agua o mezcal), la pichancha (utilizada para lavar el maíz cocido para hacer tortilla), cántaro bocón (utilizada para extraer agua del pozo), candelero (utilizado para colocar velas en las festividades religiosas) (Toledo, 2010).

3.2 Diseño y tamaño de la muestra

La estructura de esta investigación fue construida con el propósito de ser validado en un contexto de las microempresas en economías emergentes. La unidad de análisis de este estudio fueron las microempresas artesanales y los informantes fueron los dueños y trabajadores de las empresas, quienes proporcionaron la información sobre las actividades y el funcionamiento del negocio.

Cuadro 3.1 Categorización del tamaño de las empresas en México

| 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 250 |

Fuente: Clasificación de mipymes de acuerdo a la LDCMIPyME reformado el 06-06-2006

Partiendo de lo anterior, la definición estadística de pyme varía entre los países (Storey, 2003; Zevallos, 2003). En México las empresas presentan características propias como el número de trabajadores o sector al que pertenecen. Sin embargo, las micro, pequeñas y medianas empresas son categorías diferentes. Con el propósito de homogenizar la definición de mipymes, se hará referencia a las micro, pequeñas y medianas empresas como las empresas con menos de 250 empleados, incluyendo familiares, aprendices y trabajadores contratados (Liedholm 1999; Fillis, 2004). Para el caso de esta investigación se tomará al sector manufactura o industrial, propiamente de la actividad artesanal.

Partiendo de lo anterior el trabajo de campo se realizó a las microempresas artesanales de la comunidad de San Bartolo Coyotepec. La población de la localidad asciende a 8,684 habitantes de acuerdo al censo de población del 2010, dentro del cual, según registros de este organismo, el 90 por ciento de la población se dedica a la actividad artesanal. Sin embargo, cabe recalcar el hecho que el participar en la actividad artesanal involucra diversas actividades de acuerdo a la cadena de valor explicada anteriormente. Es por ello que se decidió tomar como la población objetivo a las microempresas que participan en los mercados antes mencionados: el comunal y el principal. Se busca encontrar a microempresas que realizan todas las actividades de la cadena de valor puesto que se encuentran más inmersos en la actividad. El total de empresas participantes es de 114 locales.

De acuerdo a Toledo (2008), las mipymes artesanales son definidas como las empresas que manufacturan y comercializan productos funcionales o decorativos, los cuales tienen un elemento hecho a mano en alguna etapa de su producción. Como lo menciona Fillis (2004), los productos artesanales son comercializados para obtener ganancias y no necesariamente deben ser producidos con materiales tradicionales. Los métodos tradicionales y convencionales del proceso de producción son utilizados en alguna parte del proceso.

En este estudio, las microempresas alfareras artesanales fueron definidas como las firmas que hacen o manufacturan y comercializan productos de alfarería decorativos o funcionales, los cuales para su producción tienen al menos una etapa del proceso hecho a mano; empleando menos de 10 empleados incluyendo familiares, aprendices con o sin sueldo percibido, el dueño de firma y empleados asalariados con o sin un contrato por escrito.

3.3 Diseño de la muestra

Siguiendo los objetivos del estudio, el diseño de la muestra quedó integrado por negocios que cumplieran lo siguiente:

- Participaran en toda la cadena de valor
- Negocios que han participado en programas públicos de apoyo. Este criterio fue establecido sin periodos de tiempo, porque en el contexto artesanal, la mayoría de las firmas, alguna vez en su vida han participado en los programas públicos de apoyo.

3.4 Tamaño de la muestra

Según Cochran (1996) el tamaño de muestra debe garantizar que las estimaciones que se realicen para cada una de las variables de interés tengan calidad aceptable. El tamaño de muestra se determinó de acuerdo a la siguiente expresión para un muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{N(Z_{\alpha/2})^2 pq}{Nd^2 + (Z_{\alpha/2})^2 pq}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población total

n = Tamaño de la muestra

p = Estimación de la proporción de éxito

q = Estimación de la proporción de fracaso ($1-p$)

d = Precisión o error máximo aceptable (nivel de error)

$Z_{\alpha/2}$ = Valor asentado en las tablas de la distribución normal que garantiza realizar estimaciones con una confianza prefijada

Cálculo del tamaño de la muestra

Sustituyendo los valores en cada elemento de la ecuación tenemos:

$$N = 118$$

$$p = 0.50$$

$$q = 0.50$$

$$d = 0.05$$

$$Z_{\alpha/2} = 1.645$$

$$n = \frac{114(1.645)^2 (0.50)(0.50)}{(114)(0.05^2) + (1.645)^2 (0.50)(0.50)} = 82$$

Resolviendo bajo el criterio de una población finita, el tamaño de la muestra quedó determinado con un mínimo de 82 entrevistas a dueños de las microempresas artesanales. Sin embargo, durante el trabajo de campo se encontraron limitantes del contexto de las empresas artesanales para seleccionar el tamaño de muestra especificada:

*A pesar de que existe una alta concentración de empresas alfareras en el lugar de estudio, gran parte de los dueños se negaron a contestar entrevistas, esto por desconfianza o temor a personas

externas a la comunidad. Por lo que se seleccionaron 82 dueños de empresas que aceptaron ser entrevistados, bajo el criterio de selección de que por lo menos una vez han participado en algún programa de apoyo financiero para sus negocios.

*Debido a que en la localidad se tiene una alta presencia de establecimientos que tienen sus negocios dentro de sus casas, se decidió tomar los establecimientos registrados en los dos mercados populares de la localidad para facilitar la búsqueda de los entrevistados sin invadir la privacidad de los mismos.

3.5 Método de investigación e instrumentación

Para poder llevar a cabo la investigación se hizo uso de un estudio explicativo con un análisis de datos de un tiempo en específico. Esto llevo a emplear un método de investigación mixto, pues busca combinar los elementos principales del enfoque cualitativo y cuantitativo. Para ello se recurrió al uso de encuestas y de entrevistas semi-estructuras para poder captar más información sobre el fenómeno de estudio.

Para la primera etapa en campo, una mezcla de dos métodos fue utilizado para la recabar la información deseada. Se elaboró así una encuesta y una entrevista semi-estructurada por la pertinencia de los instrumentos para recabar los datos (Ver anexos).

En la segunda etapa del trabajo de campo, se empleó una metodología de investigación cualitativa tradicional: la observación participativa directa, mediante el cual se buscaba lograr un mayor acercamiento entre las empresas y el investigador dentro de un ambiente natural para observar los factores socioculturales que afectan las variables propuestas. Además, que permitió conocer el contexto del lugar donde se ubican las microempresas.

Las características de los instrumentos se muestran a continuación:

3.4.1 Encuesta

Las encuestas de corte cuantitativo se llevaron a cabo usando un cuestionario como herramienta guía para plantear las preguntas y codificar las repuestas de los dueños de las empresas. Se busca con esto establecer un perfil de los microempresarios. Se emplearon preguntas utilizando una escala tipo Likert que va de (1) Muy difícil a (5) Muy fácil; (1) Nunca a (5) Siempre; (1) Nada a (5) Completamente; una escala tipo dicotómica y de opción múltiple. Los datos a indagar fueron

los datos del informante, propiamente datos generales, escolaridad, posición en el trabajo, sexo; y las condiciones generales del negocio como el tiempo ejerciendo la actividad, principal fuente de ingreso, tipo de apoyos de los que han sido acreedores, si han solicitado financiamiento, así como la valoración de las dimensiones a analizar correspondientes al desempleo y al financiamiento.

3.4.2 Entrevista semi-estructurada

Una entrevista semi-estructurada de corte cualitativa, es la herramienta más adecuada para capturar cómo piensan las personas sobre un fenómeno en particular. Es por ello que este instrumento es utilizado para observar y entender en profundidad las repuestas de los informantes, observando su reacción ante las preguntas planteadas y así capturar sus opiniones y percepciones sobre el fenómeno bajo estudio. Lo anterior, permite al investigador profundizar más en la recolección de información. Esto es, la confiabilidad de la respuesta del informante y la forma de como habla, conlleva al investigador a replantear la pregunta para validar la información y verificar que es verídica (Marshall & Rossman, 2006).

Se busca la presencia de preguntas abiertas para fomentar la libertad de respuesta obteniendo una perspectiva más amplia del comportamiento del microempresario, permitiéndole responder con sus palabras para evitar influir en las respuestas y que ello genere un sesgo. Se entrevistó a microempresarios artesanos donde los temas a tratar fueron los relacionados a las características del financiamiento en cuanto al acceso, fuentes y la influencia percibida del mismo. Así mismo, obtención de información de los factores para analizar el desempeño como lo es la supervivencia, la innovación, el crecimiento y la rentabilidad que ha presentado la microempresa.

Etapas de la investigación

Etapa 1: Hace referencia a la investigación documental que consiste en indagar las diversas fuentes bibliográficas especializadas y bases de datos.

Etapa 2: Consiste en el diseño de los instrumentos metodológicos que se aplicarán en campo, siendo particularmente una entrevista semiestructurada y una encuesta.

Etapa 3: Se tiene el proceso de recabar la información en campo mediante la aplicación de los instrumentos previamente diseñados.

Etapa 4: Se presenta el análisis e interpretación de los datos e información recabada haciendo uso de paquetes estadísticos como SPSS e Eviews, así como el uso de la herramienta de Excel y Atlas Ti para el manejo de la base de datos.

3.5 Operacionalización de las variables

La operacionalización de variables fue hecha con el propósito de conceptualizar las variables en representación al fenómeno bajo estudio. De aquí que para la operacionalización de las variables se establecieron los niveles de medición de las dimensiones e indicadores.

De acuerdo con Hernández (2007), en investigación la conceptualización es el proceso de especificar las observaciones y medidas que dan significados definidos a los conceptos que cumplen los propósitos del estudio. Incluye la especificación de las dimensiones y describe sus indicadores. Las definiciones operacionales especifican cómo las variables son pertinentes para un concepto que va a ser medido. Se tiene así la operacionalización de las variables para esta investigación:

Cuadro 3.2 Operacionalización de las variables

| Variable | Dimensión | Indicadores |
|---|---------------------------|--|
| Desempeño (variable dependiente) | Rentabilidad | Variaciones en el nivel de ganancias |
| | | Variaciones en el nivel de inversión |
| | Innovación | Adquisición de maquinaria |
| | | Cambios en los procesos |
| | Crecimiento | Tamaño del establecimiento |
| | | Crecimiento de las ventas y diversificación de mercado |
| Cambios en el número de trabajadores | | |
| Supervivencia | Años de vida del negocio | |
| | Número de clientes | |
| Financiamiento (variable independiente) | Acceso | Número de créditos obtenidos |
| | | Número de créditos solicitados |
| | | Problemas para acceder a créditos |
| | Fuentes | Instituciones que brindan financiamiento |
| | Influencia de las fuentes | Beneficios en la estructura del negocio |
| | | Destino de los fondos |
| Beneficios en las relaciones sociales | | |

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

INFLUENCIA DEL FINANCIAMIENTO EN EL DESEMPEÑO DE LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES DE SAN BARTOLO COYOTEPEC OAXACA

“En un principio se nos hacía difícil pedir financiamiento y no lo veníamos necesario pues con lo que teníamos era suficiente, pero cuando venían a darnos pláticas de cómo podía crecer nuestro negocio, decidimos arriesgarnos y mira que ahora hasta exportamos, hemos podido salir adelante, y lo seguiremos haciendo”.

Pedro Simón, maestro artesano
San Bartolo Coyotepec, Oaxaca México

El objetivo de este capítulo consiste en la descripción de los resultados obtenidos del análisis de los datos recolectados en el trabajo de campo. Resultados que permitirán examinar la influencia que ha tenido el financiamiento para la mejora del desempeño de las microempresas manufactureras artesanales en San Bartolo Coyotepec, Oaxaca.

Lo anterior permitirá realizar la prueba de la hipótesis planteada, la cual establece que en San Bartolo Coyotepec el financiamiento a las microempresas artesanales ha contribuido de manera positiva al mejoramiento del desempeño en términos de innovación, supervivencia, crecimiento y rentabilidad. Para el análisis de la información obtenida con el estudio exploratorio se verificará a través de las preguntas en las diversas categorías y a través de la experiencia compartida por los dueños. De esta forma se analizan las respuestas que se obtuvieron de la entrevista y la encuesta a los microempresarios artesanales, acerca de cuestiones sociodemográficas para tener un panorama más amplio, las fuentes de los créditos que ellos consideran más importantes, así como si obtuvieron algún crédito, en qué lo destinaron y cómo los han ayudado (en caso de que así sea) para satisfacer sus necesidades monetarias y de inversión mismos que son considerados importantes para el desarrollo de las organizaciones.

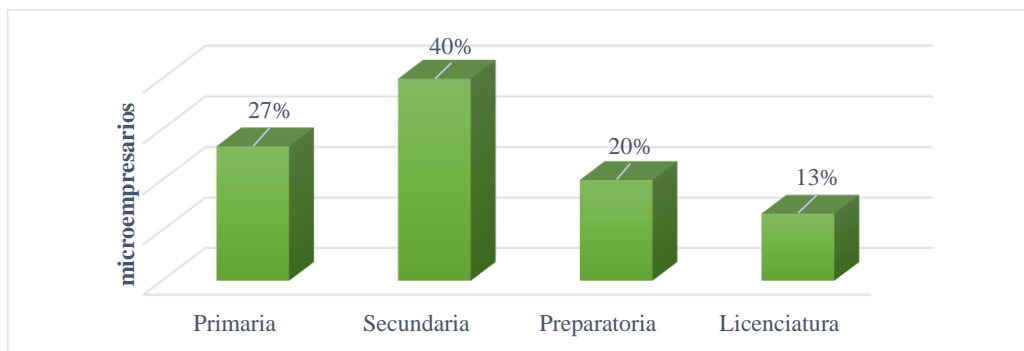
4.1 Aspectos sociodemográficos de los microempresarios encuestados

La localidad de San Bartolo Coyotepec está conformada por la participación de varios giros de empresas, una de las más importantes son las manufactureras dedicadas a la actividad artesanal. Algunas de las particularidades que se hallaron al hacer la investigación en este sector artesanal fue en primer lugar que el 100 por ciento de los establecimientos entrevistados tiene una composición de tipo familiar, en sus líneas de producción se tiene la participación activa de la

mayoría de los miembros de la familia. Así también que son empresas que se encuentran en la primera y segunda generación de vida, sólo unos cuantos (17 por ciento) se ubican en la tercera generación. Se tiene la presencia de negocios que en promedio cuentan con 37 años de vida (ejerciendo como tal la práctica empresarial) lo anterior nos refleja el hecho que han sabido permanecer en el mercado haciendo frente a situaciones como la competencia, globalización, crisis, etcétera. Cabe mencionar que el oficio artesanal tiene más de 250 años de vida.

El liderazgo de la microempresa recae en un 63 por ciento en los hombres, mientras que un 37 por ciento recae en las mujeres. Ante ello, se puede apreciar que el rol de la mujer se basa en las funciones del hogar y crianza de los hijos más que en las cuestiones laborales, esto inclinado más a aspectos tradicionales y/o culturales. O bien, si se cuenta con la participación de las mujeres dentro del establecimiento, participan en toda la cadena productiva, pero no intervienen en la toma de decisiones, esta recae en los hombres. El rango de edad de los dueños oscila entre los 30 – 70 años aproximadamente, pero en promedio de edad esta oscila en los 52 años tratándose de adultos y adultos mayores. Se puede ver que la edad tiene influencia al momento de la toma de decisiones respecto al negocio.

Gráfico 4.1 Nivel académico del dueño de la microempresa



Fuente: Elaboración propia

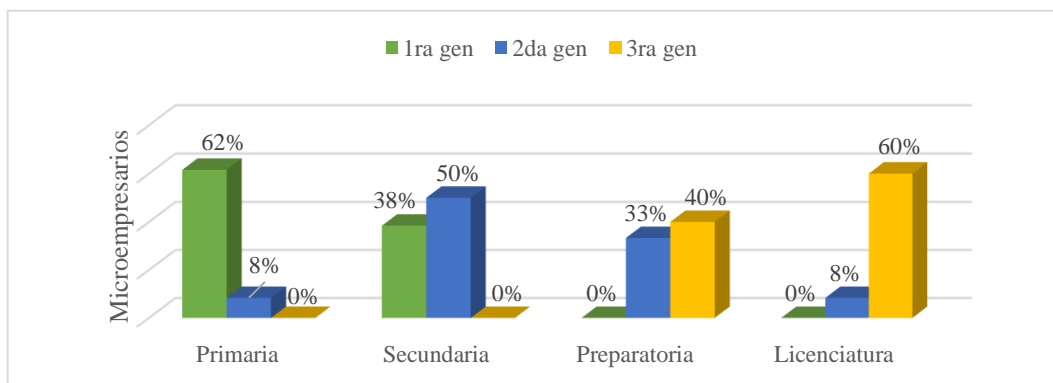
En cuanto al nivel académico de los dueños, se observa en el gráfico 4.1, que el 40 por ciento de las empresas encuestadas tienen en la dirección del negocio a una persona que ha concluido los estudios de secundaria, seguido de un 27 por ciento de estudios de primaria. Se destaca el hecho que es muy poco el número de establecimientos donde los líderes hayan terminado el nivel medio superior y superior (se pudo apreciar a partir de la información recabada que más del 50 por ciento de los líderes actuales no cuentan con los conocimientos de las áreas que

conforman una empresa para un adecuado manejo del mismo, ellos sólo cuentan con los conocimientos básicos. Se descubrió que en los negocios de la tercera generación y la generación joven de cada familia, sus integrantes se están preparando más académicamente).

Se puede observar una relación entre el nivel de escolaridad y la generación en la que se encuentra el negocio como se aprecia en el gráfico 4.2. Los dueños que conforman la primera generación del negocio presentan un nivel de escolaridad baja, pues el 62 por ciento tiene educación básica de primaria y alrededor del 38 por ciento cuenta con nivel de secundaria. Sin embargo, cuando entra la segunda generación se puede apreciar que el nivel de escolaridad aumenta, ya que hay un incremento del nivel de educados con secundaria, se nota la presencia también de educados con escolaridad de preparatoria. Solo es el caso de la tercera generación donde se tienen líderes (aunque son pocos) con nivel de preparatoria y un porcentaje mínimo con estudios de licenciatura.

Ante un aumento del nivel de escolaridad por parte de los hijos, se tiene la presencia de implementación de nuevas técnicas o nuevos métodos que ayudan al negocio, pues buscan mejorar aspectos débiles de la empresa. Sin embargo, ante los problemas que presenta el sector, muchos buscan educarse más para trabajar como empleados en la ciudad dejando en segundo término la actividad artesanal.

Gráfico 4.2 Nivel de profesionalización y la generación de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Se puede apreciar también que aun practicando una actividad artesanal, es casi nula la población de microempresas donde los líderes hablan una lengua indígena. Por ese lado se está perdiendo un elemento cultural. De acuerdo a la información de los dueños, solamente algunos

adultos mayores hablan una lengua indígena que es el zapoteco. Respecto a los productos elaborados por los microempresarios artesanos, se tiene que alrededor de un 50 por ciento de los negocios se dedica sólo a la fabricación de piezas decorativas, esto debido a que las piezas de uso doméstico presentaban partículas de plomo que afectaba a la salud de los clientes, por lo que su consumo disminuyó. Sin embargo, se han encontrado métodos para liberar al barro del plomo, lo que permite que se puedan emplear en el hogar sin riesgo para la salud, es por ello que cerca del 50 por ciento de los establecimientos se dedican a la fabricación de los dos tipos de alfarería, doméstica y decorativa. No hay algún establecimiento que se dedique exclusivamente a la elaboración de piezas domésticas.

La producción de barro negro de la comunidad de San Bartolo Coyotepec es muy conocida dentro y fuera del estado de Oaxaca. Cerca de un 83 por ciento de los dueños consideran a esta práctica artesanal como la principal actividad como fuente de ingresos. Sólo un 17 por ciento de los microempresarios no considera esta actividad como principal, debido a la crisis en la que se encuentra el sector actualmente, pues ya no les resulta tan rentable como antes, por esa razón este último conglomerado optó por tener otro negocio de otro giro como fuente principal de ingresos, dentro del sector servicios principalmente. Por mencionar, se tienen establecimientos de farmacias, vulcanizadoras, misceláneas, venta de ropa típica, entre otros.

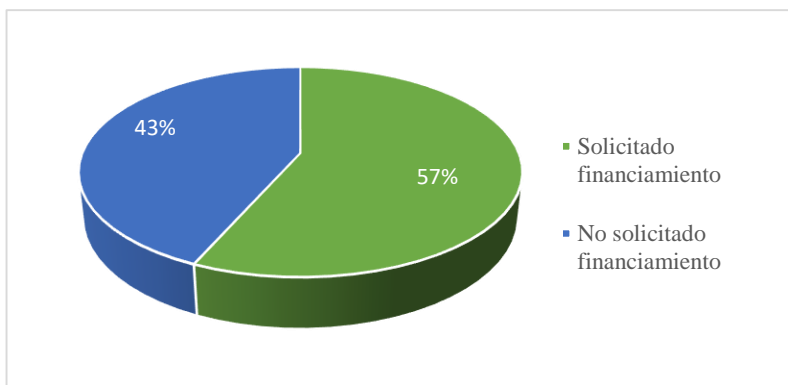
Una cuestión que resulta interesante, es que la fundación de la empresa no fue planeada estratégicamente, sino fue producto de una necesidad económica o por casualidad para la mayoría de los dueños entrevistados. Es decir, las microempresas se dedican a la producción de alfarería, porque es un oficio heredado de los padres y abuelos, la decisión de establecer la empresa fue acompañada de una necesidad económica para el sustento familiar al percibir que esta actividad era una buena fuente de ingreso. De este modo se tiene que un 50 por ciento de los microempresarios advirtieron que el motivo por el cual decidieron abrir el negocio fue por razones de subsistencia, dado que esta actividad en un principio era muy rentable. Sólo un 33 por ciento de los negocios vio que podían lograr mucho si invertían adecuadamente en la actividad, por lo que sus razones eran el crecimiento y apenas un 17 por ciento lo considero apto para la superación personal.

4.2 Descripción general sobre los apoyos recibidos

En la comunidad de San Bartolo Coyotepec como bien se ha mencionado ya, se tiene la presencia de negocios dedicados a la fabricación de piezas de barro negro. Estos negocios (en su mayoría) al igual que otros del mismo giro artesanal, han sido acreedores de apoyos que se ofrecen en pro de preservar la práctica artesanal. Dentro de los apoyos recibidos se tienen tanto físicos (o en especie) como los monetarios.

Centrándonos propiamente en lo relacionado con el tema del financiamiento, al momento de realizar el trabajo de campo, se pudo observar que había tanto establecimientos que han solicitado algún financiamiento como aquellos que dijeron no haberlo hecho. Del total de la muestra analizada, alrededor del 43 por ciento de los establecimientos no han solicitado algún financiamiento, esto por diversas razones que han afectado de manera negativa la percepción que tienen los microempresarios con respecto a los créditos. Sólo apenas un 57 por ciento de los negocios si han solicitado algún apoyo.

Gráfico 4.3 Porcentaje de negocios que sí y no han solicitado financiamiento

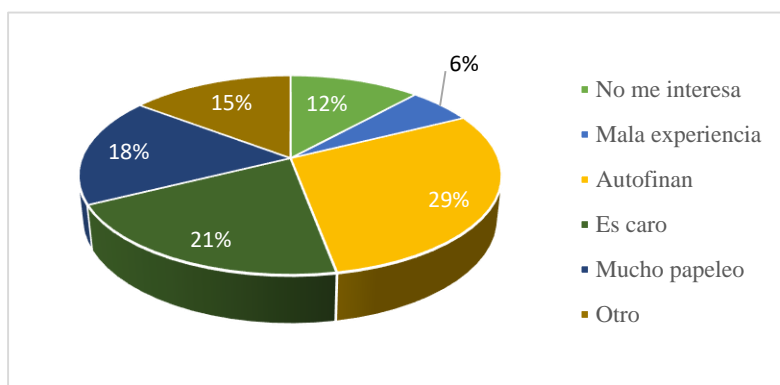


Fuente: Elaboración propia

Son diversas las razones por las cuales los microempresarios no solicitarían un financiamiento. Dentro de las principales tenemos las que se muestra en el gráfico 4.4. Como se aprecia un 29 por ciento de los dueños no consideran la solicitud de créditos, porque afirman que las mismas ganancias son suficientes para reinvertir en el negocio, es decir, para ellos el autofinanciamiento es lo más importante y en cierto modo más práctico. Otro factor que los artesanos dejaron en claro es que no acuden a créditos porque éstos resultan muy caros a largo plazo (21 por ciento), debido a las altas tasas de interés que se tendría que pagar. Cerca de 12 por ciento mencionan no

interesarles los créditos ya que al no estar dadas de alta en la Secretaría de Hacienda y no contar con los requerimientos básicos no se muestran interesadas en solicitar algún crédito (principalmente los de giro público). Alrededor del 18 por ciento de los dueños entrevistados comentan que los procedimientos para acceder a los créditos en ocasiones vienen a ser muy burocráticos y exigentes (pago de altas garantías) lo cual los desmotiva. En el apartado de otros, se tiene situaciones como el mero desconocimiento de los diversos créditos, el no ser elegidos por las instituciones como beneficiarios de créditos, que el monto de las ventas no alcance a cubrir los pagos, entre otras razones.

Gráfico 4.4 Principales razones por las que no han solicitado financiamiento



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a Hernández, Domínguez y Mendoza (2010), la percepción de los dueños de negocios artesanales respecto del financiamiento es que, cuando el gobierno o fuentes privadas ofrecen créditos u otro apoyo económico, la burocracia los vuelve inaccesibles por los múltiples requisitos que se exigen para su obtención; afirman que muchas veces por las características que presenta el negocio, no los consideran para ser acreedores (principalmente los privados), se agrega que no tienen o realizan registros contables, por ende, no están registrados ante las instituciones recaudadoras de impuestos porque no podrían pagar.

Como se mencionó anteriormente, ante la imposibilidad de pedir créditos formales, la mejor opción para estos negocios viene siendo el autofinanciamiento ya que estos no requieren de garantías como las que se piden en otras instituciones y la practicidad que maneja es elevada, esto debido a que son las propias ganancias las que se emplean para la inversión en el negocio.

Sin embargo, ambos casos (los que no han solicitado crédito como los que sí han solicitado), han sobrevivido a su manera. Es por ello que se decidió analizar a estos dos grupos por separado para contrastar si existe diferencia alguna que haya impactado en el desempeño de la empresa que permita dar respuesta a nuestra pregunta de investigación. De este modo, iniciamos la discusión con el grupo de establecimientos que no han solicitado financiamiento.

4.3 Clúster de microempresas que no han solicitado financiamiento

Se partirá de analizar estas microempresas de acuerdo a las variables que inciden en el desempeño, que, en nuestro caso, son cuatro: crecimiento, rentabilidad, supervivencia e innovación.

4.3.1 Crecimiento como motor de desarrollo

La práctica artesanal de barro negro es muy conocida dentro del estado de Oaxaca y San Bartolo Coyotepec es el principal fabricante de estos productos. Es por ello que para los microempresarios de la región de los Valles Centrales esta actividad es importante. Sin embargo, vemos que, en promedio, se ha tenido un crecimiento de los establecimientos de un 28 por ciento en los últimos cinco años. Este porcentaje es bajo comparado con años anteriores. Este crecimiento se puede apreciar en al menos el 84 por ciento de los establecimientos. Solo el 17 por ciento considera que definitivamente no se han presentado cambios, que se han mantenido igual. Aquejan estos resultados a cuestiones tanto internas como externas al negocio. Externamente se tienen los problemas sociales que aún se vive en la capital del estado proveniente de las protestas realizadas por la sección 22 de maestros iniciadas en el año 2006², lo cual les ha generado problemas a sus negocios. Agregan, además, que por la forma de realizar las protestas las cuales en ocasiones se acompañan de violencia, ha traído consecuencias negativas, por mencionar a originado que se le dé mala fama al estado, a una disminución considerable del turismo, fuga de empresas de la región, cierre de negocios, etc., situación que pese que han pasado 11 años no logran recuperarse, quedando algunos negocios estancados. Otro factor que las aqueja es la crisis económica que vive el país pues en los negocios trae un impacto negativo. Dentro de las cuestiones internas, debido a que no cuentan con los conocimientos básicos para el adecuado desarrollo del negocio, han enfrentado fracasos en su intento por crecer.

Por ejemplo, cuando han intentado entrar a otros mercados (principalmente nacionales), se han enfrentado con obstáculos que limitaron su acceso, es decir, realizaron excesivos gastos de

transporte, compra de *stands*, viáticos, presentaron pérdidas en el manejo de la mercancía por la fragilidad del producto de barro, reportan bajas ventas, etc., cuestiones que no les permite recuperar el capital invertido para cubrir los gastos e inversión en el negocio. Estas cuestiones han desmotivado a los dueños de seguir intentando salir adelante, cayendo en un estado de conformismo.

Ante un entorno crítico para el sector artesanal, en determinadas ocasiones se ha presentado que los microempresarios malbaratan su trabajo, pues los clientes principalmente locales no compran al precio de venta pues lo consideran elevado, si no que regatean, no así con los clientes foráneos. Es por ello que consideran que, a este paso, el negocio no les ayudará a sobrellevar el día a día, por lo que los dueños opinan que los hijos deben de prepararse más académicamente para poder encontrar un trabajo mejor en la ciudad dejando en segundo lugar la producción artesanal del barro como principal generador de ingresos.

Por otra parte, se tiene la presencia de dueños que manifiestan que los negocios sí han crecido, no en la escala que ellos quisieran, pero si lo necesario para generar ingresos. Esto se puede ver en que buscan incursionar en otros mercados de los ya establecidos. Si bien es cierto que se dedican tanto a piezas decorativas como domésticas, han buscado incursionar en el mercado de las decoraciones para fiestas, o bien, trabajar sobre diseños elaborados por los clientes. Buscan una diversificación de mercado. Sin embargo, al no disponer de mucho capital no pueden tener tácticas de gran escala. Buscan lo que tienen a su alcance. De acuerdo a la información recabada, los microempresarios consideran que parte del crecimiento que han tenido se ha visto reflejado en las ventas, no así en la misma proporción de las ganancias. Esto es, si bien se contabiliza un número elevado de ventas, la ganancia obtenida por esto no va a la par, debido al problema de la discriminación de precios, pues rebajan el precio de los productos para asegurar la venta, ya que son el tipo de ventas atemporales de las que dependen la mayor parte del año.

El porcentaje de dueños que afirman haber crecido no han buscado expandirse, pues consideran que el negocio no lo necesita. Comentan que gran parte de esta decisión se debe a que tratan de conservar su identidad, pues afirman que los clientes buscan productos autóctonos, puros, con esencia, y eso lo logran manteniendo el negocio en su condición actual. Además que no cuentan con el capital necesario para realizar una inversión de ese tipo.

Respecto del número de trabajadores dentro de la microempresa, son los miembros de la familia los que fungen como trabajadores participando en toda la cadena de valor, no contratan personal externo, en primer punto, porque las ganancias no permiten solventar ese gasto; de igual forma no contratan en el área de producción, esto para conservar la técnica familiar. Cuando se han visto en la necesidad de contratar solo lo hacen en las principales temporadas altas y solo en el área de ventas.

Los microempresarios artesanos mencionan que los últimos 10 años han sido muy difíciles para poder sobrellevar el negocio. Sin embargo, afirman que si bien los problemas sociales y demás les han afectado, depende de ellos tomar la iniciativa y salir adelante para no dejar caer el negocio.

"Tenemos que aprovechar las oportunidades que hallan disponibles para nuestros negocios, porque de que se puede se puede" (Artemio Santos, maestro artesano).

4.3.2 Rentabilidad como medio de bienestar a la microempresa

Para nadie es noticia que las empresas tienen que obtener una rentabilidad adecuada que permita financiar sus operaciones de corto, mediano y largo plazo, así como recompensar a todos los involucrados en el negocio. Como se sabe la rentabilidad se ve afectada por decisiones que se toma tanto en la parte comercial (generación de ingresos) como en la parte más operativa (generación de costos).

De acuerdo a la información obtenida en el trabajo de campo se pudo apreciar que en los últimos 5 años la mayoría de los negocios incrementó el nivel de ganancias (en promedio mensual oscila entre los \$2956.00), sin embargo el nivel que reportan es menor al registrado por las ventas (en promedio mensualmente oscilan entre \$4400.00). Como se había mencionado anteriormente, el problema de la discriminación de precios por clientes locales afecta fuertemente el rendimiento de los negocios. Se tiene la presencia de ganancias ya que el monto de inversión requerido para la producción es relativamente bajo. Analizando el nivel de inversión empleada para la producción, el monto requerido para el trabajo es bajo (mensualmente oscila en promedio en \$224.00). Este tipo de establecimientos se caracteriza porque la inversión requerida es baja en términos monetarios pero el *stock* de fabricación es alto (dependiendo del tamaño de la pieza a fabricar), por lo que hasta cierto punto el negocio siempre presentará ganancias. Pero a pesar de esta condición los negocios presentan baja rentabilidad, ya que descuidan otros aspectos del negocio

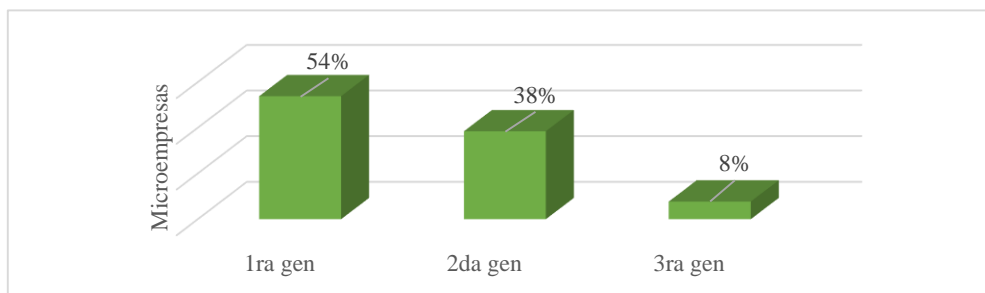
que son importantes para su buen funcionamiento, puesto que consideran que el solo hecho de tener ganancias ya hará que el negocio crezca.

4.3.3 Características de la supervivencia en negocios artesanales

La fabricación de piezas de barro negro es una actividad que data de muchos años atrás, sin embargo, la práctica con enfoque empresarial, tiene un tiempo de vida más corto. Los microempresarios artesanos han tenido que adaptarse a las condiciones del mercado, situación que no todos lograron llevar.

De acuerdo a la información recabada, en promedio la edad de los establecimientos oscila alrededor de los 30 años. Al tratarse de empresas familiares, el nivel de supervivencia se mide por las generaciones al mando que ha tenido el negocio, en este caso el 43 por ciento de los negocios son de primera generación, el 40 por ciento de segunda y ocho por ciento de tercera generación.

Gráfico 4.5 Porcentaje de negocios y la generación a la que pertenecen



Fuente: Elaboración propia

Los líderes del negocio consideran una serie de factores que les han ayudado a permanecer en el mercado todos estos años, uno de ellos es la calidad de los productos (52 por ciento de los encuestados). Al vender mercancía de calidad hace que los compradores reconozcan su trabajo y vuelvan con ellos para futuras compras. Además, tratan de mostrar variedad en sus diseños y formas, se busca innovar acorde a las necesidades del mercado sin perder la esencia artesanal. Aunado a lo anterior, un 56 por ciento considera que el apoyo constante de la familia representa un elemento clave, son apoyos que van desde lo moral a lo económico (solo en casos extremos). Los dueños consideran también que la fidelidad y búsqueda continua de clientes es clave para el negocio (57 por ciento), por ello, para que las personas conozcan su trabajo hacen uso de los recursos disponibles para llegar a mas lugares como las redes sociales (Facebook, Instagram),

promoción en páginas oficiales (Vive Oaxaca), publicidad masiva (impresa, páginas web), buscan participar en diversas ferias y expos.

A pesar que han sobrevivido en el mercado por largo tiempo, en determinadas ocasiones se han visto en la necesidad de cerrar el negocio, pero lo hacen por periodos cortos de tiempo (este tiempo va de una semana hasta uno o tres meses). Dentro de las razones de esto destacan cuando hay problemas de salud, o bien, cuando tienen que fabricar piezas debido a que se acaba el *stock* en venta, o cierran cuando hay temporadas bajas pues no les resulta vender incurriendo sólo en gastos y no en ganancias. Respecto a esto último, son 3 fechas en el año donde se realizan las mayores ventas.

Una cuestión que hay que analizar, es que un porcentaje de establecimientos (49 por ciento) considera que ha permanecido en el mercado debido a que no están afiliados en la Secretaría de Hacienda, y, además, a que no se han endeudado en alguna institución financiera.

4.3.4 Participación de la innovación en el ámbito artesanal

La innovación dentro de una empresa representa un factor fundamental para que siga creciendo y desarrollándose en el mercado, por ello es necesario que las empresas innoven, desarrollen o mejoren sus productos o servicios con la finalidad de mantener una competitividad en un mercado cada vez más saturado de opciones para los consumidores. Como lo establece Perrin (1995), la innovación puede definirse como formas nuevas de hacer las cosas mejor o de manera diferente, muchas veces por medio de saltos cuánticos, en oposición a ganancias incrementales.

Ante ello, la innovación en los micronegocios artesanales se ha visto presente. Del total de los encuestados, 85 por ciento han realizado innovaciones en su negocio, el resto no ha realizado ninguna, se han mantenido igual. Dentro de las innovaciones hechas, estas pertenecen al departamento de producción y ventas pues es aquí donde se ha visto más este fenómeno. En los últimos años ante las nuevas demandas de los clientes, se ha optado por innovar los procesos de producción, se han presentado innovaciones en cuanto a las herramientas y utensilios necesarias para la fabricación de piezas. De igual manera se han buscado nuevos y novedosos diseños, no sólo enfocándose en fabricación de piezas utilitarias sino también piezas decorativas. Se busca fabricar piezas que no represente un daño o riesgo para la salud de los clientes, como lo fue el caso del plomo, en el cual se ha buscado nuevos materiales.

Cabe mencionar que las innovaciones hechas son “rústicas” ya que los dueños no se atreven hacer innovaciones grandes puesto que no cuentan con el capital necesario y pedir un financiamiento para esto no es opción. Por ello, mejoran los métodos de producción y no adquieren maquinaria nueva. Se acomodan a lo que tienen a su alcance. En cuanto a la maquinaria dentro del establecimiento, no han considerado comprar maquinaria o equipo (adquisición de tecnología) ya que les representa un gasto adicional. Por lo tanto, se adecúan a lo que tienen, o bien, de llegar a necesitar maquinaria sería adquirida localmente, algo que no les represente algún gasto mayor.

Como se pudo apreciar en este conglomerado, las microempresas artesanales han mostrado un desempeño favorable ya que han logrado permanecer en el mercado a pesar de la difícil situación por la que están atravesando. Sin embargo, este desempeño no es lo suficientemente bueno o eficiente ya que no ven más allá que lograr obtener ingresos para el día a día (subsistencia).

No se tiene la visión de que los negocios crezcan y se desarrollen a gran escala en el largo plazo, ya que a los dueños les cuesta mantener la condición que tienen actualmente. Su objetivo principal no es el tener una empresa sólida y consolidada en el futuro, parte de este hecho se debe a que no cuentan con el capital necesario para invertir en el negocio, la idea de pedir un financiamiento para este tipo de negocios a fuentes externas, no resulta viable ya que implica una inversión la cual no podrían pagar por los altos intereses. En diversos casos han optado por no darse de alta en la Secretaría de Hacienda porque consideran que no podrán con el pago de impuestos, lo que representa una desventaja para estos negocios, puesto que no solicitan financiamiento a fuentes públicas. Al no contar con el capital suficiente no pueden realizar las inversiones necesarias dentro del negocio, por lo tanto, sólo llevan a cabo las necesarias a través del autofinanciamiento. Otro aspecto que resalta en este sentido, es que gran cantidad de los dueños entrevistados desconocen de los apoyos que se brindan a las microempresas, ya que desconocen que haya instituciones que otorguen créditos destinados a la actividad empresarial puesto que solo conocen los créditos personales.

4.4 Clúster de microempresas que si han solicitado financiamiento

Una vez analizado el grupo de artesanos empresarios que no han solicitado financiamiento, se inicia con el análisis de los resultados del grupo que si ha pedido créditos. A partir de la información recabada se examinará la manera sobre cómo ha influenciado el financiamiento en el

desempeño de las microempresas manufactureras artesanales en la localidad de San Bartolo Coyotepec. Esto de acuerdo al análisis de cuatro aspectos que caracterizan al desempeño dentro de una empresa. Se iniciará el apartado analizando aspectos propios de los financiamientos para tener un contexto más amplio.

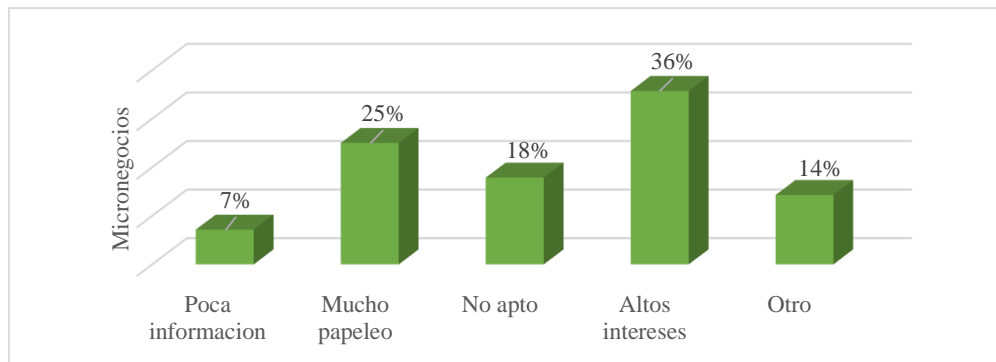
4.4.1 Acceso al financiamiento: una problemática recurrente

Al momento que se decide solicitar un financiamiento, los solicitantes se encuentran con una serie de dificultades, siendo una de ellas acceder al crédito, analizando las empresas de la muestra, encontramos que cerca de un 65 por ciento de los dueños considera difícil poder solicitar un crédito. En la mayoría de los casos debido a que los requisitos o garantías que piden las instituciones son complicadas o elevadas. Un 12 por ciento considera que el acceder a créditos tiene una dificultad regular, más cuando se trata de fondos perdidos ya que muchas veces el monto a prestar es bajo. Sin embargo, el hecho de pasar la solicitud de préstamo no asegura que lo otorguen. Es así que un 53 por ciento de los dueños afirma que es difícil el ser beneficiario de algún programa de apoyo, y cerca de un 24 por ciento considera que es muy difícil, más cuando el monto a solicitar es elevado, no así cuando se trata de montos pequeños. De igual forma se tiene que un 65 por ciento de los entrevistados afirma que el momento con más complicaciones cuando adquieren un financiamiento es cuando realizan el pago del mismo, pues lo ven muy difícil más cuando se tiene dificultades para reunir el monto de la mensualidad.

Aunado a lo anterior, la insuficiencia del tamaño del crédito recibido fue otro factor que afecta la decisión del dueño de la firma para solicitar créditos formales. El 53 por ciento de los dueños que accedieron a financiamiento externo, manifestaron que el monto del crédito que les dieron fue insuficiente para invertir en las actividades del negocio y que necesitaron el doble del monto solicitado. El 30 por ciento establece que casi no se ajusta el monto del financiamiento a lo que necesitan, pues en ocasiones lo que les otorgan no cubre sus inversiones, sólo el 17 por ciento hace mención que el crédito se ajusta regularmente a sus necesidades. Ante esto, Fernández y Nieto (2005) hablan que las necesidades que llegue a presentar una empresa está relacionado con el estilo de vida del dueño de la firma. Así pues, la percepción de suficiencia del monto del crédito depende de la cantidad de necesidades que tiene la empresa para operar eficientemente en su entorno social y económico.

Los dueños consideran que es más complicado ser beneficiario de crédito de una fuente privada que de una fuente pública (programas de gobierno). Pues como se mencionó anteriormente, los privados buscan asegurar que los beneficiarios puedan pagar el préstamo, y eso lo hacen volviendo más complicado el acceder a créditos. Tomando en consideración lo anterior, preguntamos a los dueños los problemas frecuentes al momento de acceder a un financiamiento formal, encontrando lo siguiente:

Gráfico 4.6 Principales problemas al acceder a un crédito



Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en el gráfico anterior, el hecho que las fuentes privadas cobren elevados intereses y el proceso sea más burocrático hace que los microempresarios se vean reacios a solicitar créditos, por lo que se ven en la necesidad de buscar otras alternativas de financiamiento como las fuentes públicas o las fuentes internas, donde no se presenten tantas condiciones como las que se piden en las formales.

Dentro del rubro de otros, se tienen a las cuestiones políticas, ya que sólo cuando hay elecciones y requieren de votos les brindan las condiciones para pedir créditos, pero apenas pasa el momento se desentienden de ellos. Otra cuestión es que algunos dueños se encuentran dentro del buró de crédito, lo que aumenta la dificultad de acceder a ellos. Así mismo, se han presentado casos donde independientemente que se cuente con los requerimientos necesarios éstos no son aptos para ser beneficiarios. Los dueños mencionan que en determinadas ocasiones se ha presentado este hecho donde solicitan créditos y no lo reciben, por lo que se ven en la necesidad de buscar otras alternativas.

Es así que la frecuencia con la que solicitan créditos a instituciones formales es regular. Aunado a lo anterior, los dueños manifestaron no acceder a un financiamiento externo por la percepción de riesgo de los créditos formales que está relacionada con la falta de confianza social, específicamente hacia las instituciones y las personas. Los dueños manifestaron que los riesgos relacionados con el acceso al financiamiento externo se perciben, porque la empresa no tiene suficientes ventas para pagar el crédito a tiempo, ni tampoco la liquidez para pagar los intereses que se generen por la falta de pago y, por consecuencia aumenta la percepción de riesgo, cuando por la falta de pagos al crédito, las instituciones financieras se quedan con las garantías depositadas, las cuales, según el dueño, no son un activo más de la empresa, sino parte del patrimonio familiar. Además, la falta de conocimiento para llenar una solicitud de crédito, dinero para pagar consultores externos para la elaboración de proyectos de inversión y la corrupción para agilizar los trámites de solicitud del crédito, fueron otros de los riesgos percibidos por los dueños para acceder a un financiamiento formal. Resultados similares se obtuvieron en una investigación realizada por Toledo (2010) en la cual se estudiaba el crecimiento e inserción al mercado nacional e internacional de empresas artesanales en Oaxaca.

Finalmente, de acuerdo a comentarios de los dueños, el éxito del otorgamiento de un microcrédito depende en gran medida de la disponibilidad del banco, pues algunas de estas instituciones crediticias no están interesadas en ofrecer préstamos a la pequeña empresa, argumentando los artesanos que los bancos no dicen todos los servicios que tiene para los sectores empresariales. De aquí que, la percepción de riesgos para acceder a financiamiento externo limitó a la mayoría de los dueños a solicitar y acceder a créditos individuales a privados y, por ende, prefieren solicitar créditos a familiares y amigos en montos pequeños sin garantías de pago, o bien, a fuentes públicas.

4.4.2 Fuentes de financiamiento como dotadoras de recursos

Como se ha mencionado en el marco teórico, las fuentes de financiamiento se clasifican en internas y externas. Las internas son la primera opción de crédito de las empresas cuando no desean endeudarse mucho, o bien, cuando necesitan del dinero de manera inmediata. De estas últimas, las externas, podemos encontrar de procedencia pública como privada. Cada una de ellas trae consigo ciertos beneficios que ayudan a los microempresarios. El usar una u otra dependerá de ciertos factores.

De acuerdo a la información recabada, al momento de solicitar un financiamiento, los dueños lo hacen, en su mayoría, a fuentes públicas cuando el solicitar a fuentes formales (privadas) les resulta difícil. Esto a través de los diferentes programas de apoyo al microempresario y particularmente los enfocados al sector cultural. Se tiene la participación del Fonart, Banoaxaca³, Instituto Oaxaqueño de las Artesanías (IOA)⁴, Fondo Pyme, Inadem, créditos brindados por el gobierno del Estado, apoyos brindados por la autoridad municipal, entre otros.

En algunos casos solicitan a estas fuentes ya que la modalidad del pago es nula, pues los otorgamientos de estos recursos son en la mayoría de los casos a fondo perdido. Cabe mencionar el aspecto que el monto que proporcionan en esta modalidad es pequeño. Además, recurren a estos por otros beneficios que les brindan (viene acompañado de otros apoyos), por mencionar el IOA funge como intermediario de ventas en la capital del estado, donde este proporciona una marca y un lugar de ventas exclusivo para los turistas nacionales y extranjeros.

De las otras instituciones se reciben apoyos de capacitación en diferentes áreas, exposiciones, presentaciones, etc. Seguido de fuentes públicas, se tiene como segunda opción solicitar créditos a las cajas de ahorro. Algunos comentarios al respecto, es que, al tener el hábito de ahorrar, la institución percibe que cuentan con capital para pagar en caso de que decidan allegarse de algún financiamiento, a partir de lo anterior la institución les permite acceder a créditos de una manera un poco más fácil, dentro de las instituciones más concurridas destaca la Caja Popular Mexicana y Acreimex⁵.

Seguido tenemos la participación de los bancos. Recurren a ellos por los beneficios que les brinda el poder acceder a un crédito, sin embargo, debido a cuestiones como los altos intereses y las garantías, resulta como una de las últimas opciones para los dueños. Y de los que solicitan a este rubro de banco lo hacen en mayor medida con la institución Compartamos Banco, por las facilidades que brinda a las diferentes categorías de créditos que este maneja, por mencionar,

³ Banoaxaca: Fideicomiso que busca continuar impulsando a los sectores productivos más importantes del estado de Oaxaca y lograr un acceso simplificado y masivo a sus programas de financiamiento.

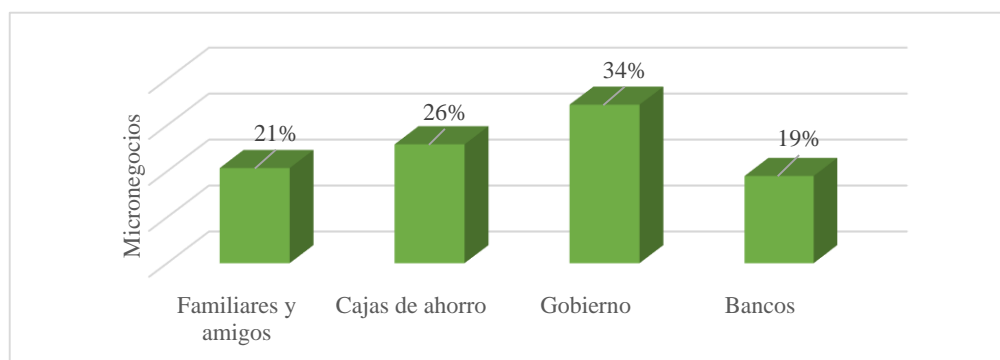
⁴ IOA: Institución que busca incentivar de manera continua la labor productiva de las diversas culturas oaxaqueñas, brindando programas y proyectos de investigación, capacitación, financiamiento, comercialización y promoción a la creatividad y talento del sector artesanal.

⁵ Acreimex: Es una cooperativa de ahorro y crédito que brinda servicios financieros de calidad, busca con ello fomentar la cultura del ahorro y el uso responsable del crédito enfocado a contribuir en el desarrollo económico y social de sus socios. Recuperado de: <http://acreimex.com.mx>

créditos a mujeres emprendedoras, madres solteras, grupos de créditos, etc., donde los montos de préstamo y pago son accesibles.

El financiamiento pedido a familiares y amigos es a la que recurren cuando no pueden acceder a otro. Cabe recalcar que este medio es la fuente principal de los negocios que no son formales, por la facilidad de préstamo ya que para ser acreedor basta con la relación de parentesco entre las personas. Sin embargo, esta no goza de los beneficios que le brinda las fuentes formales.

Gráfico 4.7 Fuentes de las que fueron acreedores de créditos

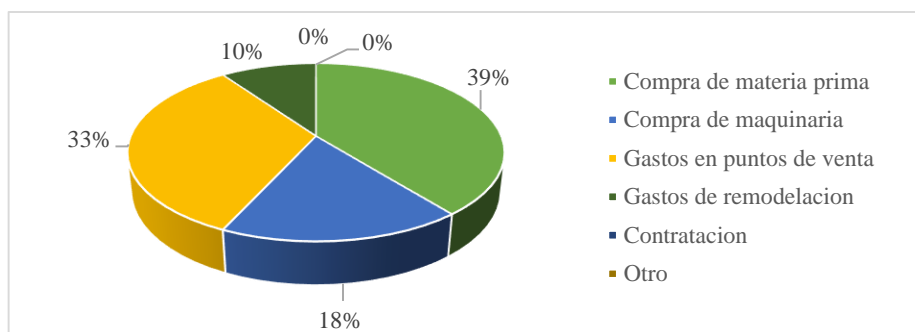


Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en el gráfico 4.7, los dueños mencionan que con mayor frecuencia han sido acreedores de financiamiento proveniente del gobierno, seguido de las cajas de ahorro, luego de familiares y amigos y finalmente de bancos. Mencionan que el monto del crédito resulta un factor importante para ser beneficiarios.

Una vez sido acreedor de algún crédito por parte de los micronegocios, se buscó analizar en que se invierte usualmente el dinero dentro del establecimiento. Así, se pudo determinar el destino en que se canalizaron los recursos: Se tiene que un 39 por ciento de los dueños invierten principalmente en la compra de materia prima para la elaboración de sus productos, seguido de un 33 por ciento que lo invierten para gastos en los puntos de venta, principalmente los gastos referidos a la publicidad o propaganda y a la adecuación de los locales donde se exhibe el producto. Un porcentaje menor (18 por ciento) lo invierte en la compra de maquinaria.

Gráfico 4.8 Destino del financiamiento dentro de la microempresa



Fuente: Elaboración propia.

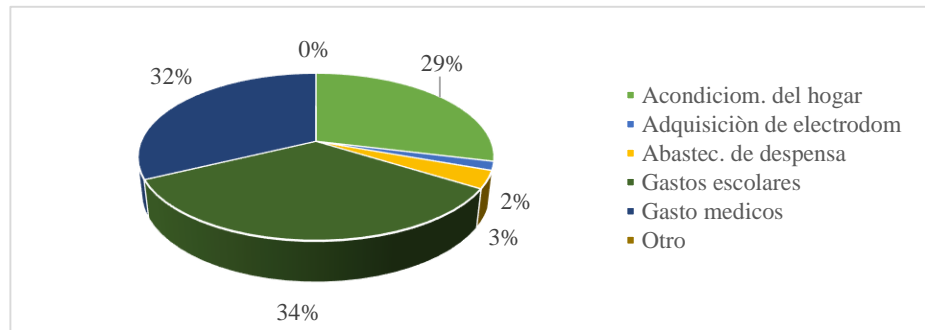
Este porcentaje es bajo ya que la maquinaria que utilizan tiene un periodo de duración grande. Lo mismo sucede con los gastos de remodelación o ampliación (10 por ciento), al analizar la cadena productiva vemos que es difícil ampliar constantemente las instalaciones (esto por la ubicación de los hornos y sienten que al ampliar las instalaciones se perdería la esencia artesanal), salvo las dedicadas a los puntos de venta.

Sin embargo, si analizamos lo anterior con la frecuencia en que el monto del financiamiento ha sido implementado en los destinos anteriores dentro de la empresa, se tiene que son pocas las veces las que se ha realizado, oscilando este resultado en un 49 por ciento. Un 29 por ciento de los negocios invierte el financiamiento en el negocio de manera regular. Apenas una frecuencia del 20 por ciento manifiesta que lo han realizado muchas veces y sólo un dos por ciento lo ha realizado siempre. Esto puede deberse a que parte del financiamiento que debería estar destinado a cuestiones propias de la empresa, lo estén utilizando en cuestiones personales (propias de la familia). Es aquí cuando se incurre en otra problemática de las empresas familiares, el no poder separar cuestiones laborales de las personales. Analizando las posibles inversiones en gastos familiares vemos que son los gastos escolares en lo que más emplean el capital. Seguido de los gastos médicos, los gastos para acondicionamiento del hogar, y en menores porcentajes la adquisición de electrodomésticos y compra de despensas. Normalmente, la frecuencia con que realizan esta inversión es de manera regular, para un 63 por ciento de los negocios.

Un 25 por ciento maneja una frecuencia de realizarlo pocas veces. Recalcan que no solicitan los créditos con la intención de gastar el capital en estas cuestiones, sino que son

situaciones con surgen de imprevisto, donde al no contar con los recursos necesarios optan por emplear los provenientes de los financiamientos.

Gráfico 4.9 Destino del financiamiento fuera de la microempresa



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se tiene que son las fuentes formales el principal medio de abastecimiento de recursos (se incluyen aquí tanto las públicas como las privadas), esto por la disponibilidad de dinero que manejan. Los dueños de los negocios que percibieron algún riesgo en financiamiento accedieron a préstamos informales con familiares y amigos y la autoridad municipal. Estos fueron las fuentes de apoyo e incentivo económico que ocuparon para mejorar el negocio.

4.4.3 Influencia del financiamiento para el desarrollo económico-social dentro y fuera del negocio

Los apoyos financieros resultan de gran utilidad para el crecimiento del negocio pues promueve la inversión. Sin embargo, el cómo y en qué se empleen los recursos financieros dependerá la utilidad que reporten. Se puede apreciar la participación que ha tenido el financiamiento dentro del establecimiento, pues ha contribuido en una serie de factores que benefician en buena medida al negocio. Pues permite satisfacer las necesidades básicas del establecimiento en el grado en que los dueños hagan buen uso de los mismos.

En primer lugar, un 65 por ciento de los microempresarios comentan que, de manera regular, el financiamiento les ha permitido entrar a nuevos mercados, principalmente en el ámbito internacional. Antes sólo comercializaban con Estados Unidos, ahora se ha tenido la oportunidad de exportar a cinco países más, como se verá en el apartado de crecimiento. Esto de la mano con la búsqueda de nuevos clientes, ya que los más frecuentes han disminuido debido a factores sociales que han afectado negativamente la visión que tienen sobre el estado (principalmente turistas). Un 53 por ciento de los dueños comenta que el financiamiento en la búsqueda de clientes

les ha ayudado poco, esto en gran medida porque los artesanos emplean medios alternos de búsqueda y difusión como lo es el internet, lo cual no les genera un gasto tan elevado. Un 65 por ciento de los dueños considera que de manera regular, el disponer de capital les ha permitido mantener los niveles de producción. Además, que ha permitido aumentarla para tener productos disponibles en el *stock* cuando se tengan las principales ventas del año, o bien, para realizar pedidos cuando son temporadas bajas. De igual manera contar con la disposición de capital ha permitido la exportación de mercancía, esto más que nada para solventar los gastos de empaquetado, envío y resguardo de la mercancía cuando la entrega se hace en la llegada. Analizando la frecuencia, sólo un 24 por ciento considera que el financiamiento ayudó mucho en este aspecto, mientras que el 65 por ciento considera que fue regular, ya que hay otras cuestiones de por medio. De igual manera, hay aspectos del negocio que no se vieron favorecidas con el financiamiento, por mencionar, el ampliar el negocio. El 59 por ciento de los dueños mencionó que no lo vieron conveniente. Ya que consideran se debe mejorar ciertas áreas del negocio antes de pensar en remodelar, además que para ello se necesita un monto considerable para llevar a cabo tal acción, y por el momento lo principal es salir de la crisis. El 18 por ciento de los dueños consideró como regular la participación de los créditos y solamente el nueve por ciento manifestó que los créditos contribuyeron mucho a poder ampliar el negocio (principalmente los que se han organizado en grupos o los líderes del mercado). Respecto de una remodelación del negocio el 59 por ciento manifestó que los créditos nada contribuyeron para su realización, uno de los motivos es que es muy complicado de realizar constantemente. Lo mismo sucede con abastecerse de maquinaria y equipo, más si se trata de equipo moderno.

Así mismo, se buscó analizar la posible contribución de los negocios en la localidad. Se encontró que el 65 por ciento de los dueños considera que la presencia de estos negocios en la localidad ha permitido entre otros aspectos, que las familias tengan un ingreso seguro (aunque bajo en los últimos años). Un 70 por ciento considera que se ha mejorado la calidad de vida de las personas de la comunidad, al poder tener acceso a más servicios. Gracias a estos emprendimientos, el 53 por ciento de los microempresarios comenta que se ha tenido una fuente de empleo para las familias además de un crecimiento económico, aunque este último de una manera regular. Son pocos los comentarios que afirmen que los negocios han contribuido mucho o completamente en cada elemento mencionado. Hay dueños que reconocen la contribución social de las microempresas (principalmente las exitosas) como fuente de empleos e intermediarios directos de

alfarería. Además, tienen la creencia y valor moral para cumplir su obligación con la sociedad y aceptar ser el mayordomo de las festividades religiosas del patrón del pueblo, como símbolo de agradecimiento por el éxito económico alcanzado.

Los dueños que percibieron beneficios para acceder al financiamiento externo, solicitaron créditos con instituciones formales, ya que apreciaron que el incentivo económico y social que necesitan, proviene de las instituciones formales. Esto va de la mano con las ideas de Westhead *et al.*, (2001), mismas que indican que la falta de financiamiento adecuado y formal, limita el crecimiento e internacionalización de las pequeñas firmas por falta de capital suficiente para invertir en la empresa.

Finalmente, como se mencionó en el apartado II, en la mayoría de empresas artesanales en los diferentes países, destacan como debilidad la falta de financiamiento para realizar inversiones en sus negocios que les permita allegarse de tecnología, innovar, expandirse, internacionalizarse, dotarse de maquinaria, etc., que les permita ser competitivas a las condiciones del mercado actual. Sin embargo, al hablar de financiamientos salen otras cuestiones que limitan la efectividad de estos.

4.4.4 Crecimiento como motor de desarrollo

El crecimiento de una empresa es una tarea difícil en algunos casos, pero que sin duda, puede aportar abundantes ventajas a la misma. El crecimiento de la empresa obedece tanto a fuerzas internas como externas. Esto permite un buen desarrollo de la organización asegurando su permanencia en el mercado.

Analizando la información recabada, se tiene que en los últimos cinco años el 76 por ciento de los establecimientos manifiesta haber presentado crecimiento y cerca de un 24 por ciento afirman que se han mantenido sin cambios aparentes. Del total de negocios que han presentado crecimiento, en promedio este oscila en un 42 por ciento. Este porcentaje ha sido bajo comparado con años anteriores (principalmente, antes del 2006). A consideración de los dueños, el porcentaje de crecimiento ha sido regular. Ya que los negocios deben hacer frente a la crítica situación que enfrenta el estado (altibajos tanto económica como socialmente), aspectos que afecta a los negocios de todos los sectores, mismos que buscan adaptarse a estas condiciones cambiantes del mercado, situación que no todas pueden sobrellevar.

De los negocios que han crecido, cerca de un 62 por ciento han diversificado su mercado tanto nacional como internacional. En el ámbito nacional, han mejorado al participar más en ferias y exposiciones en diferentes estados (principalmente en el centro y sur del país), aunque no siempre han tenido éxito, pero afirman que de eso se aprende y mejoran. Algunos artesanos que han hecho alianzas entre ellos planean realizar “tours” principalmente en los estados del norte del país. Y en el ámbito internacional participando con ventas a diferentes países, por mencionar algunos, Estados Unidos, Alemania, Italia, Turquía, España y el Vaticano. En este último sólo unos cuantos artesanos de la localidad (los altamente posicionados en el mercado) participaron junto con otros de otras categorías de artesanía en el montaje de dos nacimientos en el Vaticano en el año 2015, en el cual pudieron exponer su trabajo a nivel mundial. Otra cuestión que resalta es que los artesanos mencionan que les ha ayudado el estar dadas de alta en la Secretaría de Hacienda, puesto que ello les permite poder solicitar apoyos (financieros como no financieros) que ofrecen diversas instituciones. Lo anterior lo consideran un gran avance para sus establecimientos. De igual manera han diversificado su mercado de productos, pues por mencionar, se han fijado como meta incursionar en el mercado de la bisutería de barro, elaborando sus propios diseños y modelos, mismos que hasta el momento han tenido buena aceptación en los clientes.

“nos ha servido de mucho el estar afiliados a las instituciones que ayudan a la actividad artesanal, ahí hay apoyos de todo tipo, la cosa es saber buscarle. Muchos artesanos lo ven como pérdida de tiempo, no se dan cuenta del potencial que tiene nuestro trabajo” (Pedro Jiménez, maestro artesano).

Los microempresarios consideran que se ha tenido un incremento en las ventas aproximado de un 30 por ciento en los últimos cinco años, aunado a un incremento en las ganancias, casi proporcional, aunque en cierta instancia, es baja. Centrados en la producción, esta es la que ha sufrido más altibajos. Ya que los productos no se producen constantemente, esto, porque las ventas grandes están concentradas en 3 fechas del año, y si no se vende toda la mercancía en estas fechas, esta se queda rezagada lo que limita a elaborar más productos. O bien, se eleva la producción cuando se tienen pedidos atemporales para fiestas o ventas al extranjero. Refiriéndonos al bajo incremento que se han presentado en las ventas, destacan las hechas al extranjero, si bien, antes constantemente se tenían pedidos a varios países, principalmente de Estados Unidos, desde que se presentó una reducción del turismo en el estado, así disminuyeron las ventas. Las que aún se llevan a cabo solo las realizan ciertos negocios que cuentan con las condiciones para hacerlo. Incluso son usados como intermediarios para otros establecimientos.

Con respecto al número de trabajadores dentro del establecimiento, al tratarse de negocios familiares, los empleados vienen siendo los miembros de la familia. Los dueños no ocupan dentro de sus líneas de trabajo a otras personas, ya que perciben que si contratan personal les generaría un gasto adicional. En los casos donde se ha necesitado emplear a alguien, usualmente es para el área de venta, más en los casos cuando la familia se tiene que ocupar en el área de producción para alguna entrega o demás. Sin embargo, no son considerables el número de contratados, pues solo se contrata de tres a cinco trabajadores. Por lo que el cambio en el número de empleados en los últimos 5 años ha sido bajo. Cabe mencionar que no se emplean personas para el área de producción, pues, de acuerdo a las palabras de los dueños, es una tradición que sólo debe de llevarse a cabo por los familiares. Además, que cada negocio tiene una técnica en particular que los diferencia de los demás, por ello que son muy cerrados en incluir a alguien más.

En cuanto a ampliar el negocio, sólo un porcentaje mínimo (nueve por ciento) de microempresarios tomaron la iniciativa y han fijado sus puntos de venta en la capital del estado, formando una sola marca mediante la unión de distintas modalidades de artesanías. O bien, se han presentado asociaciones entre artesanos. Esta actividad la mencionaremos más adelante como el resultado de una alianza estratégica. De igual forma, se tienen a los negocios líderes que se expandieron teniendo sus puntos de ventas fuera de los dos mercados, teniendo más autonomía. Los dueños que se ubican en el mercado principal, consideran que el tamaño actual del establecimiento es adecuado, pues han logrado separar los talleres de los puntos de venta. Además, prefieren esperar a que la situación económica y social del estado mejore para pensar en realizar una inversión para aumentar el tamaño del establecimiento. Los dueños del mercado comunal, comentaron que el poder tener su propio punto de venta para ellos ha significado mucho.

Partiendo de todo lo anterior, se pudo visualizar ciertas cuestiones tanto internas como externas que aquejan el crecimiento de las empresas, una de ellas, son las decisiones que toman los líderes. Por un lado, muchas de estas empresas no buscan nuevas alternativas para combatir la situación crítica que enfrentan, sino que sólo esperan ser ayudados por el gobierno. Y por otro, si bien buscan sacar adelante la empresa, los conflictos internos de la familia afectan al negocio. Haciendo referencia a lo que menciona Ward (1994), un problema que afecta el crecimiento de las empresas de tipo familiar, más que ser los temas relacionados con aspectos corporativos, son temas relacionados a los vínculos familiares. Uno de ellos es el relacionado a la sucesión del negocio y

con las metas y visiones dispares. El definir bien a la persona que estará al frente del negocio en la siguiente generación asegura que esta continuará con el legado.

Finalmente, analizando la situación de los dueños, se pudo apreciar que las firmas que accedieron al financiamiento externo adquirieron, entre otras cosas, conocimientos prácticos y técnicos que permitió un mejoramiento en ciertas áreas, además que facilitó la mejora en la inserción al mercado nacional e internacional. Esta situación se relaciona con los resultados de Giudici y Paleari (2000) y Kozan *et al.*, (2006), al evidenciar que el acceso al financiamiento formal permite a las empresas tener el capital financiero para contratar los servicios de consultores externos, capacitación y asesoría en áreas especializadas para lograr crecimiento e internacionalización.

4.4.5 Rentabilidad como medio de bienestar a la microempresa

La rentabilidad de una empresa resulta de gran importancia por su capacidad de producir un beneficio. Es decir, se pueden evaluar los beneficios comparando el resultado final y el valor de los medios utilizados para llegar al mismo.

De acuerdo a la información recabada se encontró que el nivel de ganancias ha crecido de manera regular en los últimos 5 años, esto es, se registran en promedio al mes ganancias que oscilan en \$5120.00. Un factor que ha ayudado a tener este resultado son las ventas a clientes extranjeros (clientes no pertenecientes al lugar de origen, nacionales como extranjeros), ventas en las cuales se respeta el valor de las piezas. Al considerar este tipo de ventas el monto de ganancias aumenta, en algunos casos incluso al doble del monto del promedio. Esto refleja que las ventas realizadas a clientes foráneos les son más rentable que las ventas a clientes locales. Sin embargo no se logra tener siempre ese mismo ritmo, ya que se han presentado periodos con muy bajas ventas. Comparando el nivel de ganancias con el nivel de inversión vemos que este último es bajo y se ha mantenido en cierta forma en un nivel estable en los últimos 5 años. Al igual que se mencionó en el grupo de los no financiados, el nivel de inversión es bajo (oscilando en promedio al mes en los \$225.00) ya que la principal materia prima utilizada se obtiene en gran parte directamente de la naturaleza. En estos negocios artesanales, al igual que de otros giros, se invierte poco en la materia prima pero mucho en cuanto al tiempo de fabricación, siendo este último el que les da el mayor valor a las piezas fabricadas.

A partir del otorgamiento de créditos a las microempresas, este ha ayudado al aumento de la rentabilidad a partir de mejorar las técnicas de mercadeo, es decir, de mejorar la forma de cómo dar a conocer a sus clientes sobre la variedad de productos o para mostrar la calidad de producto que se ofrece, esto con el propósito de incrementar las ventas. Un ejemplo de ello son las alianzas de mercadeo, mismas que se describen más adelante.

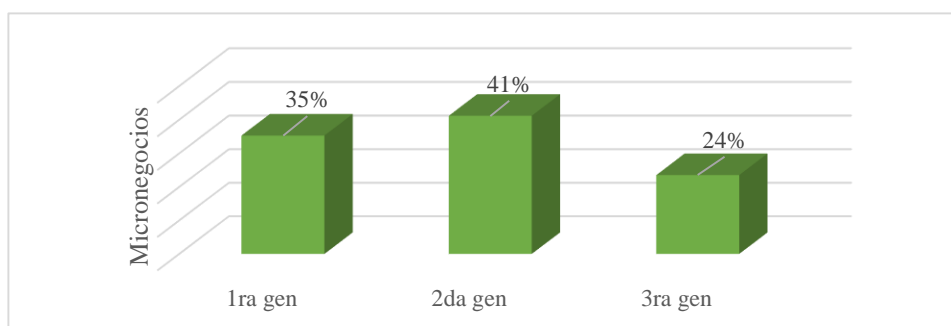
4.4.6 Características de la supervivencia en negocios artesanales

Dentro del estado de Oaxaca como en todo México, las empresas son una fuente generadora de riqueza, empleo e innovación. De una idea o un proyecto puede nacer un negocio que crezca y constituya el patrimonio de un emprendedor por mucho tiempo. Sin embargo, se debe lidiar con una serie de dificultades que pueden afectar la supervivencia de la empresa en el mercado.

En el caso de los negocios artesanales sucede lo mismo. Partiendo de la idea que se trata de negocios familiares, se tiene conocimiento que, de estos, tres de cada diez negocios siguen la segunda generación, mientras que sólo un diez por ciento sigue en la tercera generación. Partiendo de ello, los dueños han buscado la manera de disminuir los riesgos para asegurar la supervivencia.

De acuerdo a la información recabada se tiene que en promedio los años de vida de los negocios artesanales oscila en 43 años. Teniendo la presencia de hasta tres generaciones al mando del establecimiento. Cabe mencionar que los años hacen referencia a la actividad con carácter empresarial, puesto que la practica artesanal tiene más de 300 años de existencia.

Gráfico 4.10 Porcentaje de negocios y la generación a la que pertenecen



Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, son pocos los establecimientos que han podido llegar a la tercera generación, y son estos los negocios que están más consolidados en el

mercado. Dentro de los factores que han permitido que el negocio se halla mantenido en el mercado por largos años, está primeramente para el 48 por ciento de los encuestados, que el producto que venden es de calidad, esto se visualiza por un lado al asegurar que no daña la salud de sus consumidores (para el caso de las piezas utilitarias). Por otro lado, está el hecho que las piezas tienen el toque artístico, cultural, tradicional y ornamental que las hace únicas y especiales. Afirman que esto es importante para ganar credibilidad y fidelidad del cliente al asegurarle una buena inversión de su dinero al momento de realizar su compra (43 por ciento). De esta manera los artesanos afirman que los mismos clientes recomiendan su trabajo, cayendo en lo que se conoce como “publicidad de boca en boca”. El número de clientes no ha variado mucho en los últimos cinco años, se ha mantenido constante hasta cierto punto. Otro factor es el apoyo brindado por la familia, mismo que resulta un elemento clave para seguir el día a día (44 por ciento). No menos importante están los apoyos financieros, mismos que les han ayudado a tener disponibilidad de capital y el poder realizar inversiones en el negocio. Los créditos han contribuido para la supervivencia del establecimiento, pero ante la situación que enfrenta el sector artesanal, el allegarse a un crédito ahora resulta complicado, por lo que sólo piden financiamiento cuando lo consideran prudente, y en su lugar recurren a los apoyos en especie.

A partir de lo anterior, se tiene que el 53 por ciento de los dueños afirma que no depende del financiamiento que los negocios no permanezcan en el mercado, sino más bien se debe a cuestiones externas al negocio lo que afecta su supervivencia, por mencionar algunos, los conflictos sociales que enfrenta el estado (principalmente el conflicto magisterial) que, de no terminar, seguirá dañando la economía local, haciendo que cierren muchos negocios; la escasa atención por parte del gobierno del estado para promoverlos, ya que solo lo hacen en tiempos de la Guelaguetza o cuando hay elecciones, o bien, que solo apoya a unos cuantos micronegocios; la crisis económica que se vive en el país, etc. Ante ello, sólo el 25 por ciento de los microempresarios establece que, si bien los problemas sociales afectan los negocios, depende del líder salir adelante buscando la mejor manera de progresar a pesar de la situación, se debe buscar el crecimiento y la superación. Como lo menciona Cantillon (1680-1734), la persona al mando del negocio debe ser alguien que sea tomador de riesgo, que sea inteligente, trabajador, líder. Alguien que sin duda no deje caer el negocio, buscando el crecimiento y desarrollo del mismo. El 35 por ciento de los dueños considera simplemente que el negocio no llegará a la siguiente generación, ya que los jóvenes consideran que el especializarse (estar más cualificados) y buscar trabajo en la capital, les

va a permitir asegurar un ingreso, sin embargo, ello implicaría dejar en segundo plano la fabricación de piezas de barro, o en otra circunstancia abrir un negocio de diferente giro.

A partir de esto último, como lo menciona Nevezia (2008) la sucesión dentro de las empresas familiares resulta un proceso importante para su supervivencia futura. La sucesión es un proceso, no un evento, y como tal debe ser planeado y coordinado de manera adecuada. Se requiere de un buen líder y para ello se requiere de un proceso adecuado. Quien proceda en el negocio marcará el destino de la misma. Es por ello que para estos negocios donde la generación más joven se prepara académicamente para desempeñarse en otros giros, el destino de los negocios artesanales es incierto. Y en estos negocios, queda la incertidumbre de quien continuará al mando.

Finalmente, se tiene que los recursos financieros son importantes dentro del establecimiento por la disponibilidad de capital, sin embargo, no son lo indispensable para que el negocio sobreviva. Se debe a una serie de factores lo que propicia que el negocio permanezca en el mercado, y en el caso de los negocios artesanales depende de la determinación del líder.

4.4.7 Participación de la innovación en el ámbito artesanal

La fabricación de piezas de barro negro sin duda ha caracterizado a la comunidad de San Bartolo Coyotepec como una de las principales productoras en el estado (partiendo de que existen además en Oaxaca productos de barro rojo y verde). Son diversos los motivos que ha llevado a la comunidad ser líder en este giro, una de las razones es por la disponibilidad de la materia prima principal. Sin embargo, la clave del éxito para estos microempresarios de artesanía ha sido la perseverancia, la innovación y su técnica de fabricación porque la variedad de productos atrae a la clientela, además se debe estar superando a la competencia que trabajan igualmente en la misma rama.

De acuerdo a la información obtenida de los dueños, 88 por ciento de los negocios realizan innovaciones, dentro de las principales éstas se presentan en el área de producción. Innovaciones que van desde los diseños, el tipo de calado, el tipo de repujado, pintura, introducción de nuevas técnicas de decoración, introducción de variedad de moldes para aumentar la producción, instalación de los hornos a ras de suelo, entre otros. Claro está que esta introducción de mejoras lo hacen salvaguardando la cuestión artesanal.

No obstante, el 68 por ciento de los entrevistados manifestaron que nunca han intentado acceder a tecnologías modernas y prefieren utilizar la tecnología tradicional hecha en casa o adquirida con los proveedores de la misma comunidad. Esto por dos razones, la primera porque creen que al introducir maquinaria moderna se perdería la esencia artesanal que es el plus que los caracteriza. Segundo porque llevar a cabo tal acto requiere de una inversión elevada, misma a la que no pueden acceder tan fácilmente. El porcentaje restante (32 por ciento) considera que la inversión en innovación tecnológica es buena, pero consideran que no es el momento adecuado para llevarla a cabo, esto por la situación económica que atraviesa la actividad y el estado.

Los dueños de los negocios no dejan de lado el poder realizar alguna innovación a gran escala (principalmente los negocios que se encuentran fuertemente posicionados), así como se han llevado en otros sectores de artesanías. Por mencionar, como sucede con el mezcal, donde las innovaciones hechas al proceso de producción son claramente superiores a la media. Teniendo un alto grado de mecanización de los procesos. Pero comentan los dueños de los negocios que no serían ellos quienes lo llevaría a cabo sino las generaciones futuras, ya que a pesar de disponer de capital para llevar a cabo tal inversión, ahora el actual enfoque artesanal/tradicional de fabricación es lo que les da prestigio a sus productos.

Cabe señalar que las innovaciones de producto son las más habituales en las microempresas artesanas, aunque se pudo observar la presencia de otro tipo de innovaciones dentro de los negocios principalmente en cuanto a aspectos organizativos y comerciales, esto vinculado con las alianzas estratégicas realizadas y con mejorar las técnicas de difusión del producto para darlo a conocer a más clientes.

4.5 Otros resultados encontrados

Al realizar la investigación se encontró información adicional con respecto al tema de interés, los cuales en mayor o menor medida afectan el desempeño de la empresa.

En primer lugar, se tiene que un factor que afecta negativamente a la actividad artesanal es el alto número de migración de hijos de los artesanos a centros urbanos. Se había mencionado anteriormente que esto es resultado de la concepción negativa que tienen los dueños del negocio de la crisis que vive el estado y como ello ha afectado la actividad artesanal, en gran medida por las consecuencias de los enfrentamientos sociales que se han llevado a cabo con anterioridad

mostrando una imagen negativa del estado. Se tiene también casos donde las generaciones más jóvenes no participan activamente en la cadena de valor, se desconoce los motivos exactos de esto. Los hijos salen en búsqueda de trabajos más seguros y con más recompensa económica que la actividad artesanal puede ofrecer. Se trata de negocios donde no se ha sabido aprovechar todo el potencial de la actividad. Por ende, los jóvenes buscan de cierto modo, un ingreso seguro. Sin embargo, realizar esto muchas veces significa que olviden partes del proceso de la alfarería o bien, no quieren o puedan seguir continuando la tradición de su familia no asegurando la continuidad del negocio.

Otra de las consecuencias que ha dado lugar los problemas sociales, es la disminución del turismo. Mostrando datos respecto de este hecho, de acuerdo a la información proporcionada por las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (2014), después de los enfrentamientos presenciados en el año 2006 en la capital del estado, esto trajo como consecuencia la reducción del turismo nacional en el estado, el cual fue de 33 por ciento y 31 por ciento de turismo extranjero (respecto al año anterior), las ventas en general tuvieron una disminución de hasta 400 por ciento, originando pérdidas económicas de 950 millones de pesos, ya que se redujo la derrama económica generada por el turismo y los despidos laborales llegaron a los 6 mil empleados (Guerrero, 2007). Situación de la cual el estado actualmente no ha superado en su totalidad.

Otro hecho que resulta interesante resaltar, es que los microempresarios mencionan el cómo les afecta lo que es la introducción de productos piratas (de origen chino, principalmente) al mercado local. Esto porque en otros giros de artesanía, como lo es el tejido y el tallado de madera (alebrijes), se han presentado este tipo de problemas que los afecta severamente, lo cual se ve reflejado en la disminución del nivel de ventas, pues los productos piratas normalmente los venden más barato, o bien, al no estar patentados la mayoría de productos artesanales, personas foráneas se llevan la idea y la patentan como propia. El sector artesanal se encuentra vulnerable, pues como lo mencionó Santiago Toledo Teja, director comercial del Fondo Nacional de Fomento a las Artesanías, de un total de 7 mil productos artesanales que componen el catálogo del Fonart, sólo 18 tienen un Registro Colectivo de Marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, que los protege de la piratería (López, 2007; Izquierdo, 2006).

Una de las varias estrategias que han implementado los microempresarios es acerca de la formación de alianzas estratégicas. Es decir, se pudo apreciar en la muestra analizada que existen

asociaciones de varios dueños, usualmente hecha con los líderes del mercado (competidores locales). Muchos buscaron acogerse con aquellos con los que ya tenían más conocimiento del negocio y además porque se les resultaba más fácil solicitar entre otros apoyos, créditos. Esto ha favorecido a algunos establecimientos ya que adquieren conocimientos de otros negocios. Otro tipo de alianzas se ha dado con el gobierno y las instituciones educativas en pro de mejorar la situación de los artesanos. Se menciona el argumento de Westhead et al., (2001), donde el refiere que la formación de alianzas estratégicas, facilita a las pequeñas firmas adquirir o complementar recursos restringidos para lograr posicionamiento en el mercado, específicamente el know-how. Sin embargo, no siempre se obtienen los resultados deseados, ya que se necesita mejorar varios aspectos del comportamiento empresarial de los artesanos.

Al estar en contacto con la microempresa, se pudo identificar los canales de comercialización en este sector, donde el más frecuente es la venta directa a clientes concretos, venta por encargo, la venta directa en el taller o la empresa, la venta a minoristas y la venta en tienda propia. Un dato que llamo la atención, es que la mayoría de los miembros de las generaciones más jóvenes de la familia, no están participando en el proceso de producción de piezas, sino que se están quedando en el área de ventas. Su participación es menos en la producción, pero mayor en cuanto a mejorar las técnicas de difusión y mercadeo de los productos (principalmente en los negocios de tercera generación).

Finalmente, si bien es cierto que el financiamiento de fuentes formales (públicas y privadas), han sido los dotadores de recursos, cuando por diversos motivos no se pueden acceder a ellos, la principal fuente de capital para abastecerse de recursos, vienen siendo familiares o amigos, donde la garantía es la palabra o los lazos de amistad.

Conclusiones del capítulo

Como se mencionó anteriormente, un negocio sin recursos de financiamiento se moverá con dificultad, pero no impedirá que no permanezca en el mercado. El financiamiento es considerado como uno de los combustibles sobre el cual marcha el negocio. Ante este aspecto, una empresa puede tomar diferentes opciones para conseguir créditos, y puede ser usada más de una opción. El cómo impacte el financiamiento dependerá en gran medida de su adecuado uso.

A partir de la información que se recolectó en el trabajo de campo se pudo organizar a dos grupos de microempresas y con ello analizar a quienes han recibido financiamiento y quiénes no comparando las diferencias entre cada grupo. Se pudo observar que hay varios factores tanto internos como externos a la empresa que afectan el desempeño que esta pueda tener. A partir de ello, se logró detectar que el papel del financiamiento en primera instancia, ha contribuido al mejoramiento y crecimiento del negocio, pues le ha permitido al establecimiento permanecer y desarrollarse en el mercado (aunque no en todos los casos), sin embargo, no es la piedra angular que asegure el buen desempeño de la empresa. Temas como la pérdida de emprendimiento o escasa visión de los líderes de negocio, vienen a ser factores que determine que los establecimientos artesanales sobrevivan o no, en menor medida la presencia o no de financiamiento.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES GENERALES

*“Sabemos que nuestros negocios de artesanías son pequeños todavía,
y que estamos enfrentando ahora dificultades que nos afecta,
pero a pesar de ello tenemos mucho que mostrarle al mundo.
No podemos permitirnos cerrar cuando hay tantas oportunidades
y apoyos para nosotros, no debemos temer a pensar en grande”.*

María, maestra artesana
San Bartolo Coyotepec, Oaxaca México

La presente investigación, surgió como una inquietud personal por conocer qué está sucediendo con la participación de los artesanos en el sector empresarial, principalmente las microempresas manufactureras que pertenecen al estado de Oaxaca. La propuesta de investigación parecía interesante, esto en gran medida porque existen pocas investigaciones en microempresas relacionadas con el sector artesanal en México, puesto que la mayoría hace referencia a estudios de empresas de todos los giros. Llamó la atención este sector ya que en lugares donde se tiene un elevado índice de pobreza, atractivos turísticos, cultura, etc., el negocio artesanal resulta como una de las principales fuentes de ingreso y un potencial motor de desarrollo.

Como se pudo apreciar anteriormente, aun cuando la importancia de las microempresas es considerada por su contribución a la economía local, presentan una serie de problemas en su camino de crecimiento y desarrollo, siendo uno de ellos el allegarse de financiamiento. Los recursos financieros dentro de la empresa constituyen un elemento de gran valor para el logro de inversiones a corto, mediano y largo plazo. La captación de recursos tanto para emprender un negocio como para poner en práctica nuevas ideas o proyectos es un obstáculo, a veces insalvable, al que se enfrentan los empresarios de las mipymes, y puede suponer un freno al crecimiento económico y empresarial. Sin embargo, el impacto que tienen los recursos financieros depende en gran medida de cómo se implementen en la empresa. Centrándonos propiamente en las microempresas del sector artesanal, éstas no son la excepción del empleo de financiamientos. Hay evidencia teórica que manifiesta el comportamiento que tienen los financiamientos dentro de la empresa contribuyendo entre otras cosas a mejorar el desempeño de la misma, sin embargo, al contrastarlo con la realidad se aprecia que no siempre sucede como debería ser. Es por ello que surgió el deseo de conocer y contrastar con la teoría lo que sucede con los negocios artesanales y el financiamiento.

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, a continuación, se elaboran las conclusiones a las que se llegaron tomando en consideración la hipótesis propuesta: en San Bartolo Coyotepec el financiamiento a las microempresas artesanales ha contribuido positivamente al mejoramiento del desempeño en términos de innovación, supervivencia y crecimiento.

Se tienen las siguientes conclusiones:

Analizando los aspectos sociodemográficos se pudo observar que los roles que desempeñan los hombres y mujeres están muy definidos. Los cuales hacen referencia a que las labores de la mujer recaen a cuestiones del hogar y la de los hombres al trabajo. Este hecho tiene que ver con cuestiones culturales. Respecto de la educación, si bien se puede observar en las estadísticas del INEGI que el porcentaje de jóvenes que terminan la educación básica es casi parecido entre hombres y mujeres, es en la educación superior donde este dato cambia. Pues el hecho de que las mujeres estudien más les representa a las familias una mala inversión pues tienen la idea que una vez que la mujer se case esta debe dedicarse al hogar y ya no ejercer sus estudios, no así para los hombres. Son pocas las opiniones donde se refleja la igualdad que existen entre ambos. Lo anterior lo podemos ver en que los dueños de los negocios en su mayoría son varones.

Tal como se encontró en otros estudios de negocios artesanales (Ward 2003; MITC, 2011; y Álgida, 2009) los establecimientos de San Bartolo Coyotepec son en su mayoría de tipo familiar. De igual forma se pudo identificar que el motivo principal al momento que se decidió abrir el negocio fue con miras de subsistencia, buscaban tener un ingreso seguro ya que no contaban con las cualificaciones requeridas para ciertos trabajos, donde el negocio de la artesanía resultó una opción viable. Solo un 16% vio lo rentable que era el negocio en aquellos años, con lo que la superación personal ha sido lo que los lleva a seguir en el mercado.

Respecto al tema de los financiamientos, se encontró que había establecimientos que no solicitaron créditos, de igual forma había negocios que si los solicitaron. Por este motivo se analizó cada grupo por separado para determinar si existía diferencia entre uno y otro. Analizando el primer grupo se pudo determinar que el motivo principal por el cual no acuden a solicitar financiamiento es porque consideran que las ganancias generadas son suficientes para invertir en el negocio. Los dueños comentaron al respecto, que es porque ellos no ven o no tienen el deseo de crecer, les basta con ganar lo necesario para cubrir sus necesidades. O en su caso, si se planea

realizar alguna inversión prefieren hacerlo con sus propios medios, no endeudándose pudiendo perder lo que tienen (patrimonio familiar). La autofinanciación viene a presentar una debilidad, que es una importante carencia de aportaciones externas que las limitan a realizar inversiones.

La importancia del autofinanciamiento en la estructura financiera de los negocios artesanales es muy alta cuando deciden no solicitar créditos a fuentes formales: un 29 por ciento de las empresas artesanas financia sus actividades e inversiones sólo a través de fondos propios y no cuenta con financiación ajena. Lo anterior viene a ser por diversas problemáticas, una primera dificultad hace referencia a la complejidad en el acceso a la financiación ajena, sin embargo, la mayor dificultad se tiene por una escasez de inversiones por parte de los microempresarios. No ven a la inversión como el impulso que necesitan para desarrollarse, sino lo ven como un gasto.

Se percibe entonces que la visión de los dueños de estos negocios que no han solicitado algún crédito es un cierto grado de conformismo a continuar con una empresa estancada en ventas e insertada en un mercado local, con ingresos de subsistencia y con poca posibilidad de crecer, limitados de solicitar y recibir apoyos de fuentes externas (principalmente de tipo público, ya que son negocios informales). Los dueños de las firmas manifestaron que, si ellos venden lo suficiente para comer y cubrir sus principales necesidades, entonces ya no necesitan más, se puede apreciar que se tiene solo un ingreso para subsistir. Esto es una situación preocupante, pues se está perdiendo en ellos el espíritu de crecer y salir adelante, pues solo buscan sobrevivir sin aspirar a crecer y desarrollarse en el mercado.

Respecto de los negocios que si han solicitado financiamientos en general, se concluyó que son las fuentes formales privadas las que a consideración de los artesanos es más difícil acceder a créditos, comparado con las fuentes públicas. De acuerdo a los resultados encontrados, los motivos de ello se deben a que los privados manejan tasas de interés elevados, así como imposición de garantías con lo que ellos aseguren que se les será devuelto el monto prestado (percepción de riesgo). Se pudo detectar que la percepción del riesgo por parte de los dueños artesanos es una limitante para muchas de estas microempresas. Se tiene temor de realizar inversiones cada vez mayores y poder abarcar un mayor mercado por el costo que esta pueda tener para poder llevarlo a cabo. Además, debido a los altos formalismos administrativos, contables y fiscales que se exigen, se puede afirmar que no es ésta una vía de financiación válida para las unidades

microempresariales. La percepción negativa con las fuentes públicas es que cuando hay algún evento político es cuando hacen más fácil el acceder algún crédito.

Se hace uso de las fuentes internas (familiares y amigos) cuando los montos son pequeños, o por simplicidad del proceso de préstamo. Esta resulta una alternativa cuando no quieren endeudarse o quedar en buro de crédito con las instituciones formales debido a la situación en que se encuentran. El uso de financiamiento formal público es más solicitado ya que hay convocatorias donde el recurso financiero viene acompañado de otros tipos de apoyo. Este es el motivo por el cual pocos negocios están registrados en la Secretaría de Hacienda, estando registrados los negocios consideran más el solicitar apoyos (en especie y monetarios), o en su caso, se han registrado porque esto es un requisito para afiliarse a organizaciones que fungen como intermediarios a estos negocios artesanales.

Al analizar el destino de los créditos, se pudo detectar que no siempre se emplean dentro del establecimiento. Al tratarse de negocios familiares se pudo apreciar que muchas veces no se logra separar las cuestiones personales de las del negocio. Este hecho llega a traer consecuencias negativas para ambos lados. Muchas veces la microempresa no emplea los recursos financieros para lo que fue solicitado, sino que lo emplean en cuestiones ajenas al negocio, presentándose desvío de recursos, es por ello que los financiamientos no tienen el impacto deseado en la organización pues no se emplea como debería ser. Dentro de los gastos ajenos al negocio se pudo detectar que con los créditos se procuró subsanar cuestiones personales como la salud o gastos escolares.

Partiendo de los comentarios de los dueños de los establecimientos se concluyó que existe una influencia proveniente del financiamiento dentro y fuera de las empresas, aunque esto es relativo para cada grupo de artesanos. Se tiene que el financiamiento ha permitido en primer lugar, que se tenga capital para la realización de inversiones, el poder entrar a nuevos mercados (extranjeros principalmente), así como promover la exportación, el participar en exposiciones tanto nacional como internacional, mejorar aspectos de la publicidad, poder acceder a capacitaciones o cursos sobre temas de manejo del negocio, entre otros. Se determinó a partir de la información recabada que, si bien los recursos financieros son importantes para ayudar al desarrollo de las microempresas, no es lo indispensable para que este permanezca en el mercado, existe una serie de factores que han ayudado a que las microempresas sobrevivan, siendo la más importante la

voluntad del líder de crecer sin caer en el conformismo. La presencia de empresas en la localidad desde que cambiaron a una visión más empresarial, ha permitido la mejora de la calidad de vida de la población al ofertar puestos de trabajo, el atraer turistas (clientes) que, si bien compran sus productos, hace que adquieran de otros giros, propiciando el consumo local. Además, que ha permitido la entrada de ingresos a la familia o negocio, lo que hace que puedan invertir ese capital en la localidad promoviendo un desarrollo local. Sin embargo, en los últimos cinco años, se ha visto una disminución de estos aspectos derivado de los problemas sociales que se viven en la capital del estado que les ha llegado afectar negativamente.

Hablando en aspectos propios de la empresa, se concluyó que a través de los créditos se ha logrado obtener un crecimiento moderado, que, aunque no ha sido el esperado, ha sido mayor que el presenta el grupo de los que no han solicitado financiamiento, tal como se aprecia en el análisis de resultados. Esto es, con el dinero de los créditos han podido financiar sus inversiones en producción, ventas, canales de comercialización, establecimiento y fortalecimiento de alianzas estratégicas, etc., impulsándolos a una mejora tanto en sus ventas como en sus ingresos. Sin embargo, son contadas las microempresas que han sabido aprovechar en su totalidad todos estos beneficios.

A pesar que los dueños del negocio artesanal consideran que tener disponibilidad de capital a través de los financiamientos es importante por las inversiones que se pueden hacer al mismo para mejorar su desarrollo, no consideran al financiamiento como un elemento importante que defina que el negocio sobreviva y se desarrolle en el mercado. En los últimos años, debido a los problemas sociales y a la crisis económica que enfrenta el estado, el continuar con el negocio artesanal por parte de las generaciones jóvenes es un tema difícil de predecir. La percepción que tienen los dueños de los problemas sociales hace que piensen que ya no sea tan rentable el que próximas generaciones sigan con la actividad. Por ello apuestan que si los jóvenes siguen preparándose académicamente (tener más cualificaciones) podrán asegurar un trabajo en la capital del estado (pasarían de ser empleadores a empleados). Son pocos los establecimientos de tercera generación que siguen con miras de crecimiento y no dejan quebrar el negocio pues, aparte que consideran rentable la actividad, lo consideran un patrimonio. En este punto se necesita de la adopción de decisiones estratégicas manifestadas en cada generación al mando, mejorando la

empresa. Son muchos los negocios que dudan del potencial que tiene la actividad, por ello temen el realizar inversiones grandes por el riesgo que lleva consigo.

En relación con la innovación, se tiene la presencia de innovaciones en proceso y promoción. La mayor presencia de innovaciones se detecta en el área de producción, de igual manera se tiene la presencia de innovaciones en promoción, pues el tema de la publicidad es importante para dar a conocer su trabajo, no se tiene inversiones en innovación tecnológica ya que opinan no es necesario en este momento una inversión tan grande. Las innovaciones hechas son a pequeña escala, las cuales les ha llevado a mantenerse en el mercado, pero no asegura su permanencia en el largo plazo. A pesar del conocimiento de que otros tipos de artesanías (por mencionar el mezcal) ha incursionado en introducir mejoras en la producción mediante innovaciones tecnológicas, estos microempresarios no lo consideran viable, ya que también lo consideran como un gasto. Gran parte de estos hechos es porque no quieren perder la esencia artesanal, que a su consideración es como el plus de sus negocios, pues mencionan que una vez realizando una inversión elevada para modernizar procesos se perderá el legado de sus antepasados. Los financiamientos no han propiciado la implementación de innovaciones dentro de los negocios, puesto que un factor que lo impide es la resistencia al cambio, ya que consideran perderían su identidad

Una mejora del desempeño se ha encontrado en el pequeño conglomerado de microempresas donde aspiran a consolidarse como empresa, buscando crecer y posicionarse fuertemente en el mercado. Esto se pudo apreciar en las empresas de tercera generación donde ellos tienen una visión más empresarial. Cuentan con una marca, son altamente reconocidos en la localidad y fuera de ella, realizan la mayor parte de las exportaciones registradas, han participado más en ferias, congresos y expos a nivel nacional. Se centra en la comercialización y mercadotecnia del establecimiento. Se tiene casos donde estos ya no participan activamente en la fabricación de piezas, sino solo compran las piezas ya hechas a otros negocios. No así con los demás conglomerados.

Finalmente, la hipótesis planteada, se acepta parcialmente, o bien se rectifica, ya que con el financiamiento se ha mejorado el desempeño de las microempresas sólo en la variable de crecimiento, no así con las variables supervivencia e innovación, donde para sobrellevar cada una lo hacen con lo que tienen a su disposición. Es decir, respecto de la supervivencia, el que los

negocios sigan o cierren depende a cuestiones ajenas al financiamiento, por mencionar, el principal factor de desempeño de la supervivencia viene a ser la convicción del líder para progresar. La parte negativa de lo anterior radica que solo el 25 por ciento de los dueños ve potencial en sus negocios y vienen a ser los que ya se encuentran consolidados en el mercado, el resto no visualiza correctamente el potencial del negocio. Respecto de la innovación, hay aspectos dentro del negocio que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías (innovación tecnológica) que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos. Ya que hay establecimientos que a pesar que cuentan con el dinero para la realización de la inversión, optan por no realizarla. Frente a esto último, aspectos como la pérdida de la esencia cultural funge como uno de los principales impedimentos.

En gran parte de los establecimientos aún persiste la carencia de una cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales, aspectos que limita a los micronegocios artesanales de presentar un buen desarrollo a futuro.

Las líneas de investigación del que podría ser parte futuros estudios considerando los resultados de este trabajo son los siguientes:

- Innovación en empresas familiares
- Empresas artesanales como motor de desarrollo local
- Fiscalización en microempresas
- Programas o políticas encaminadas al fortalecimiento del sector microempresarial
- Políticas de patentes
- Economía sustentable con el medio ambiente

Anexo 1: Encuesta



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Facultad De Economía y Relaciones Internacionales
(FEyRI)

Encuesta

El objetivo de la encuesta es obtener información de primera mano acerca de la influencia que han tenido las fuentes de financiamiento en las microempresas artesanales manufactureras de la comunidad de San Bartolo Coyotepec. La misma se realiza a dueños de microempresas.

Aviso de confidencialidad

La información obtenida mediante esta encuesta es de carácter confidencial, por lo cual se garantiza la privacidad de las personas participantes, y que los datos proporcionados serán utilizados únicamente con fines académicos.

Datos generales del informante y del negocio.

Nombre: _____ Escolaridad: _____ Edad: _____

Habla alguna lengua indígena: _____ Mencione cual _____

Puesto que ocupa dentro de la empresa: _____ Tiempo ejerciendo la actividad: _____

Composición del negocio: Familiar _____ Capital privado _____

Qué tipo de alfarería produce: Cerámica decorativa _____ Cerámica domestica _____ Ambas _____

CONTEXTO GENERAL

1.- ¿La actividad del barro, es la actividad principal como fuente de ingreso? Si ___ No ___
De ser no la respuesta, mencione cual es la actividad principal

2.- Razón principal al momento de iniciar con la apertura de su negocio artesanal
___ Crecimiento local
___ Subsistencia
___ Superación personal
___ Pasatiempo
___ Otro

3.- ¿Conoce y ha recibido apoyos que ofrecen las instituciones que ayudan a las actividades artesanales?
Sí ___ No ___

4.- ¿Ha solicitado algún apoyo financiero? Sí ___ No ___ *Si la respuesta es sí, continúe con la pregunta 6. Si la respuesta es no, pase a las tres preguntas siguientes y concluye la entrevista.*

5. Motivos por los cuales no se ha solicitado financiamiento:

- No me interesa ____
 No he necesitado ____
 Favorable autofinanciamiento ____
 Mala experiencia ____
 Mucho papeleo ____
 Otro. (mencione) ____

| DESEMPEÑO | | | | | | |
|--|--|--|---------|---------|-------|-----------|
| <i>SUPERVIVENCIA</i> | | | | | | |
| <i>Años de vida del negocio</i> | | | | | | |
| | | Muy difícil | Difícil | Regular | Fácil | Muy fácil |
| 6 | ¿Qué tan complicado ha sido adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7 | ¿Qué factores considera usted, le han ayudado a que su empresa haya sobrevivido por largos años? | Producto de calidad _____ Clientes fieles _____ Apoyos institucionales _____ A su familia _____ Al gobierno _____ Otro (mencione) _____ | | | | |

| CRECIMIENTO EMPRESARIAL | | | | | | |
|--|--|----------|-------------|----------------|-------------------|--------------|
| <i>Tamaño del establecimiento y diversificación del mercado</i> | | Decreció | Creció poco | Creció regular | Creció suficiente | Creció mucho |
| 8 | ¿En los últimos cinco años, que tanto considera que creció su negocio? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9 | ¿En los últimos cinco años, que tanto considera que creció su mercado meta? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10 | ¿Cómo considera que se han comportado las ventas en los últimos 5 años? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11 | ¿En los últimos 5 años, como considera que se ha comportado el nivel de trabajadores? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12 | ¿En los últimos 5 años, como considera que se ha comportado la demanda de sus productos en el mercado? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| FINANCIAMIENTO | | | | | | |
|--|--|-------------|---------|---------|-------|-----------|
| <i>Acceso al financiamiento</i> | | | | | | |
| | | Muy difícil | Difícil | Regular | Fácil | Muy fácil |
| 13 | ¿Qué tan fácil ha sido para usted solicitar un financiamiento, crédito o préstamo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14 | ¿Qué tan fácil ha sido para usted ser beneficiario de un financiamiento, crédito o préstamo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | ¿Cómo ha sido usted pagar un financiamiento, crédito o préstamo? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|---|-----------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------|
| 16 | ¿Cuál es el problema frecuente al momento de acceder a un financiamiento, crédito o préstamo? | Poca información disponible | Mucho papeleo | No ser apto para ser beneficiario | Altos intereses | Otro (mencione) |
|----|---|-----------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------|

| Fuentes de financiamiento | | Nunca | Pocas veces | Regularmente | Muchas veces | Siempre |
|---|--|-------|-------------|--------------|--------------|---------|
| Con que frecuencia ha solicitado financiamiento de: | | | | | | |
| 17 | Familiares y amigos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18 | Cajas de ahorro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19 | Compartamos Banco | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20 | Programas de microcréditos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21 | Instituciones de gobierno (<i>Bancomex, Fonart, Fonaes, Banoaxaca, Nafinsa, etc</i>) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22 | Bancos (<i>Banorte, Banamex, Bancomer, HSBC, etc</i>) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Con que frecuencia ha sido acreedor de financiamiento de | | | | | | |
| 23 | Familiares y amigos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24 | Cajas de ahorro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25 | Compartamos Banco | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26 | Programas de microcréditos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27 | Instituciones de Gobierno (<i>Bancomex, Fonart, Fonaes, Banoaxaca, Nafinsa, etc</i>) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28 | Bancos (<i>Banorte, Banamex, Bancomer, HSBC, etc</i>) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El dinero obtenido por el crédito, ¿En que lo invirtió? | | | | | | |
| 29 | Compra de materia prima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30 | Compra de maquinaria y equipo de trabajo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31 | Gastos en puntos de venta (publicidad y comercialización) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32 | Gastos en remodelación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33 | Contratación de trabajadores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34 | Otro (especificar)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| El dinero obtenido por el crédito, lo empleo en gastos personales como: | | | | | | |
| 35 | Acondicionamiento del hogar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36 | Adquisición de electrodomésticos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 37 | Abastecimiento de despensa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38 | Gastos escolares | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | | | | | |
|----|----------------------|---|---|---|---|---|
| 39 | Gastos médicos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40 | Otro (especificar)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| <i>Influencia del financiamiento</i> | | Nada | Poco | Regular | Mucho | Completa. |
|---|---|--|--------------------------|------------------------------|------------------|----------------------|
| Con qué frecuencia el financiamiento, crédito o préstamo obtenido permitió al negocio: | | | | | | |
| 41 | Buscar nuevos clientes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 42 | Entrar a nuevos mercados | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43 | Ampliar el negocio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44 | Remodelar el negocio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45 | Aumentar la producción | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46 | Comprar constantemente maquinaria y equipo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47 | Exportación de mercancía | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| En qué medida, cree usted que la cantidad de pequeños negocios de artesanías que hay en esta comunidad han contribuido: | | | | | | |
| 48 | A que la gente de la comunidad tenga ingreso para su familia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49 | A la llegada de más turistas a la comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50 | A que haya más infraestructura en la comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51 | A que la comunidad reciba más apoyo de gobierno | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52 | A que se generen más empleos en la comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53 | A que se mejore la calidad de vida de la comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 54. ¿Con que frecuencia la falta de apoyo financiero a los negocios de artesanías ha llevado a la desaparición de las mismas? | | | | | | |
| 55 | ¿Qué tanto el financiamiento es necesario para mantener su negocio en el largo plazo? | (1) Nada necesario | (2) Poco necesario | (3) Regularment necesario | (4) Necesario | (5) Muy necesario |
| 56 | ¿El dinero recibido con el crédito, se ajusta a lo que necesita? | (1) Se necesita el doble | (2) Casi no se ajusta | (3) Regularment se ajusta | (4) Es justo | (5) Siempre sobra |
| 57 | ¿Cuál es el motivo para pedir una u otra? | Confianza _____ Disponibilidad del dinero _____ Facilidad de préstamo _____ Oportunidad _____ | | | | |

¡Gracias por su cooperación y éxito en su negocio!

Anexo 2: Entrevista semi-estructurada



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
Facultad De Economía y Relaciones Internacionales
(FEyRI)

Entrevista semi-estructurada

El objetivo de la entrevista es obtener información de primera mano acerca de la influencia que han tenido las fuentes de financiamiento en las microempresas artesanales manufactureras de la comunidad de San Bartolo Coyotepec. La misma se realiza a dueños de microempresas.

Aviso de confidencialidad

La información obtenida mediante esta entrevista es de carácter confidencial, por lo cual se garantiza la privacidad de las personas participantes, y que los datos proporcionados serán utilizados únicamente con fines académicos.

DESEMPEÑO EMPRESARIAL

Supervivencia

1. ¿Cuántos años tiene el negocio de vida?
2. ¿Ha cerrado en algún momento desde que se fundó su negocio? Sí__ No__ ¿Por qué?
3. Tiempo que cerró el negocio: ____ (d-m-a)
4. Mientras cerro, usted... __ Solo produjo __ Solo vendió __ No vendió ni produjo
5. ¿Cuenta con clientes fieles o son eventuales? Sí__ No__
6. ¿Qué aspectos considera usted que ha influido para que tenga clientes fieles?
7. ¿Qué aspectos considera usted son los que le han permitido a su negocio sobrevivir?

Innovación

8. ¿Ha optado por innovar dentro del negocio? ¿en qué área principalmente?
9. ¿Se ha optado por innovar el proceso de producción?
10. ¿Qué lo diferencia de los demás?
11. ¿Se han mejorado los tiempos de fabricación de productos en los últimos 5 años?
12. Mencione como
13. ¿En los últimos 5 años, ha comprado maquinaria o equipos? Sí__ No__ ¿Por qué?
14. De la siguiente lista, marque el tipo de maquinaria o artículo comprado:
__ Hornos __ Equipo de cómputo __ Vehículos
__ Moldes __ Mobiliario __ Terrenos
__ Vitrinas __ Utensilios de decoración __ Material para remodelación
__ Otros
15. ¿Ha considerado en algún momento, la introducción de innovaciones tecnológicas dentro del negocio?

Rentabilidad

16. ¿Se han presentado cambios en los volúmenes de ventas del negocio en los últimos 5 años?
17. ¿Qué factores contribuye usted han originado esos cambios en las ventas?
18. ¿Se han presentado cambios en el volumen de ingresos del negocio en los últimos 5 años?

19. ¿Qué factores contribuye usted han originado esos cambios en los ingresos?
20. ¿Considera que el nivel de ganancias es proporcional al nivel de inversión que realiza?
21. ¿Cómo ha sido el comportamiento de la inversión y de las ganancias en los últimos 5 años?
22. ¿Cono es el nivel de los costos de producción en los últimos 5 años?

Crecimiento

23. ¿En los últimos 5 años, ha incrementado el tamaño de sus instalaciones? ¿Cómo?
24. ¿Qué porcentaje considera usted que creció el negocio?
25. Del porcentaje mencionado, en qué cantidad porcentual considera que contribuyo cada uno de los siguientes factores al mismo:

| | | |
|-------------------------|-------|---|
| Ventas | _____ | % |
| Ganancias | _____ | % |
| Número de clientes | _____ | % |
| Mercado donde participa | _____ | % |
| Número de trabajadores | _____ | % |
| Activos | _____ | % |
| Producción | _____ | % |
26. ¿Debido a que motivos considera que su negocio no ha crecido?
27. ¿Considera que el nivel de ventas es proporcional al nivel de ganancias obtenidas?
28. ¿Cómo considera a las ventas del negocio?
29. ¿Las ventas son periódicas o eventuales?
30. ¿Han buscado métodos o alternativas para elevar el nivel de ventas?
31. ¿Ha intentado diversificar su mercado? Mencione.
32. ¿Por qué motivo contrata o no contrata personal?

Financiamiento

Acceso

33. ¿Cómo considera usted el proceso para solicitar un financiamiento?
34. ¿Mencione cual considera es el paso que representan mayor dificultad al momento de solicitar un financiamiento?

Fuentes

35. A su consideración, ¿Cuál considera ha sido su principal fuente de financiamiento crédito o préstamo?

| | |
|-------|---|
| _____ | Fuentes informales (familiares o amigos) |
| _____ | Fuentes formales (Bancos, Gobierno, Cajas de Ahorro, etc) |
36. ¿Por qué solo ha recurrido a ese tipo de fuente?

Influencia del financiamiento

37. ¿Qué factores considera usted, son los que han llevado a la desaparición de negocios de artesanías?
38. ¿Considera que el financiamiento ha favorecido al mejoramiento del desempeño de su establecimiento?
¿En qué aspectos?
39. ¿Qué papel desempeña el financiamiento dentro del negocio?
40. ¿Considera que contribuyen las microempresas al desarrollo de la localidad?
41. ¿Considera que es por el financiamiento que las empresas permanecen en el mercado?
42. Mencione el papel que desempeña el financiamiento dentro del establecimiento

¡Gracias por su cooperación y éxito en su negocio!

Anexo 3: Operacionalización de las variables

| Variable | Dimensión | Ítems |
|-------------------------------------|--|--|
| Desempeño (variable dependiente) | Supervivencia Análisis del número de años del negocio y variaciones en el número de clientes | 1. ¿Cuántos años tiene el negocio de vida? 2. ¿Ha cerrado en algún momento desde que se fundó su negocio? Sí__ No__ ¿Por qué? 3. Tiempo que cerró el negocio: _____ (d-m-a) 4. Mientras cerro, usted... _____ Solo produjo _____ Solo vendió _____ No vendió ni produjo 5. ¿Cuenta con clientes fieles o son eventuales? Sí__ No__ 6. ¿Qué aspectos considera usted que ha influido para que tenga clientes fieles? 7. ¿Qué aspectos considera usted son los que le han permitido a su negocio sobrevivir? |
| | Innovación Grado de acceso a artefactos, insumos y conocimientos disponibles en el mercado para el proceso de producción, comercialización y administración de la empresa | 8. ¿Ha optado por innovar dentro del negocio? ¿en qué área principalmente? 9. ¿Se ha optado por innovar el proceso de producción? 10. ¿Qué lo diferencia de los demás? 11. ¿Se han mejorado los tiempos de fabricación de productos en los últimos 5 años? 12. Mencione como se ha adaptado a las condiciones del mercado actual 13. ¿En los últimos 5 años, ha comprado maquinaria o equipos? Sí__ No__ ¿Por qué? |
| | Rentabilidad Cambios en el nivel de ganancias e inversión realizadas por la empresa | 16. ¿Se han presentado cambios en los volúmenes de ventas del negocio en los últimos 5 años? 17. ¿Qué factores contribuye usted han originado esos cambios en las ventas? 18. ¿Se han presentado cambios en el volumen de ingresos del negocio en los últimos 5 años? 19. ¿Qué factores contribuye usted han originado esos cambios en los ingresos? 20. ¿Considera que el nivel de ganancias es proporcional al nivel de inversión que realiza? 21. ¿El monto de los costos de producción es elevado? 22. ¿Se ha incrementado el precio de los productos en los últimos 5 años? 23. ¿Considera elevado el nivel de inversión que se realiza en el negocio? |
| | Crecimiento Nivel de cambio en las dimensiones del negocio, variaciones en los niveles de ventas y amplitud de mercado | 24. ¿En los últimos 5 años, ha incrementado el tamaño de sus instalaciones? 25. ¿Debido a que motivos considera que su negocio no ha crecido? 26. ¿Qué porcentaje considera usted que creció el negocio? 27. ¿Considera que el nivel de ventas es proporcional al nivel de ganancias obtenidas? |

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| Financiamiento (variable independiente) | | <p>28. ¿Cómo considera a las ventas del negocio?</p> <p>29. ¿Las ventas son periódicas o eventuales?</p> <p>30. ¿Han buscado métodos o alternativas para elevar el nivel de ventas?</p> <p>31. ¿Por qué motivo contrata o no contrata personal?</p> |
| | <i>Acceso</i> | <p>33. ¿Cómo considera usted el proceso para solicitar un financiamiento?</p> <p>34. ¿Mencione cual considera es el paso que representan mayor dificultad al momento de solicitar un financiamiento?</p> |
| | <i>Fuentes</i> | <p>Con que frecuencia ha solicitado financiamiento de:</p> <p>Q17. Compartamos</p> <p>Q18. Cajas de ahorro</p> <p>Q49. Programa de micro-créditos</p> <p>Q50. instituciones de Gobierno</p> <p>Q51. Bancos</p> <p>35. A su consideración, ¿Cuál considera ha sido su principal fuente de financiamiento crédito o préstamo?</p> <p>___ Fuentes informales (familiares o amigos)</p> <p>___ Fuentes formales (Bancos, Gobierno, Cajas de Ahorro, etc.)</p> <p>36. ¿Por qué solo ha recurrido a ese tipo de fuente?</p> |
| | <i>Influencia de las fuentes</i> | <p>37. ¿Qué factores considera usted, son los que han llevado a la desaparición de negocios de artesanías?</p> <p>38. ¿Considera que el financiamiento ha favorecido al mejoramiento del desempeño de su establecimiento? ¿En qué aspectos?</p> <p>39. ¿Qué papel desempeña el financiamiento dentro del negocio?</p> <p>40. ¿Considera que contribuyen las microempresas al desarrollo de la localidad?</p> <p>41. ¿Considera que es por el financiamiento que las empresas permanecen en el mercado?</p> <p>42. Mencione el papel que desempeña el financiamiento dentro del establecimiento</p> |

Anexo 4: Fotografías varias de la actividad artesanal de los microempresarios artesanos



Mercado principal



Mercado comunal



Artesana en proceso de calado de piezas



Artesana en proceso de elaboración de un cántaro

Piezas varias



Ollas caladas



Cráneos decorados



Joyería de barro



Piezas colgantes

REFERENCIAS

- Acevedo, J. y Gazabón, F. (Julio, 2009). Modelo de intervención para el mejoramiento de procesos artesanales, mediante la integración: estado – universidad – empresa – sociedad. *Seventh Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2009) "Energy and Technology for the Americas: Education, Innovation, Technology and Practice"*. Conferencia llevada a cabo en San Cristóbal, Venezuela.
- Adams, W. Graham, D. y Von Pischke, J. (1984). Undermining Rural Development with Cheap Credit, Boulder. Economic Development Institute (Washington, DC), & Colloquium on Rural Finance in Low-Income Countries. *Westview Press*. 2(S/D), Pp 10-24
- Ampudia, N. (2008). Microempresa y pobreza: financiamiento y contribución al desarrollo. Universidad Nacional Autónoma de México- Facultad de Economía. *Economía Informa*, núm. 355. Pp. 136- 149
- Angulo, N. (2005). *El derecho humano al desarrollo frente a la mundialización del mercado: concepto, contenido, objetivos y sujetos*. Madrid, España. Editorial IEPALA.
- Anybar, C. Casino, A. y Gracia J. (2001). Jerarquía de preferencias y estrategia empresarial en la determinación de la estructura de capital de la pyme: un enfoque con datos de panel. (SD) Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Valencia, España. Núm. 6
- Armando, R. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista electrónica FORUM doctoral*. Núm. 4, Pp 113-147
- Argandoña, A. (2009): La dimensión ética de las microfinanzas. *IESE Business School*. Documento de Investigación Cuadernos de la Cátedra "La Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Navarra, España. Núm.4
- Audretsch, D. Houweling, P. y Thurik, R. (2000). Firm Survival in the Netherlands. *Review of Industrial Organization*. Vol. 16, Pp 1–11.
- Bleger, L. y Rozenwurcel, G. (2000). Financiamiento a las pymes y cambio estructural en la Argentina. Un estudio de caso sobre fallas de mercado y problemas de información. *Desarrollo Económico*, 40 (157), Pp 45-71
- Chávez, E. y Chacaltana, J. (1994). *Cómo se Financian las Microempresas y el Agro*. Lima, Perú: Ed. Stilo Novo SRL.
- Centro europeo de Empresas e Innovación de Ciudad Real (2007). *Manual de innovación: guía práctica de la gestión de la I+D+i para las pymes*. (SD). Recuperado de http://www.camaracr.org/uploads/tx_icticontent/MANUAL_INNOVACION_01.pdf
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL (2016). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. San Bartolo Coyotepec, Oaxaca

2010. (SD). Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/34449/Oaxaca_115.pdf
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL (2016). *Informe de pobreza y evaluación en el estado de Oaxaca 2012*. (SD). Recuperado de http://www.coneval.org.mx/coordinacion/entidades/Documents/Informes%20de%20pobreza%20y%20evaluaci%C3%B3n%2020102012_Documentos/Informe%20de%20pobreza%20y%20evaluaci%C3%B3n%202012_Oaxaca.pdf
- Consejo Municipal de Desarrollo Rural Sustentable de San Bartolo Coyotepec 2008. (Consultado el 01 de agosto de 2016). *Diagnóstico y Plan Municipal*. San Bartolo Coyotepec, Oaxaca. Recuperado de http://www.transparenciapresupuestaria.oaxaca.gob.mx/pdf/marco/Regionales/valles_centrales/115_san_bartolo_coyotepec.pdf
- Coronel, D. (2006). *Zapotecos de los Valles Centrales de Oaxaca*. D.F. México: Editorial de la CDI
- Díaz, S. (2010). La microempresa en el desarrollo. *Perspectivas Redalyc.org*. Núm. 25. Pp 271-282.
- Díaz, J. Urbano, D. y Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(3), Pp 209-230
- Domínguez, M. Hernández J. Toledo A. (2004). Competitividad y Ambiente en Sectores Fragmentados. El Caso de la Artesanía en México. *Cuadernos de Administración*. 17(27), Pp 127-158.
- Esparza, J. Monroy, S. y Granados, J. (2011). La supervivencia de las pequeñas empresas en el sur del estado de Quintana Roo: Una aproximación empírica. *Revista de Economía*, 28 (77), Pp 115-141
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (Consultado el 16 de febrero de 2016). *Fondo nacional para el fomento de las artesanías*. México. Recuperado de <https://www.fonart.gob.mx/web/index.php>
- Fernández, F. (2003): “¿De qué manera interactúan las IMFs y el Estado para conseguir cambios en el Marco Regulatorio? Experiencia en Ecuador”. *Proyecto SALTO de Fortalecimiento de las Microfinanzas y Reformas Macro Económicas*. Conferencia llevada a cabo en el VI Foro Interamericano de la Microempresa, Guatemala, Guatemala.
- Fernández, Z. y Nieto, M. (2005). Internationalization Strategy of Small and Medium-Sized Family Businesses: Some Influential Factors. *Family Business Review*, 18(1). Pp 77-89.

- Ferraro, C. (Ed). (2011). *Políticas de acceso al financiamiento para las Pequeñas y Medianas empresas en América Latina*. Santiago de Chile: Editorial Naciones Unidas.
- Ferrer, M. y Tanaka A. (2009). Las PYMES y las teorías modernas sobre estructura de capital. *Compendium*, 12 (22), Pp 65 - 83
- Ferrer, E. (2009, 6 de abril). Presentan disminución de ventas los centros de promoción artesanal y atención turística. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx>
- Fillis, I. (2004). The Internationalizing Smaller Craft Firm: Insights from the Marketing/Entrepreneurship Interface. *International Small Business Journal*, 22(1), Pp 57
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: "Gestión del emprendimiento y la innovación"*. Ponencia llevada a cabo por Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción Convenio INTA, Buenos Aires, Argentina.
- Garza, A. (1988). *Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias Sociales*. D.F. México: Ed. Harla.
- García, J. y Casanueva C. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Guerrero, C. (2007), "Vuelve el color a Oaxaca", *El Norte*, 22, 2. Obtenido el 26 de diciembre de 2007, desde Proquest.
- Giudici, G. y Paleari, S. (2000). The Provision of Finance to Innovation: A Survey Conducted among Italian Technology-based Small Firms. *Small Business Economics*, 14(1), Pp 37-53.
- Gobierno del Estado de Oaxaca. (Consultado el 16 de febrero de 2016). *Arte y cultura*. Oaxaca de Juárez. Recuperado de <http://www.oaxaca.gob.mx/>
- González, J. y Caballero, S. (2010). Cluster de microfinanciamiento. Análisis de las pymes. ITESM, Toluca Hidalgo.
- Gulli, H. (Consultado el 20 de octubre de 2016). *Microfinanzas y pobreza*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: <http://www.iadb.org>
- Chávella, S. (Consultado el 16 de febrero de 2016). *Artesanos en ruinas*. Grupo NVI Noticias. Recuperado de <http://www.noticiasnet.mx/portal/oaxaca/general/laboral/255341-artesanos-ruinas>
- Hamilton, R. y Fox, M. (1998), The financing preferences of small firm owners. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4 (3), Pp 239-248.

- Hart, P. (2000). Theories of Firms' Growth and the Generation of Jobs. *Review of Industrial Organization*, 17 (3), Pp 229-248.
- Hernández, J. y Domínguez M. (2003). Estrategias de mercadotecnia y los negocios de mezcal. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 10 (31), Pp 187-205
- Hernández, J. Domínguez, M. Mendoza, L. (2010). Desempeño de negocios de artesanía después del movimiento social de 2006 en Oaxaca, Mexico. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad*, XVI (48), Pp 205-240
- Hernández, V. Pineda D. y Andrade M. (2011). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Universidad & Empresa*, 13 (21), Pp. 65-92
- Hernández, I. y Velasco M. (2009). Agenda estratégica de competitividad social y equidad de la ciudad de Guayaquil y su zona de influencia. Diagnóstico de la competitividad territorial de Guayaquil. Guayaquil: Stratega BDS-Business Development Services.
- Hernández, J. (2008). Ventaja competitiva. Creatividad para tu negocio, *Pyme Adminístrate Hoy*, 14 (13-14), Pp 27.
- Hernández, J. Domínguez, M. L. y Toledo, A. (2004). Competitividad y ambiente en Sectores fragmentados. El caso de la artesanía en México. *Cuadernos de Administración*, 17(27), Pp 127-158.
- Hernández, J. Domínguez, M. y Caballero, C. (2005). Innovación de productos y aprendizaje dirigido en alfarería en Oaxaca, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 11(2), Pp 213-228.
- Hernández J. Yesca M. y Domínguez M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104), Pp 77-99
- Hernández, J. Domínguez, M. Ramos, A. (2002). Canales de Distribución y Competitividad en Artesanías. *Espiral*, 9 (25), Pp 143-164
- Hernández, C. (2013). Supervivencia de las microempresas en el departamento de Magdalena 2009-2012: un enfoque logístico. *Perfil de Coyuntura Económica*, (22), Pp. 197-204
- Herrera, C. y Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, IV (7), Pp 7-30
- Holmes, S. y Kent P. (1991). An Empirical analysis of the financial structure of small and large Australian manufacturing enterprises. *Journal of Small Business Finance*, 1 (2), Pp. 141-54
- Hussain, J. Millman, C. y Matlay, H. (2006). SME financing in the UK and in China: a comparative perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 584-599.

- Hutchinson, P. Hall, G. y Michaelas, N. (1998). The determinants of Capital Structure for micro, Small and Medium Sized Enterprises. *International Council for Small Business*. Recovered in <http://www.sbaer.uca.edu/docs/98icsb/n008.htm>
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal INAFED. (Consultado el 16 de julio 2016). *San Bartolo Coyotepec*. México: Enciclopedia de los municipios en México, Secretaría de Gobernación. Recuperado de http://www.e-local.gob.mx/wb2/ELOCAL/EMM_oaxaca
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI. (Consultado el día 16 de julio de 2016). *Perspectiva Estadística Oaxaca publicación trimestral*. México. Recuperado de: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/estd_perspect/jun_2012/oax/Pers-oax.pdf
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI. (Consultado el día 01 de agosto de 2016). *Perspectiva Estadística Oaxaca*. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/perspectivas/perspectiva-oax.pdf>
- Izquierdo, M. (2006). Sobreviven sin créditos artesanos de Oaxaca. *El Norte*, 23(16), Pp (SD)
- Jiménez, A. (2001, 30 de agosto). Impedir que la artesanía se vuelva maquila, reto de México en el mercado global: Fonart. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx>
- Kalantaridis, C. (2004). Internationalization, Strategic Behavior, and the Small Firm: A Comparative Investigation. *Journal of Small Business Management*, 42(3), Pp 245-262.
- Kozan, m. K. Oksoy, D. y Ozsoy, O. (2006). Growth Plans of Small Business in Turkey: Individual and Environmental Influences. *Journal of Business Management*, 44(1), Pp 114-129.
- Lacalle, M. (2008): *Microcréditos y pobreza: De un sueño al Nobel de la Paz*. Madrid, España: Editorial Turpial.
- Lecuona, R. (2009). El financiamiento a las Pymes en México: La experiencia reciente. *Economía UNAM*, 6 (17), Pp 69-91
- Liedholm, C. y Mead, D. (1999). *Small Enterprises and Economic Development: The Dynamics of Micro and Small Enterprises*. London, England: Editorial Routledge (UK).
- Liedholm, C. (2002). Small Firm Dynamics: Evidence from Africa and Latin America. *Small Business Economics*, 18(1), Pp 225-240.
- Lu, J. y Beamish, P. (2006). SME internationalization and performance: Growth vs. profitability. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(1), Pp 27-48.
- López, M. (2007). Mata a artesanos comercio desleal. *Mural*, (1089), Pp. 1

- Mac-Clure, O. (2001). Las microempresas: ¿Una solución a los problemas de empleo? *Proposiciones*, 32, Pp 158 - 169
- Matiz, F. (2009, mayo-agosto). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*, 66, 169-182.
- Marshall, D. y Rossman, D. (2006). *Designing Qualitative Research*. United States: Sage Publications Inc.
- Meza, L. Pederzini, C. y Martínez, S. (2004). *Necesidades y prioridades de las microempresas y su potencial como arraigadoras de la población mediante generación de empleo e ingreso en México*. USAI, UIA y Colef, México.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2011). *Estudio sobre la Competitividad del sector artesano en España*. Recuperado de http://www.ipyme.org/publicaciones/competitividad_sectorartesano.pdf
- Momentum IT Group. (Consultado el 01 de octubre de 2016). *Microcréditos online*. Washington, D.C.: Campaña de la cumbre del microcrédito. Disponible en: <http://www.microcreditsummit.org/declaration.html>
- Mungaray, A. *et al.* (2015). Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California, 2008-2011. *Frontera norte*, 27(53), 115-146. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S018773722015000100005&lng=es&tlng=es.
- Molina, V. (2002). *Como sanear las finanzas de las empresas*. D.F. México: Ediciones Fiscales ISEF.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO, (2016). *Construir la confianza- La Artesanía, elemento del desarrollo*. París, Francia: Unesco, Sección de Artesanías y Diseño. Recuperado de <http://portal.unesco.org/culture/>
- Nacional Financiera Banca de Desarrollo (Consultado el 19 de julio de 2016). *Crédito PYME*. México D.F.: Gobierno de la República. Recuperado de <http://www.nafin.com.mx/portalfn/content/home/credito-pyme.html>
- Olivares, P. (2007, 31 de enero). Artesanías mexicanas, en vías de extinción. *Síntesis*. Recuperado de <http://www.sintesisdigital.com.mx>
- Paige, R. y Littrell, M. (2002). Craft Retailers' Criteria for Success and Associated Business Strategies. *Journal of Small Business Management*, 40(4), Pp 314-331.

- Pomar, S. Rendon, A. y Hernández, R. (2010). La microempresa. Reconociendo su importancia. *Producción económica 2005*, (SD) pp. 25
- Perdomo, A. (1998). *Planeación financiera*. D.F México: Editorial ECAFSA.
- Perrin, B. (1995). *Evaluation and future directions for the Job Accommodation Network (JAN) in Canada. Final Report*. Employment Policies and Operations, HRDC. (SD)
- Posada, M. (2004, 20 de diciembre). La piratería ayuda a la gente a sentirse menos pobre. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx>
- PROMEXICO Inversión y Comercio. (Consultado el 16 de febrero de 2016). *Pymes, Eslabón Fundamental Para El Crecimiento En México*. México, D.F.: Gobierno Federal. Recuperado en <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Red Iberoamericano de Innovación y transferencia de Tecnología para el Fortalecimiento Artesanal RIITFA (2007). *Estado de Arte del Sector Artesanal en Latinoamérica*. Barranquilla, Colombia: Editorial CYTED.
- Richardson, D. (1997). PEARLS: Financial Stabilization, Monitoring, and Evaluation. Report presented in WI: *World Council of Credit Unions*. (Research Monograph Series No.4, August 1997 edition).
- Rivas, S. (2008, 6 de agosto). Suplantan orientales y centroamericanos la artesanía oaxaqueña. *Noticias*. Recuperado de <http://www.noticias-oax.com.mx>
- Rodríguez, V. y Aguilar, C. (2013). Indicadores FOCO para medir la eficacia en la utilización del microcrédito. *Faedpyme International Review*, 2 (4), Pp 73 - 88
- Rodríguez, C. y Jiménez, M. F. (2005). Emprendedurismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar*, 15(26), 73-89
- Ruiz, M. (2012). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Sinaloa, México.
- Saavedra, M. Tapia, B. y Aguilar M. (2014). El problema del financiamiento de la PYME en el Distrito Federal. *Emprendimiento y Creación de pequeñas y medianas empresas*. Simposio llevado a cabo en XIV Asamblea General de Alafec, Ciudad de Panamá, Panamá.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*. Caracas, Buenos Aires: Editorial. Panapo.
- Sáez de Viteri, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *SD. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6 (3), Pp. 71-86

- Sánchez, J. Osorio, J. y Baena, E. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia. *Scientia et Technica*, XIII (34), pp 321-324
- Sánchez, G. (2007). Perspectivas de las micro y pequeñas empresas como factores del desarrollo económico de México. *Economía UNAM*, (SD).
- Sánchez, P. (2009). *Regulación ambiental y desempeño económico de los negocios de artesanías de barro en Oaxaca, Puebla y Tlaxcala*. (Tesis de doctorado). Instituto Politécnico Nacional, Oaxaca.
- Sánchez, J. y Martín J. (2003). Preferencias dinámicas de financiación de las empresas españolas: nueva evidencia de la teoría de la jerarquía. *Las finanzas de nuevo milenio*. Conferencia presentada en el XI Foro Finanzas, Alicante, España.
- Sánchez, G. (1980a), Principales Características y Problemas de la Mediana y Pequeña Industria. - México, Fondo de Garantía y Fomento a la Mediana y Pequeña Industria, instituido en NAFIN.
- ____ et al (1982b), Serie de Estudios sobre la Mediana y Pequeña Industria, Cinco tomos. - México, Fondo de Garantía y Fomento a la Mediana y Pequeña Industria, instituido en NAFIN.
- ____ et al (1984c), La Mediana y Pequeña Industria en México. - México, Nacional Financiera.
- ____ (1997d y 2002e), Competitividad de la micro y pequeña empresa en México. - México, Facultad de Economía de la UNAM.
- Schmidt, H. y Zeitinger, C. (1996). Prospects, Problems, and Potential of Credit-Granting NGOs. *Journal of International Development*, 8 (2), Pp. 241-258.
- Schmidt, H. y Zeitinger, C. (1994). Critical Issues on Small and Microbusiness Finance. *Interdisciplinary Project Consult*. 6 (3), Pp. 120-146.
- Serrano, E. Arnulfo, O. y Fernández, P. (2002). *Indicadores socioeconómicos de los pueblos indígenas de México*. [CD-ROM]. D.F. México: Instituto Nacional Indigenista: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Secretaría de Finanzas Oaxaca (2013). *Plan municipal de desarrollo de San Bartolo Coyotepec periodo 2011-2013*. Recuperado de <https://www.finanzasoxaca.gob.mx/pdf/>
- Secretaría de promoción y desarrollo económico (2011). *La banca de desarrollo en baja california sur, 2010*. Boletín informativo No. 19. Recuperado de <http://spyde.bcs.gob.mx/files/>
- Shivani, S. Mukherjee, S. y Sharan, R. (2006). Socio-cultural influences on Indian entrepreneurs: The need for appropriate structural interventions. *Journal of Asian Economics*, 17(1), Pp 5-13.
- Sistema Nacional de Información Municipal, SNIM. (Consultado el 09 de septiembre de 2016). *Ficha básica municipal de San Bartolo Coyotepec Oaxaca Instituto Nacional para el*

Federalismo y el Desarrollo Municipal. México, DF: Secretaría de Gobernación.
Recuperado de: <http://www.snim.rami.gob.mx/>

- Storey, D. (2003). Entrepreneurship, Small and Medium Sized Enterprises and Public Policies. *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*. Gran Bretaña: Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht.
- Stevenson, H. y Jarillo, J. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, (11), Pp 17-27.
- Suárez, J. e Ibarra S. (2002). La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Anales de estudios económicos y empresariales*, (15), Pp. 63-89
- Taxis, M. Ramírez, M. y Aguilar, J. (2014). Microempresas de base social y sus posibilidades de supervivencia. *Contaduría y administración*. Universidad Nacional Autónoma de México, 61 (3), Pp 551-567
- Toledo, A. Pichardo R. Jiménez, J. y Sánchez P. (2012). Defining success in subsistence businesses. *Journal of Business Research*. 65(12), Pp. 1658–1664. doi: 10.1016/j.jbusres.2012.02.006
- Toledo, A. (2008). *Growth and insertion of small enterprises in a fragmented industry: Agency and incentive approaches*. (Tesis de doctorado). Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey. México D.F.
- Toledo, A. (2010). Growth and Insertion of Small Enterprises in a Fragmented Industry: Agency and Incentive Approaches. *ProQuest Dissertations Publishing*, (SD), pp 291.
- Torres, M. (2006). Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe: Una propuesta de trabajo. *Organización de los Estados Americanos (OEA) y Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI)*. (SD) Pp. 1- 66
- Unesco (2001). *Artesanías creadoras*. París, Francia: Unesco, Sección de Artesanías y Diseño.
Recuperado de <http://portal.unesco.org/culture/>
- López, D. (2006). *Plan de negocios de exportación de accesorios típicos artesanales mexicanos a Italia*. (Tesis de pregrado). Universidad de las Américas de Puebla UDLAP. Cholula, Puebla, México.
- Vázquez, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona, España: Editorial Antoni Bosch.
- Valls, J. Cruz, C. y Torruela A. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. Madrid, España: Editorial Netbiblo.
- Valdaliso, J. y López, S. (2000). *Historia económica de la empresa*. Barcelona: Crítica

- Venezia, S. (2008). La sucesión en las empresas familiares. *Entorno*, (SD). Recuperado de http://coparmex.org.mx/upload/bibVirtualDocs/8_entorno_diciembre_08.pdf
- Westhead, P. Wright, M., y Ucbasaran, D. (2001). The internationalization of new and small firms A resource-based view. *Journal of Business Venturing*, 16(4), Pp333-358.
- Weston, J. y Brigham, E. (1994). *Fundamentos de administración financiera*. D.F. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Ward, D. (2003). Una mirada antropológica hacia el mundo del artesano del Voqui Fuco en un contexto de desarrollo sostenible: San Juan de la Costa, X región de Chile. *Revista Mad*, (9), Pp. 1-69
- Zevallos, V. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*, 79 (SD), Pp 1-14.

La autora es egresada del programa de Maestría en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Baja California. Cuenta con una licenciatura en Ciencias Empresariales por la Universidad de la Sierra Sur de Oaxaca.

Correo electrónico: ad.logar29@gmail.com

© Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción y difusión total y parcial por cualquier medio, indicando la fuente.

Forma de citar:

López, G. A. (2017). *Influencia del financiamiento sobre el desempeño de las microempresas manufactureras artesanales en San Bartolo Coyotepec, Oaxaca*. Tesis Maestría. Universidad Autónoma de Baja California: Tijuana.