

ANÁLISIS DEL PERFIL EMPRESARIAL EN LA COMARCA LAGUNERA EN 2012. UN INSTRUMENTO PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Dra. Sara Oranday Dávila

Dr. Jesús Fernando Isaac García

fernandoisaac@prodigy.net.mx

Universidad Autónoma de Coahuila

Resumen.

La presente investigación se desarrolló en la comarca lagunera del país concentrándose en la ciudad de Torreón, Coahuila, México. Se analizaron los aspectos generales de la gestión de las empresas, el perfil del propietario y socios, el perfil financiero, indicadores de crecimiento, la gestión operativa, los procesos de calidad, los recursos humanos, la inclusión e tecnologías de información y comunicación, y mercadotecnia. Mediante una muestra representativa de 430 empresas representativas, se encontró que El 91% de las empresas en la región son micro y pequeñas empresas. El dato es consistente con el patrón empresarial de las regiones y países analizados en la sección dos de este estudio. De tal suerte que el origen de los recursos para la fundación de la empresa así como para su operación proviene de esfuerzos propios del dueño producto de sus ingresos personales ya sea de trabajos anteriores o prestamos hechos por familiares. La mayor parte obliga la participación directa del dueño en la operación del negocio. De la misma forma, el tamaño de la empresa al parecer influye en que las empresas no tengan un plan de negocio definido, o un organigrama. Este ultimo totalmente innecesario si el promedio de empleados es de 5.

Las empresas de la región requieren apoyo gubernamental y de las universidades para profesionalizar sus operaciones y sus productos y servicios a pesar de que la mayoría de los propietarios tienen carrera universitaria.

Palabras clave: Empresas, competitividad, perfil, gestión, sistemas.

Abstract.

This study was conducted in the Laguna region of the country of México focusing on the city of Torreon, Coahuila, Mexico. We analyzed the general aspects of corporate governance, the profile of the owner and partners, financial profile, growth indicators, operational management, quality processes, human resources, inclusion and information and communication technologies, and marketing. Using a representative sample of 430 companies found that 91% of companies in the region are micro and small enterprises. The data is consistent with the employer's business regions and countries analyzed in section two of this study. In such a way that the origin of the funds for the foundation of the company and for its operation comes from the product owner's own efforts of personal income either past work or loans made by family members. Most require the owner's direct involvement in business operations. Likewise, the size of the company seems to influence where companies do not have a defined business plan, or an organization. The latter totally unnecessary if the average number of employees is 5.

Companies in the region require support from government and universities to professionalise their operations and their products and services even though most owners have college career.

Keywords: Business, Competitiveness, profile management systems.

I INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como finalidad, identificar cuáles son las principales características con que cuenta el sector empresarial de la región en general, y cuáles serían las principales características distintivas que se presentan como de oportunidad para un desarrollo más armónico y de

sustentabilidad financiera para el progreso económico de nuestra región, hay que tomar en cuenta que esta zona, es una región ubicada al norte de la república mexicana, como lo es la Ciudad de Torreón Coahuila., Con una población aproximada de casi 608,836 mil habitantes, se debe tomar en cuenta que es una zona conurbada con las ciudades de Gómez Palacio y Lerdo del estado de Durango, sin embargo, es importante mencionar que mucha de la población de esta zona denominada la Comarca Lagunera, vive o trabaja indistintamente en las dos entidades federativas, por lo que se pudiera estar hablando de una población de aproximadamente de 882,151 mil habitantes.

Este estudio ha tomado en cuenta los tres principales giros económicos de desarrollo como lo son: industria, comercio y servicios, con sus diferentes tamaños (micro, pequeña, mediana y grande).

Toda actividad emprendedora está impregnada por un estímulo de cubrir determinadas necesidades para el conjunto de la sociedad, por lo que se genera una cultura, intereses y un espíritu específico. Esta región no es la excepción por lo que es interesante dar a conocer a través de este documento, cuáles son estos elementos que sirven de referencia para enfrentar al mundo globalizado sin perder de vista lo local.

Tema obligado en materia administrativa es hablar de la calidad y cuando se habla de calidad se está tomando en cuenta a la gestión corporativa, vista ésta de forma integral, es decir, el involucramiento que debe existir de la fuerza de los distintos sectores como lo son: los diversos organismos empresariales de la sociedad en general (CANACINTRA, CANACOTO, COPARMEX) el gubernamental y el académico.

Experiencias exitosas de estudios recientes, avalan este compromiso tripartita, el cual deja sentir una marcada pauta y el camino para poder abordar los derroteros que se presenten, el ambiente actual exige de la sociedad en su conjunto una mayor calidad en el proceso de toma de decisiones, por lo que el producto de esta investigación es una gran herramienta que sirve para medir las variables e identificar las acciones que se requieren para el manejo del sector productivo regional, resaltando las condiciones propias y la dinámica del entorno de la región.

Las empresas mexicanas se encuentran en una difícil posición para competir en los mercados internacionales. Por lo que la finalidad de este estudio es proporcionar datos relevantes para conocer el segmento generador de empleos e ingresos de empresas. También se explora la estructura de gestión y económica de estas empresas, para así identificar los elementos que se requieren para ser más competitivos y atender tanto en la demanda interna como en la externa. Se pretende también identificar qué tipo de educación se requiere para impulsar la creatividad y la innovación en la actitud

empresarial. Por todo lo anterior el objeto de estudio se justifica ampliamente ya que día a día cobra mayor interés el ámbito de las Ciencias Administrativas.

El objetivo fundamental de la investigación es proveer información de carácter estratégico para el área de los negocios en la ciudad, mediante el conocimiento del perfil empresarial de la región. Las empresas podrán detectar sus fuerzas y oportunidades debilidades y amenazas para establecer un sistema de planeación efectivo que permita su crecimiento y consolidación, para ser más competitivas.

Ante la creciente ola de amenazas diversas que enfrenta la empresa local, nos referimos con esto a amenaza de grandes empresas nacionales e internacionales, a competencia indirecta de otros productores principalmente extranjeros, hacen de por sí la ya difícil sobrevivencia de las empresas en la región, más compleja y turbulenta. Por lo que las empresas necesitan, modelos, esquemas, procesos novedosos de planeación y de administración que les permita competir y permanecer en los mercados.

Para tan importante propósito, la falta de conocimiento preciso de cuál es la situación actual de las empresas en la región (el perfil) dificulta la planeación a corto, mediano y largo plazo para la empresa que necesita ser competitiva. Por lo que este desconocimiento del cómo operan las empresas (la competencia) dificulta en gran medida implementación de procesos de las áreas funcionales de las empresas como son, los recursos humanos, la mercadotecnia, finanzas y las operaciones. De tal suerte que esta problemática y sus consecuencias consideramos puede ser eliminada mediante el conocimiento preciso del perfil empresarial de la región y así facilitar los procesos.

La información generada también es de gran utilidad para el gobierno tanto local como estatal para poder definir políticas públicas más precisa en torno al apoyo que pueda brindar a la iniciativa privada.

Por otro lado la información también es útil para académicos y estudiantes relacionados con el área de los negocios para hacer una valoración del mismo, así como, promover mejoras mediante tesis e investigaciones.

Finalmente creemos firmemente que la información generada es fundamental para tomar decisiones de inversión en los ámbitos local regional y nacional. Algunos asuntos de interés nacional que tienen un alto impacto en la economía de un país son identificados como: la productividad y la generación de empleos, El Plan Nacional de Desarrollo 2007- 2012 contempla cinco ejes rectores que direccionan la transformación de México, uno de éstos es el logro de una economía competitiva y generadora de empleos, capaz de un

crecimiento más sostenido y acelerado que permita mejorar la vida de todos los mexicanos.

Por todo lo anterior, se puede concretar que si no se resuelve la problemática actual, no seremos capaces de proponer acciones que permitan mejorar el entorno económico, sobrevivir en un mercado competitivo y globalizado, así como aportar soluciones para apoyar directamente a las empresas con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, desarrollo y consolidación, por ello se consideró necesario llevar a cabo este estudio que permitió identificar el perfil administrativo y financiero de las Pymes, en la Ciudad de Torreón, Coahuila.

Revisión bibliográfica.

Contexto global

El devenir histórico de la globalización ha generado la necesidad de diseñar estrategias que ayuden a mejorar la competitividad de las empresas en general, enfocándose principalmente en los procesos de producción, así como, las características y cualidades de los dirigentes que intervienen en este importante proceso para poder competir a este nivel global.

No hay que olvidar que también es importante tomar en cuenta el aspecto de las condiciones micro y macroeconómicas, así como las diversas políticas que rigen los mercados nacionales e internacionales, para poder competir en el mundo globalizado.

Estas condiciones hacen suponer que la capacidad de modernización de los negocios es fundamental para poder incrementar la capacidad, competitiva y productiva de los mismos. Considerando sobre todo la adaptación del desarrollo tecnológico, la capacitación intelectual y el desarrollo de la creatividad, según el tamaño y giro del negocio. De esto dependerá principalmente la capacidad de sobrevivencia de los establecimientos en el mundo de los negocios.

Habría que estudiar concienzudamente cuales serían las estrategias más adecuadas para el crecimiento, desarrollo, y fortalecimiento de la capacidad productiva de estos negocios que se insertan en la economía nacional a través de la contribución que tienen en la generación del producto interno bruto del país.

Algunos países han tomado en cuenta a la competitividad, como el eje central del crecimiento, vista esta, como la capacidad para competir tanto en bienes como en servicios, sin embargo dentro del ámbito económico y de las políticas públicas, el enfoque al parecer es el generar ingresos reales de sus habitantes a largo plazo. (cfr. Adbel, G. Romo, citado por, Navarrete Zorrilla. P.32- 2007)

Países Europeos

El Informe Anual de las PYME europeas presenta y analiza las tendencias más importantes de la Unión Europea. Las PYME en 2010/11. El tema central del

informe de ese año es si las PYME europeas estarían recuperándose de la crisis.

La evidencia recopilada y analizada por este informe señala al inicio del año 2010 una modesta recuperación.

En 2011, esta recuperación al parecer se ha consolidado y, lo más importante, dar lugar a un aumento de contrataciones en las PYME. Sin embargo, debido a la incertidumbre del entorno económico y financiero, esta recuperación presenta algunas fragilidades hasta el momento.

A lo largo de la crisis, las pymes mantuvieron su posición como la columna vertebral de la economía europea. En 2010, había casi 20,8 millones de las PYME. 19,2 millones (o 92,1 por ciento de todas las empresas de la UE) - eran micro empresas con menos de diez empleados. Como en años anteriores, la participación de grandes empresas, es decir, las PYME no, sigue siendo marginal en términos del número de empresas (43.000 o 0,2 por ciento del total).

En total, de estas PYME proporcionan más de dos tercios (87,5 millones) de todas las oportunidades de empleo en el sector privado en la UE-27. Además, 58,4 por ciento del total bruto de valor añadido (VAB) producido. Por las empresas privadas en la UE en 2010 correspondió a las PYME.

Si bien las PYME seguían siendo la columna vertebral de la economía de la UE, estas eran vulnerables y operaban en un clima de incertidumbre económica. A pesar de este difícil entorno, las PYME de la UE comenzó a recuperarse después de que el sector ha sido golpeado por la recesión del año 2009. El número de PYME en la UE se mantuvo en el nivel de 2009 con un total de 20,8 millones de dólares. Esta estabilización seguida de una disminución considerable en el número (-2,1 por ciento) en 2009. El valor añadido bruto combinado (VAB de las PYME creció fuertemente un 3,4 por ciento tras un descenso del 6,4 por ciento en 2009. Sin embargo, es demasiado pronto para llamar a esto una recuperación en toda regla, sin embargo, el empleo sigue estando por atrás. La tendencia a la baja del número de empleados que se inició en 2009 (-2,7 por ciento) se desaceleró en 2010 a -0.9 por ciento, pero aún así resulta en una pérdida de más de 823.000 puestos de trabajo en el de la UE. Mirando más hacia el futuro, a partir de septiembre de 2011, las perspectivas para el año en curso dan la razón para un optimismo cauteloso, a pesar del constante deterioro de las previsiones macroeconómicas a lo largo de este año. La contribución de las PYME de la UE a la generación de empleos parecía más prometedora para el año 2011 que para 2010. Para el presente año, las previsiones para los tres principales agregados de las PYME son optimistas. El incremento en el número de PYMES para este año se espera sea de un 0,9 por ciento acompañado de un aumento en el Producto interno bruto del 3.9% como contribución de la PYME a la producción. Incluso

el número de empleados se espera que con modestia aumente después de una caída de dos años (0,4 %).

En el nivel de diferentes grupos de países y los Estados miembros de manera individual, hubo algunas considerables diferencias en las tendencias de 2010. En el informe de los efectos de la crisis sobre las PYME de la UE que han sido valorados por los grupos de países dentro de la UE. Este informe distingue, por ejemplo, la UE-15 de la UE-12, los países de la zona euro y no euro, los países de la zona de crisis y de terceros países a la crisis. Por 2010, el número de pymes se redujo sólo en la UE-15, en los cinco grupos de otros países, el número de PYME se mantuvo igual o mayor. El crecimiento del empleo en las PYME fue negativo en 2010 en los seis grupos de países, mientras que el valor añadido fue en aumento en todos los grupos de países a excepción de la crisis. Las PYME en la zona no euro han perdido más de VAB y el empleo en la crisis del año 2009 que las PYME de la zona euro, pero también se han recuperado con más fuerza en el 2010 que la Eurozona como un todo. Uso del zoom en el nivel de los distintos Estados miembros, tres grupos se pueden distinguir sobre la base de tasa de crecimiento individual del VAB y el empleo de las PYME en 2010:

1. El grupo de (PP) - los países de este grupo tiene una tasa de crecimiento positiva de ambos, VAB y empleo, e incluye Austria, Alemania, Luxemburgo, Malta, Rumania, Suecia y Reino Unido.
2. El grupo de (NN) países, este grupo tiene una tasa de crecimiento negativa de ambos, VAB y el empleo y las cubiertas, Grecia, Irlanda, España, Letonia y Lituania.
3. El grupo de (PN) países, este grupo tiene una tasa positiva de crecimiento del VAB negativo, pero una Tasa de crecimiento del empleo, que asciende a una recuperación sin empleo. Este grupo está formado por Bélgica, Bulgaria, la República Checa, Dinamarca, Estonia, Francia, Italia, Chipre, Hungría, Países Bajos, Polonia, Portugal, Eslovenia, Eslovaquia y Finlandia.

Las tendencias divergentes a las PYME a lo largo de estos tres grupos de países diferentes es -al menos hasta cierto punto - Debido a las diferencias en los resultados de exportación macroeconómica, y la innovación, así como estructurales.

Los sectores con determinados inversiones fueron el suministro de electricidad, gas, agua, minas y canteras, mientras que en el otro extremo de la escala fueron la construcción, hoteles y restaurantes.

Por clases de tamaño, el rendimiento de las PYME durante la recesión fue más constante para la microempresas, mientras que las PYMES y la recuperación en 2010 fueron encabezados por la pequeña y mediana empresa. Las

empresas por sectores industriales, las PYME dominan tanto en valor añadido bruto (VAB) y el empleo en la construcción, comercio al por mayor y al por menor, hoteles y restaurantes y bienes raíces, alquiler y actividades empresariales.

Durante la crisis del 2009, la industria manufacturera registró el mayor descenso del número de PYMES. En términos de VAB en 2010, las PYME en el sector manufacturero, el sector de servicios y los sectores de transporte, almacenamiento y comunicaciones mostró el mayor crecimiento. Por el otro lado, las PYME en el sector de la minería y las canteras, el sector de la construcción, los hoteles y sector de los restaurantes tenían el menor crecimiento del VAB en 2010.

Al comparar la UE con los principales países socios, como los Estados Unidos y Japón, revelan algunas diferencias interesantes: las PYME en los Estados Unidos han mostrado un crecimiento negativo durante El período 2007-2009. Durante la recesión de 2009, Estados Unidos tuvo una caída más fuerte en las PYMES el empleo (-6,0 por ciento) que la Unión Europea (-2,7 por ciento). En Japón, la tendencia a la baja en las PYMES el desarrollo en términos de números, el empleo y el valor añadido producido ya mucho antes que la recesión en Europa.

En total, en 2010, a las PYME a nivel de la UE estaban en camino de recuperarse de la recesión 2008/2009, aunque se mantuvo una recuperación sin empleo en muchos casos. Un modesto incremento del empleo en UE-27 las PYMES sólo se esperaba para el año 2011. Al mismo tiempo, a nivel de país, hay notables diferencias: los sectores unos pocos Estados miembros "de las PYME muestran una recuperación completa en el nivel anterior a la crisis combinada con un aumento real en el empleo en las PYME, mientras que también hay países, en particular aquellos atrapados en una recesión económica global, donde el sector de las PYME se ha estancado o incluso más en la contratación tanto de valor agregado, así como las condiciones de empleo. En particular, las PYME de los Estados miembros que son líder en la innovación se está recuperando más rápido en términos de valor añadido de los Estados miembros que son innovadores modestos. Este informe sobre las PYME europeas se basa en datos extraídos de las empresas de Eurostat estructural. Base de datos estadísticos. Estos datos fueron actualizados para 2010 y previsto hasta el año 2011, utilizando datos obtenidos de las oficinas nacionales de estadística.

El statu quo de la PYME de la UE en la economía europea en 2010 Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) siguen siendo la columna vertebral de la economía de la UE. Dado que el 99,8por ciento de las empresas son PYME - una relación que ha sido bastante estable durante los últimos años, la empresa típica de la UE es una PYME, o más específicamente de una microempresa con menos de diez empleados. En 2010, 19,2 millones de microempresas operan en la UE, que comprende el 92 por ciento de todas las Empresas

Europeas. Esto está en marcado contraste con el número de grandes empresas, lo que representa sólo el 0,2 por ciento.

España

En el trabajo de investigación realizado por Nieto Sánchez, M.J., (2003), llevado a cabo en España, comenta que un estudio llevado a cabo en 8 países Europeos, reporta que las empresas familiares son la mayoría respecto a empresas con otro tipo de propiedad, la estimación señala que esta proporción de empresas es en todo el mundo. Con respecto a la propiedad o dirección de las mismas, se encuentra en manos familiares en un 65 y un 80%. Esto nos deja ver la importancia que tiene este tipo de empresa a todo nivel y en cualquier ámbito territorial. Por lo que las empresas familiares tienen un peso muy importante en la economía actual.

Por otro lado Nieto Sánchez (2003), comenta que es difícil diferenciar entre dos de las categorías que muchas de las veces coinciden como lo son: el pequeño tamaño y el carácter familiar de los negocios, debido a la carencia de datos o poca información que existe al respecto, sin embargo, es importante diferenciar rasgos de conducta que están relacionados con el tipo de propiedad y tamaño de la entidad. Este estudio se centra principalmente en el perfil y características que tiene la PYME familiar, empresa representativa del tejido industrial español, comentando algunos rasgos propios de este tipo de empresa familiar, el tamaño y el sector de la actividad con respecto al peso que tiene en el sector industrial del país, profundizando en los recursos de que disponen dichas empresas.

Lemes y machado (2007), “la Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que “una pequeña empresa es una entidad en la cual tanto la producción como la gestión están concentradas en manos de una o dos personas, responsables asimismo de las decisiones que se toman en la empresa”. (OIT, 1982).”

Los rasgos más importantes con respecto a las fortalezas son: la propiedad del negocio, que generalmente se centra en las manos de los miembros de la familia, lo que hace que se sienten vinculados y comprometidos con el negocio, poseen conocimiento y experiencia y lo sienten como algo personal, los empleados de estos establecimientos son leales a la empresa y sus relaciones son menos burocráticas e impersonales, estas organizaciones gozan de una independencia de acción al no contar con la presión del mercado de capitales.

Los rasgos más importantes con respecto a las debilidades son: la riqueza de la familia esta invertida en un único negocio, lo que provoca una aversión al riesgo, generándose una actitud más conservadora. Se enfrentan a limitaciones financieras, son reacios a tener socios, por no compartir el control y la capacidad de desarrollo del negocio se ve limitada por los recursos financieros,

lo que dificulta ciertas estrategias, y algunos criterios de decisión poco claros, frente a los intereses familiares, les es difícil la contratación de profesionales adecuados, la sucesión del negocio es un problema crucial, cuando no hay un interés de los sucesores del negocio. En las pymes familiares las carencias más destacables son las relativas a los recursos tecnológicos humanos y financieros, con lo que respecta a la productividad se observa una productividad media menor por trabajador en las Pymes familiares.

Nieto Sánchez (2003) se apoya en las Encuestas sobre Estrategias Empresariales llevadas a cabo en España para el periodo 1991 al 1999. Donde las empresas son seleccionadas por muestreo estratificado por sector y tamaño entre 10 y 200 trabajadores. Nieto en su estudio, define a una "PYME como la empresa que no supera los 200 trabajadores," entendiendo a empresa familiar como aquella, que declara tener propietarios en puestos de dirección y gerencia. De las 9,668 observaciones con que cuenta la muestra en el periodo mencionado, el 56% es PYME familiar, el 73% de las PYME y el 85% de las PYME familiar tienen menos de 50 empleados. Una de cada cuatro PYME con más de 100 empleados es familiar.

Nieto Sánchez (2003), concluye diciendo que la empresa familiar se ve expuesta a dilemas y conflictos ocasionados por el solapamiento de intereses y objetivos contrapuestos, una gran proporción de empresas familiares son de tamaño pequeño y mediano, por tanto poseen características intrínsecas y restricciones, sin embargo cuentan con ventajas y desventajas propias de su carácter familiar.

El 60 % de las PYME españolas manufactureras son familiares, con una presencia más destacada aquellas que cuentan con menos de 20 empleados, estas PYMES familiares tienen una orientación hacia mercados más locales y ámbitos geográficos cercanos. Un aspecto crítico son las fuentes de financiamiento, con una menor propensión al riesgo y la formación de sus empleados es menor e internamente con respecto a las otras PYMES.

Estados Unidos

Ahora abordaremos algunos datos sobre las Pymes en Estados Unidos de Norteamérica a través de un estudio sobre "los perfiles y características de las pequeñas y medianas empresas. Llevado a cabo por Deanna Tanner Okun, Chairman., (2010). Hay una variedad de caminos en Estados Unidos de participación en la economía global en apego a sus roles y sus exportaciones directas. Muchas empresas Pymes contribuyen en los Estados Unidos. Con exportaciones indirectas, como proveedores de productos dentro de los Estados Unidos, ambos exportadores como lo son las grandes y pequeñas empresas. La creación de valor de las Pymes proviene de este crecimiento interno que no aparece como siempre en estadísticas oficiales con las limitaciones.

Pequeñas investigaciones conducen a estimar de exportaciones indirectas con valor agregado donde Pymes ilustra un camino que da valor agregado de

Pymes que exportan y que pueden trazar los procesos de producción. Los resultados de producción indican que este valor es sustancial ya que indica que las Pymes cuentan con aproximadamente el 28 % de las exportaciones gruesas en 2007, Pymes contribuye a estimaciones del 41% del valor agregado de exportación en el mismo año en Estados Unidos. La Comisión estima que este valor agregado de exportación soporta 4 millones de empleos en Estados Unidos en 2007, incluyendo 2.1.millones de trabajadores de soporte, generando también oportunidad a las exportadoras de mediana exportación y 1.9 millones de trabajos soportados de la Pyme indirecta de exportación. (Deanna Tanner Okun, Chairman., (2010).

Un segundo camino para las Pymes al participar en la economía global con vías intermedias como proveedores. Pymes frecuentemente utiliza pequeños intermediarios y nuevas exportadoras que utilizan estas firmas provocando escalas de economía que están unidas entre sí o ineficientes para estos valores agregados, por ejemplo, productos no transformados o en pequeña transformación después pueden salir a Pymes facilitando la producción, Pymes vende su producto final de mejor manera a empleados de otras empresas intermedias con una oportunidad de exportación del producto.

Granjeros en Estados Unidos, también con estas Pymes exportan pequeñas producciones directas y se instalan sobre una variedad de intermediarios como proveedores solidarios y cooperativas en orden de procesos commodities.

Pymes manufacturera también frecuentemente hace uso de canales de distribución, incluyendo proveedores, compañías de exportación, y otras intermediarias. Finalmente muchos proveedores y otros negocios intermediarios ambos negocios como empresas grandes y Pymes generan exportaciones buenas. (5-1)

El pronóstico de EE.UU. para los próximos años es incierto. Las previsiones a principios de año pronosticaron una recuperación continua, con un incremento del 2,8 por ciento en 2011 y un aumento del 2,9 por ciento en 2012. Esta recuperación se espera que provenga de un retorno de la demanda final privada. Las emisiones de las últimas estadísticas sobre el crecimiento de la economía y el trabajo del mercado, sin embargo, apuntan más en la dirección de a lo sumo, una recuperación muy modesta y tardía.

Países Latinoamericanos

Para Méndez (1996), citado por Lemes y Hernández., (2007). Las Pyme “Se encuentran influenciadas por todo lo que sucede en el medio ambiente natural, social, económico y político, al mismo tiempo que su actividad repercuten la propia dinámica social.”

Lemes y Machado (2007), definen a la Pyme como: “La empresa es una unidad de decisión, por tanto, de planificación y control; lo que supone que su acción persigue unas metas o fines implícitos y explícitos, que darán lugar a la formulación de objetivos y su correspondiente programación, que se

desarrollan unas funciones características en base a los objetivos y los elementos que componen su estructura.” “De forma general se puede decir que las empresas se pueden clasificar según la forma de propiedad, la actividad que realiza, el ámbito en que se desenvuelve, el tamaño que tenga, entre otros.”

FUNDES es una institución referente de las PyMEs en 10 países de América Latina. Para la clasificación de estas empresas la misma ha utilizado criterios tales como empleos, ventas, ingresos, activos, etc.

FUNDES presenta más de una definición. Generalmente, las definiciones cambian dependiendo si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios (Lemes y Machado 2007).

- Este es el caso de Argentina, donde el criterio de definición es el de ventas anuales. Sin embargo, la definición difiere (bajo el mismo criterio) dependiendo si la empresa es manufacturera, comercial o de servicios.
 - Bolivia maneja tres criterios: ventas, activos y empleos (los dos primeros contabilizados en base a salarios mínimos). Sin embargo la definición oficial es por empleos.
- Chile maneja dos criterios, uno por empleo y otro por manufacturación (establecidos en unidades de fomentos-UF), siendo este último el más utilizado.
- Colombia maneja los parámetros de planta de personal y activos totales, según la nueva ley MiPyME (ley 590 del año 2000).

Para la aplicación de aquellas, micros, pequeñas y medianas empresas que presentan combinaciones de parámetros, el factor determinante es el de activos totales.

- Costa Rica, maneja criterios por empleos; activos, inversión en maquinarias, equipo y herramientas, y ventas anuales.
- En El Salvador, las autoridades gubernamentales de apoyo (la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE y el Banco Multisectorial de Inversiones, BMI), combinan el número de empleos con el valor de activos en sus definiciones de PyME. Algunas entidades privadas de apoyo (como Swisscontact, GTZ y Funda Pyme), centran su atención exclusivamente en el número de empleados.
- Guatemala tiene tres definiciones por empleo; una del Instituto Nacional de Estadística, otra de la Cámara de Comercio y una tercera de Promicro (OIT). La definición oficial se encuentra en el Acuerdo Gubernativo 178-2001, en el que se clasifica a la micro, pequeña y mediana empresa según el número de empleados, con la participación del propietario.
- En Panamá tienen una definición basada en los ingresos brutos o la facturación anual.

- En Venezuela no existe una definición (ni conteo) oficial para las empresas comerciales y de servicios, solo para las manufactureras. A partir de la promulgación del Decreto Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria – PYMI (12/11/2001), se introduce una nueva definición que establece como parámetros para las PyMEs el número de empleados y el nivel de ventas en unidades tributarias.
- México cuenta con solo un criterio de definición (empleo). Sin embargo, la definición cambia dependiendo de si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios.

De esta manera, podemos ver que las Pyme ocupan un lugar muy importante en el tejido empresarial de cualquier país, sea desarrollado o subdesarrollado. Son un organismo vivo y con independencia, reuniendo todos los aspectos de una empresa tradicional. Hoy en día la mayoría de los países, reconocen esta importancia y están dispuestos a darle un mayor valor a este tipo de empresas por lo que representa en sus economías y en la generación de empleos. Estos son solo algunos datos relevantes que nos pareció importante incluir en este apartado.

Contexto nacional

El gobierno de México, junto con el sector empresarial y sociedad en general deberán buscar la eficacia y la interacción de las diversas instituciones para buscar y generar los incentivos, factores y elementos fundamentales para la estabilidad de aspectos tanto micro como macro económicos.

Saavedra (2007) comenta que en América Latina no existe homogeneidad al definir las Mpymes, lo que dificulta el estudio y el análisis de este sector, que en ocasiones algunos países presentan más de un criterio para definir a la Pymes. Continúa diciendo que “En México de acuerdo al INEGI, el 13% de las Mpymes pertenecen al sector industrial, mientras que el 51% pertenece al sector comercio y el 36% pertenece al sector servicios.” Saavedra considera que esta proporcionalidad se debe a que en la manufactura las exigencias de habilidades y calificación son mayores que en los otros dos sectores, influyendo también el entorno y la normativa vigente.

Agrega Saavedra (2007) que, En el 2002 de acuerdo al INEGI las Mpymes emplearon al 72% de la población económicamente activa, el 31% de la producción y aportaron el 52% del Producto Interno Bruto. Aportando las microempresas el 18.1 % del PIB mexicano total y dando empleo al 42.4% del total nacional.

Por un lado Lemes y Machado (2007), distinguen dos tipos principales de empresas como claros exponentes del cambio económico y tecnológico. “Por un lado la PyME flexible, innovadora, que invierte y asume riesgos. Se trata de la empresa en que todos parecen pensar cuando se habla de las potencialidades del sector. En segundo lugar se encuentra la PyME subcontratista, consecuencia de las estrategias de las grandes empresas,

dependientes de ellas y sin demasiada calidad en el producto. Por último, se encuentra la PyME informal o dual, cuya permanencia en el mercado se basa en la recepción de subsidios, la evasión fiscal, el trabajo familiar, etc.”

En buena parte de los países desarrollados y subdesarrollo las PyMEs han registrado un dinamismo importante, como consecuencia de uno de los principales giros introducidos por la globalización: en la actualidad las fuerzas operan en todo el mundo y vencen la especificidad del entorno y afectan la soberanía nacional.

De acuerdo a los datos anteriores podemos ver la importancia económica de la Mpymes en México, motivo por el cual en seguida hablaremos del comportamiento de la misma en nuestra entidad.

Contexto local regional

El Titular de la Dependencia de la Subsecretaría de Pequeñas y Medianas Empresas de Coahuila Luis Cuerda Martínez, (Milenio 8/02/2012) comentó que de las 82,000 mil empresas que tienen registradas el INEGI, solo 26,000 cuenta con registro patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social donde en Coahuila se cuenta con una población ocupada de 1,057,124 personas de las cuales el 4.8% de esta participación se registra en el sector Agrícola, el 33.7% en la actividad Industrial y el 60.6% en el sector Servicios. Por lo que con estos datos agregó que Coahuila ocupa el Noveno lugar en aportación al PIB Nacional, 3.3% del mismo, lo que lo coloca por encima de los Estados de Sonora y Tamaulipas. Aportando más que los Estados de Nayarit, Querétaro y Zacatecas juntos.

Así mismo comentó que en Coahuila se produce uno de cada cuatro vehículos en México, lo que permite desarrollar actividades vinculadas a la Industria de las Tecnologías de la Información (TI).

La periodista Virginia Hernández (Siglo de Torreón 8/02/2012) comenta que algunas cifras de Pyme en la Entidad son las siguientes: que existen de 75,000 a 80,000 Pymes, de las cuales el 70% pertenece al ramo Comercial y de Servicios, el 30% restante son pequeños talleres Industriales, por lo que afirma que el 95% de la Empresas que operan en Coahuila son Pymes, el resto son grandes Empresas, y que las Pymes generan el 50% del empleo en Coahuila y la otra mitad la Gran industria.

En general podemos ver por los datos anteriores que es muy difícil saber y conocer con precisión con cuantas Pymes se cuentan tanto en el Estado de Coahuila como en Torreón dado que existe una gran variedad de información dispersa y poco convergente, por lo que consideramos importante que las fuerzas vivas en el estado y en la localidad de Torreón, puedan hacer un esfuerzo para conjuntar información relevante de las diferentes instancias como lo son el Instituto Mexicano del Seguro Social, la Secretaria de Economía, INEGI, y todas las asociaciones como CANACINTRA, CANACOTO, COPARMEX, así como el sector Académico y Universitario en unirse en un

esfuerzo por aclarar y conocer el estado actual del comportamiento de la existencia de las Pymes en Torreón y en el Estado.

Es importante contar con datos duros y eficientes de las Pymes en el Estado para conocer el segmento generador de empleos e ingresos dado que la mayoría de los trabajadores en este ramo son clase media y de sectores pobres, también es importante conocer el grado de estabilización en la estructura social y económica, que tan competitivos somos a la hora de la demanda interna que tipo de igualdad o desigualdad económica tenemos, como se encuentra la distribución del ingreso, si existe una educación que impulse la creatividad y la innovación en los jóvenes, por ultimo contar con algunas alternativas que acompañen al cambio cultural, financiamiento y desarrollo de mercados.

Se puede concluir que "Las ventajas de las pequeñas empresas se caracterizan por su facilidad administrativa, pero, sus desventajas se deben en lo general a razones de tipo económico, como son la inflación y devaluaciones; viven al día de sus ingresos, le temen al fisco, falta de recursos financieros, por lo tanto se les dificulta crecer, y estas mismas razones ponen en peligro su existencia. Todo esto resultado de una administración empírica por parte del dueño, que afecta el rendimiento general de la empresa". (Lemes y Machado 2007).

Esta importancia justifica ampliamente a la MIPyme como objeto de estudio que cobra día a día mayor interés en el ámbito de las Ciencias Administrativas. Por todo lo anterior podemos concretar que si no conocemos la problemática actual de las Pymes no seremos capaces de proponer acciones que les permitan mejorar el entorno económico, sobrevivir en un mercado competitivo y globalizado, así como aportar soluciones para apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, desarrollo y consolidación, por ello consideramos necesario realizar este estudio que permita identificar el perfil administrativo y financiero de las Pymes, en la Ciudad de Torreón, Coahuila.

Se concluye que en Europa las pyme al parecer al inicio del año 2010 evidencian una modesta recuperación, en 2011, pero con un crecimiento negativo del empleo, esta recuperación se consolida sin embargo, debido a la incertidumbre del entorno económico y financiero, presenta algunas fragilidades hasta el momento. Las PYME en la zona no euro han perdido más de VAB y el empleo en la crisis del año 2009 que las PYME de la zona euro, pero también se han recuperado con más fuerza en el 2010 que la Eurozona como un todo. El statu quo de la PYME de la UE en la economía en 2010 Pequeñas y Medianas Empresas (PYME) siguen siendo la columna vertebral de la economía de la UE. Dado que el 99,8% de las empresas son PYME - una relación que ha sido bastante estable durante los últimos años, la empresa típica de la UE es una PYME, o más específicamente de una microempresa con menos de diez empleados. En 2010, 19,2 millones de microempresas

operan en la UE, que comprende el 92 por ciento de todas las Empresas europeas. Esto está en marcado contraste con el número de grandes empresas, lo que representa sólo el 0,2 por ciento.

En España se reporta que las empresas familiares son la mayoría, la estimación señala que esta proporción de empresas es en todo el mundo. Con respecto a la propiedad o dirección de las mismas, se encuentra en manos familiares en un 65 y un 80%. Esto nos deja ver la importancia que tiene este tipo de empresa a todo nivel y en cualquier ámbito territorial. Por lo que las empresas familiares tienen un peso muy importante en la economía actual. Se puede concluir que la empresa familiar se ve expuesta a dilemas y conflictos ocasionados por intereses y objetivos contrapuestos, una gran proporción de empresas familiares son de tamaño pequeño y mediano, también podemos decir que tanto la producción como la gestión están concentradas en manos de una o dos personas, asimismo de las decisiones que se toman en la empresa, las carencias más destacables son las relativas a los recursos tecnológicos humanos y financieros. El 60 % de las PYME españolas manufactureras son familiares, con una presencia más destacada aquellas que cuentan con menos de 20 empleados, con una orientación hacia mercados más locales. Un aspecto crítico son las fuentes de financiamiento, con una menor propensión al riesgo y la formación de sus empleados es menor e internamente con respecto a las otras PYMES.

En Estados Unidos, las Pymes cuentan con aproximadamente el 28 % de las exportaciones gruesas en 2007, Pymes contribuye a estimaciones del 41% del valor agregado de exportación en el mismo año. Soporta 4 millones de empleos, incluyendo 2.1 millones de trabajadores generando también oportunidad a las exportadoras de mediana exportación y 1.9 millones de trabajos.

El pronóstico de EE.UU. para los próximos años es incierto. Las previsiones pronosticaron una recuperación continua, con un incremento del 2,8% en 2011 y un aumento del 2,9% en 2012. Y se espera que esta recuperación provenga de la demanda final privada. Apuntan más en una recuperación muy modesta y tardía. Al comparar la UE con los principales países socios, como los Estados Unidos y Japón, revelan diferencias: las PYME en los Estados Unidos han mostrado un crecimiento negativo durante el período 2007-2009. Durante la recesión de 2009, Estados Unidos tuvo una caída más fuerte en las PYMES el empleo (-6,0 por ciento) que la Unión Europea (-2,7 por ciento). En Japón, la tendencia a la baja en las PYMES el desarrollo en términos de números, el empleo y el valor añadido producido ya mucho antes que la recesión en Europa.

En Latinoamérica la pequeña y mediana empresa se define como la aplicación de aquellas, empresas que presentan combinaciones de parámetros,

determinantes en el de activos totales. Mientras que en México cuenta con un criterio de definición (empleo). Sin embargo, la definición cambia dependiendo de si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios. Y en México, las empresas se encuentran en una difícil posición para competir en los mercados internacionales. Por lo que la finalidad de este estudio es proporcionar datos relevantes para conocer el segmento generador de empleos e ingresos de empresas. También se explora la estructura de gestión y económica de estas empresas, para así identificar los elementos que se requieren para ser más competitivos y atender tanto en la demanda interna como en la externa.

Habría que estudiar concienzudamente cuales serían las estrategias más adecuadas para el crecimiento, desarrollo, y fortalecimiento de la capacidad productiva de estos negocios que se insertan en la economía nacional a través de la contribución que tienen en la generación del producto interno bruto del país.

Por todo lo anterior, se puede concretar que si no se resuelve la problemática actual, no seremos capaces de proponer acciones que permitan mejorar el entorno económico, sobrevivir en un mercado competitivo y globalizado, así como aportar soluciones para apoyar directamente a las empresas con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, desarrollo y consolidación,

Saavedra (2007), comenta que en América Latina no existe homogeneidad al definir las Mpymes, lo que dificulta el estudio y el análisis de este sector, que en ocasiones algunos países presentan más de un criterio para definir a las Pymes. “En México de acuerdo al INEGI, el 13% de las Mpymes pertenecen al sector industrial, mientras que el 51% pertenece al sector comercio y el 36% pertenece al sector servicios.”

En buena parte de los países desarrollados y subdesarrollados las PyMEs han registrado un dinamismo importante, como consecuencia de uno de los principales giros introducidos por la globalización: en la actualidad las fuerzas operan en todo el mundo y vencen la especificidad del entorno y afectan la soberanía nacional.

III METODOLOGÍA

En este capítulo se aborda lo concerniente a la metodología que se utilizó para realizar la investigación, las técnicas y recursos que se emplearon para la recolección de los datos, los diversos elementos que se tomaron en cuenta para el análisis procurando ir generando una construcción conceptual del proceso investigativo, que al mismo tiempo que permitió conocer una realidad, nos remitió la elaboración de una conceptualización teórica en torno al objeto de estudio, las interrogantes ejes que orienta el proceso son: ¿Cuál

es el perfil administrativo y financiero de las empresas? ¿Cuáles son las problemáticas que enfrentan las empresas para competir en los mercados? ¿Cuáles deben ser las estrategias financieras de los negocios para su sostenimiento? ¿Cómo perciben los empresarios los criterios de calidad?

3.1. Tipo de estudio

La presente investigación es de tipo documental descriptiva y de campo, dentro de la documental se llevo a cabo la revisión de literatura (libros, revistas, periódicos e investigaciones); esto ayudo a conformar el marco teórico y conceptual del trabajo, para ello se acudió a algunas instancias gubernamentales (Secretaría de Economía, INEGI, así como a la Cámara Nacional de Comercio e Industria CANACINTRA, Cámara Nacional de Comercio de Torreón, CANACOTO.)

Dentro de la investigación de campo se lleva a cabo a través de los modelos cuantitativo y cualitativo; dentro de la investigación las principales técnicas que se utilizaron fueron: el diseño, aplicación y evaluación de las entrevistas, es decir, que la entrevista se deriva de los propios objetivos que se plantea la investigación para recabar la información adecuada de las diversas empresas.

3.2. Área geográfica del estudio

Esta investigación se delimitó principalmente a la Ciudad de Torreón Coahuila, sin embargo por la cercanía geográfica y el flujo de personas que viven y trabajan en la Ciudad de Gómez Palacio, Durango., se realizaron algunas pocas encuestas en esta localidad.

3.3 .Criterios para seleccionar la muestra

Tipo de muestreo

Para ello se partió de un Universo de 2,246 empresas que se encuentran registradas y publicadas en internet en el padrón de (CANACINTRA) de Torreón, Coahuila.,

Al aplicar un muestreo estadístico aleatorio con un 95% de confianza y un 5% de error estándar, se obtuvo el siguiente resultado:

$$N = \frac{4pqN}{E^2 (N-1) + 4pq} = 432$$

Debido a la disponibilidad de información y de las empresas se decidió tomar una muestra mayor quedando en 450 empresas.

Al estratificar la muestra de acuerdo con las empresas que integran cada sector se obtuvo lo siguiente:

Cuadro 3.1. Estratificación de la muestra acorde a la empresa.

Sector	No. De Empresas	Muestra
Industria	538	103

Comercio	889	171
Servicios	819	158
Total	2,246	432

Sin que haya una actualización, de este total de empresas, se sacó el porcentaje proporcional de los tres diversos sectores que las componen, como lo son: Industria, Comercio y Servicios; así mismo, se utilizó la estadística estratificada por sectores (Micro, Mediana, Pequeña, Grande), para conocer el dato preciso de la representatividad para este estudio quedando de la siguiente forma:

Cuadro 3.2. Estratificación por tamaño de la empresa y sector.

TAMAÑO/SECTOR	INDUSTRIA (538)	COMERCIO (889)	SERVICIOS (819)
Micro Empresa	250 (48) = 19.2%	670 (129) = 19.25%	571 (110) = 19.26%
Pequeña Empresa	211 (41) = 19.4%	145 (28) = 19.31%	191 (37) = 19.37%
Mediana Empresa	58(11) = 18.96%	55 (11) = 20.00%	26 (5) = 19.23%
Gran Empresa	19 (3) = 15.78%	19 (3) = 15.78%	31 (6) = 19.35%
Total	538 103	889 171	819 158

Así mismo se partió de un análisis cualitativo de los diferentes elementos que se consideraron para este estudio como son la Identificación de la Empresa, Tamaño y sector, Estructura Jurídica, Actividad del Negocio, Información Relevante y principal de los Propietarios, Perfil Financiero, Indicadores de Crecimiento, Gestión, Calidad, Recursos Humanos, Tecnologías de Información y comunicación, y Mercadotecnia. Se utilizó tanto el análisis de contenido, como los gráficos, cuadros y estadísticas más sobresalientes de cada uno de los rubros anteriores. Finalmente se anexan recomendaciones y sugerencias así como las principales conclusiones para determinar el perfil financiero y administrativo de las empresas en Torreón, Coahuila.

3.4. Herramientas estadísticas

Las técnicas estadísticas que se emplearon en el estudio fueron:

- a) Estadística descriptiva. El uso de medidas de tendencia central como de distintos gráficos permitió una perspectiva general de la situación que guarda la operatividad y estrategia de las empresas de la localidad.

3.5. Instrumento de recopilación de información.

Se aplicó un cuestionario amplio mediante el cual se obtuvo toda la información necesaria para los análisis (No se incluye por ser extremadamente extenso).

3.6. Prueba piloto

Se llevo a cabo una prueba piloto, aplicando el instrumento al 10% de la muestra, quedando 43 encuestas, entre los tres sectores correspondientes. Hubo necesidad de incorporar algunas opciones de respuestas más acordes a las actividades propias de la región, ya que se encontraron algunas variaciones con respecto al instrumento utilizado.¹

Una vez que se revisó, se hicieron los ajustes pertinentes al cuestionario y se aplicó.

3.7. Análisis de datos.

El análisis descriptivo se realizó a partir de la muestra representativa de la población de la localidad. Se utilizó el programa Statgraphics centurión XVI.

3.8. Limitaciones del estudio.

Algunas limitaciones con las que nos encontramos fueron:

1.- Se dio una capacitación a los encuestadores con respecto al trabajo que tenían que realizar. Sin embargo el tamaño del cuestionario, el cual contiene 94 ítems, fue un poco extenso, por lo que cada entrevista se llevaba aproximadamente entre 20 y 30 minutos.

2.- Al no contar con un padrón actualizado, no se pudieron hacer las citas por teléfono o por internet, por lo que se tuvo que acudir directamente a los negocios, y esto causo mayor costo monetario y de tiempo al tenerse que trasladar directamente.

3.- Muchas de las ocasiones no se encontraba el personal autorizado para poder responder al cuestionamiento, causando esto segundas visitas al establecimiento.

4.- La constante inseguridad por la que atraviesa nuestra región, motivó que muchos empresarios, no quisieran contestar el instrumento, otros más no quisieron dar sus datos sobre todo personales o de otra índole, quedando algunas respuestas en blanco. A pesar del gafete o credencial de la universidad que portaba el entrevistador.

5.- Para poder realizar el estado del arte, nos encontramos de igual manera con alguna resistencia para obtener los datos de las instituciones u organismos públicos y privados de sus agremiados como,(CANACINTRA, CANACOTO, IMSS). Por lo que además se acudió principalmente a la prensa local, direcciones de internet, y autoridades universitarias que conocían a los dirigentes de estos establecimientos quiénes nos allanaron el camino.

¹ Dra. María Luisa Saavedra García, investigadora de la UNAM FCA., es la autora del libro Perfil Financiero Y Administrativo de las Pequeñas Empresas del Estado de Hidalgo. ella fue quién nos facilito el instrumento del cuestionario, sin embargo, el instrumento que nosotros utilizamos sufrió algunas modificaciones al realizar algunos ajustes pertinentes de nuestra región.

6.- Los costos de la investigación superaron los establecidos, por todos los motivos que ya se mencionaron.

3.9. Delimitación del estudio.

Esta investigación se delimitó principalmente a la Ciudad de Torreón Coahuila, sin embargo por la cercanía geográfica y el flujo de personas que viven y trabajan en la Ciudad de Gómez Palacio, Durango., se realizaron algunas pocas encuestas en esta localidad.

La aplicación de los cuestionarios se llevaron a cabo en seis meses, comprendidos entre Noviembre-Diciembre de 2011 y Enero-Abril de 2012.

Se tomaron en cuenta negocios de los tres sectores (industria, comercio y servicios), y de los cuatro tamaños (micro, pequeña, mediana y gran empresa), ponderando a la micro, pequeña y mediana empresa.

3.10. Variables consideradas:

Las variables que se tomaron en cuenta para la realización de esta investigación son:

- | | |
|----|--|
| 1- | Identificación de la empresa |
| 2- | Información sobre el propietario principal |
| 3- | Perfil financiero |
| 4- | Indicadores de crecimiento |
| 5- | Calidad |
| 6- | Recursos humanos |
| 7- | Tecnologías de Información y Comunicación |
| 8- | Mercadotecnia. |

IV. Análisis estadístico e interpretación de resultados.

En esta sección nos avocaremos a la aplicación de diversas técnicas estadísticas que nos permitirán describir los principales rasgos de las empresas en la región estudiadas: el perfil general de la empresa, información de los propietarios, el perfil financiero, indicadores de crecimiento, gestión, calidad, recursos humanos, tecnologías de información y comunicación y mercadotecnia. Cabe destacar que los análisis son realizados en cada una de las áreas mencionadas así como interrelacionando variables relevantes entre áreas.

4.1. Perfil general de la empresa.

EL 3.11% de las empresas son grandes, 6% son medianas, 68.22% micro y 22.67% son pequeñas. El 39% de las empresas son orientadas al comercio, el 25.33% en actividades industriales, y el 35.56 orientadas al servicio.

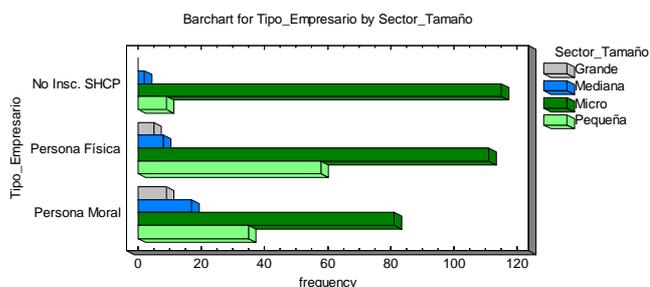
Se identifica también que sector de actividad económica es el más prominente por tamaño de empresa. Dentro de las empresas grandes la actividad industrial es la más prominente, seguidas de la empresa mediana donde el sector preponderante es por igual el comercio y la industria. Por el lado de las empresas micro, el sector más importante es comercio seguido de servicios; finalmente la pequeña empresa tiene mayor preponderancia en el sector industrial seguido de servicios.

En cuanto al tipo de registro que tienen las empresas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público encontramos los siguientes hallazgos:

El 28% de las empresas no están registradas en hacienda; el 40% son personas físicas y el 32% son personas morales.

Ahora bien si contrastamos el tipo de empresa y el tipo de empresario tenemos que de las empresas grandes todas están registradas ante Hacienda Pública, e. 1.11% son persona física, y 2% son persona moral; de las empresas medianas, el .44% no están registradas en Hacienda Pública, el 1.78% son persona física, y persona moral son el 4%. De las empresas micro, el 26% no están registradas en Hacienda Pública, el 25% son personas físicas, y el 18% son persona moral.

Figura 4.1. Gráfico de barras. Contraste del tipo de empresario y el tamaño de empresa.

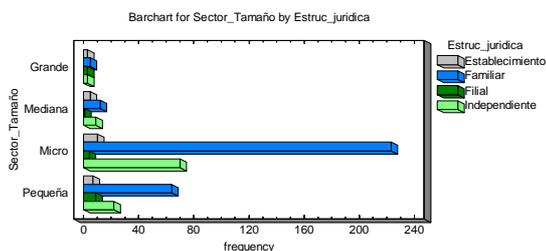


En cuanto a la pequeña empresa, el 2% no está registrado en Hacienda Pública, el 13% es persona física y el 8% persona moral. Ver gráfico 4.4.

Vemos como era de esperar que ante el tipo de empresario según su situación fiscal, la empresa micro es la que tiene la predominancia seguida de la pequeña empresa. Ahora bien, en cuanto a situación jurídica se refiere, el 68% es empresa familiar, el 23% es independiente, el 6% es un establecimiento y el 4% filial.

La empresa familiar es la que destaca en la región seguida de la empresa independiente.

Figura 4.2. Gráfico de barras. Contraste entre tamaño de empresa y situación jurídica.



Al contrastar la situación jurídica por tamaño de empresa encontramos que la estructura empresarial micro destaca a la empresa familiar con el 50% de las empresas, y en la pequeña empresa el 14% es de empresas familiares también. Ver figura 4.6.

Se aprecia que en los cuatro tipos de tamaño empresarial, la empres familiar es la que tiene la predominancia en cuanto a número.

En cuanto al número de empleados tenemos acorde a los datos obtenidos que las empresas van desde un empleado hasta 1020 empleados, al no ser la media representativa de la muestra tomamos la mediana como el dato central fundamental para evidenciar que las empresas tienen en promedio 5 empleados. Mediante tabulación de frecuencia y rangos, se encuentra que la mayor parte del número de empleados por empresa está concentrada en el rango entre los 2 y 180 empleados con el 90%, y el segundo lugar lo ocupa las empresas con un solo empleado con el 7%.

Al contrastar el sistema de ventas y el tamaño de la empresa tenemos que las ventas por mayoreo la mayor parte está concentrada en las empresas micro con el 7% del total, y en segundo lugar está la pequeña empresa con el 8%. De las ventas al menudeo, el 60% es efectuado por empresas micro, el 15% por la pequeña empresa, el 4% por la mediana empresa y el 3% por la empresa grande. Ver el cuadro 4.3:

Cuadro 4.1. Tabulación de frecuencias tamaño de empresa y tipo de ventas

	mayoreo	menudeo	Row Total
Grande	1	13	14
	0.22%	2.89%	3.11%
Mediana	11	16	27
	2.44%	3.56%	6.00%
Micro	38	269	307
	8.44%	59.78%	68.22%
Pequeña	35	67	102
	7.78%	14.89%	22.67%
Column Total	85	365	450
	18.89%	81.11%	100.00%

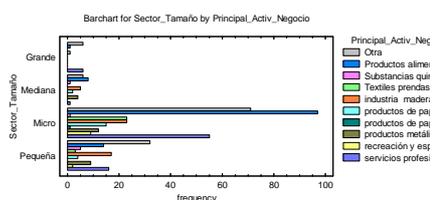
Al estudiar el tipo de actividad al cual se dedican las empresas encuestadas encontramos que el 27% se dedican a la elaboración y venta de productos alimenticios y en segundo lugar con el 26% a otras actividades. El 10% a la

industria maderera, el 17% servicios profesionales, 6% textiles y prendas, y un 5% productos metálicos. Ver cuadro 4.4:

Cuadro 4.2. Tabulación de frecuencias. Tipo de actividad empresarial.

			Relative	Cumulative	Cum. Rel.
Class	Value	Frequency	Frequency	Frequency	Frequency
1	Otra	115	0.2556	115	0.2556
2	Productos alimentici	120	0.2667	235	0.5222
3	Substancias quimicas	7	0.0156	242	0.5378
4	Textiles prendas de	27	0.0600	269	0.5978
5	industria maderata	45	0.1000	314	0.6978
6	productos de papel i	21	0.0467	335	0.7444
7	productos de papel imprenta y editores	1	0.0022	336	0.7467
8	productos metálicos	25	0.0556	361	0.8022
9	recreación y esparci	11	0.0244	372	0.8267
10	servicios profesiona	78	0.1733	450	1.0000

Figura 4.3. Gráfico de barras. Tipo de actividad empresarial por tamaño de empresa.



Contrastando el tamaño de la empresa y el tipo de actividad tenemos que en todos los tamaños de empresa los tipos de actividad preponderantes son productos alimenticios y otras actividades siendo en la micro y

mediana empresa la actividad relacionada con productos alimenticios la que destaca y en la grande y pequeña empresa otras actividades. Ver figura 4.8:

4.2. Información sobre el propietario principal.

La edad promedio del empresario de la región es de 43 años. El rango de edad que contiene la mayor cantidad de empresarios es entre los 41 y 48 años de edad conteniendo el 23% de la muestra. El siguiente rango con el 18% es entre los 35 y 42 años de edad, el siguiente rango con el 17% es entre los 48 y 54 años. El cuarto lugar está el rango entre los 29 y 35 años con el 16% de la muestra. Ver cuadro 4.5:

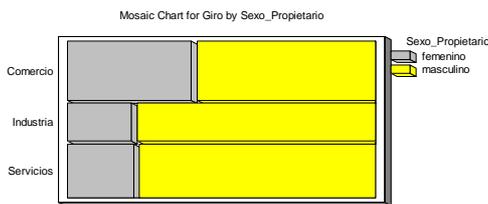
Cuadro 4.3. Tabulación de frecuencias. Edad del propietario.

	Lower	Upper			Relative	Cumulative	Cum. Rel.
Class	Limit	Limit	Midpoint	Frequency	Frequency	Frequency	Frequency
	at or below	16.0		1	0.0022	1	0.0022
1	16.0	22.4	19.2	10	0.0223	11	0.0245
2	22.4	28.8	25.6	31	0.0690	42	0.0935
3	28.8	35.2	32.0	73	0.1626	115	0.2561
4	35.2	41.6	38.4	82	0.1826	197	0.4388
5	41.6	48.0	44.8	105	0.2339	302	0.6726
6	48.0	54.4	51.2	77	0.1715	379	0.8441
7	54.4	60.8	57.6	40	0.0891	419	0.9332
8	60.8	67.2	64.0	14	0.0312	433	0.9644
9	67.2	73.6	70.4	10	0.0223	443	0.9866
10	73.6	80.0	76.8	6	0.0134	449	1.0000

	above	80.0		0	0.0000	449	1.0000
--	-------	------	--	---	--------	-----	--------

Se contrasta el sexo del propietario con el tipo de sector para ver como se comporta en cuanto a preferencia del género por el tipo de sector y tenemos que las mujeres representan el 16% en el sector comercial, el 5.33% en industrial y el 8% en servicios. En cambio el hombre representa el 23% en el sector del comercio, 20% en el sector de la industria y el 28% en servicios. Ver figura 4.10:

Figura 4.4. Gráfico de mosaico. Contraste sector económico y sexo del propietario.

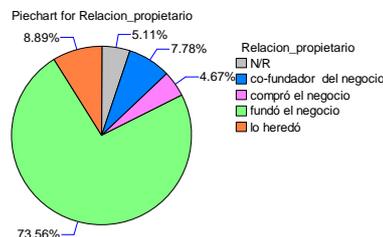


Apreciamos claramente que en los tres sectores la mujer tiene importante participación sin ignorar que es el hombre quien domina en número las tres actividades. Cabe destacar que la mujer tiene preferencia por el comercio seguido del sector de servicios.

En cuanto a años de experiencia de los empresarios en su ámbito de negocios, tenemos que el 31% está situado en un rango de experiencia entre los 0 y 6 años, el 24% tiene experiencia de entre 7 y 11 años, un 12% tiene entre 17 y 22 años, un 11% tiene entre 12 y 15 años y un 8% no tiene ni un año de experiencia. En promedio se tiene que los empresarios tienen 11 años de experiencia en el área de negocios en el que están actualmente.

Al estudiar la relación que guarda el propietario de la empresa con el negocio mismo tenemos que el 74% se dice fundador del negocio, el 9% lo heredó, el 8% es cofundador, y el 5% compró el negocio. Ver figura 4.12:

Figura 4.5. Gráfico de pastel. Relación propietario-negocio.



Al estudiar la relación que guarda el propietario de la empresa con el negocio mismo tenemos que el 74% se dice fundador del negocio, el 9% lo heredó, el 8% es cofundador, y el 5% compró el negocio. Ver figura 4.12.

Se advierte un importante espíritu emprendedor. En cuanto al componente de negocio heredado, se pregunta la generación que representa al recibir el negocio y el 54% respondió que es la primera generación, el 23% es la segunda generación, el 14% es la cuarta generación y el 7% es la tercera generación.

Al preguntar el origen el capital del negocio, el 1.3% respondió que el capital es de origen extranjero, el 98% es de origen nacional, y el .4% es de origen mixto.

Se preguntó también por el origen de los recursos propios y los préstamos y se encontró que de los fondos propios, el 80% proviene de ahorros, el 14% de liquidación del último empleo y el 6% venta de activos diversos. En cuanto al origen de los recursos externos, tenemos que el 62% proviene de préstamos de familiares, el 21% de instituciones bancarias, y el 18% de préstamos de amigos cercanos.

En cuanto a la composición de la sociedad, tenemos que el 42% no tiene socios, el 28% tiene un socio, el 17% tiene dos socios, el 5% tiene tres socios y el 4% tiene cinco socios. En el 40% de los casos son cinco los socios que participan en las operaciones de la empresa, 25% solo uno socio, 11% dos socios, y el 5% tres socios participan en las operaciones de la empresa. El 82% de los casos el propietario está involucrado directamente en las operaciones de la empresa.

En cuanto al área de experiencia profesional del propietario del negocio tenemos que el 47% tiene experiencia en las ventas, el 13% en administración general, el 9% en contabilidad y finanzas, el 8% en producción, el 7% en ingeniería, el 6% en mercadotecnia, el 4% en otras áreas y el 2% en derecho. Al analizar el grado escolar del propietario encontramos que el 40% tiene el grado de licenciatura, el 14% carrera técnica, otro 14% la secundaria, y el 12% preparatoria. Al desagregar el grado escolar por área de estudio del propietario tenemos que el que tiene carrera técnica está especializado en administración general, quien tiene doctorado ciencias en primer lugar y mercadotecnia en segundo, quien tiene especialidad, administración y contabilidad son las áreas prominentes, quien tiene licenciatura, él área más frecuente es la de administración general seguida de ingeniería, quien tiene maestría el área relevante es administración, quien tiene preparatoria las áreas relevantes son administración, contabilidad y otras.

Al preguntar por la formalidad del negocio en torno a si cuentan con acta constitutiva, el 70% no cuenta con este documento oficial y el 30% si lo tiene.

4.3. Perfil financiero.

En torno al área financiera de la empresa se cuestionó el uso de sistemas de información contable. A lo cual, el 35% respondió que no y el restante 65% la respuesta fue afirmativa. Al preguntar si tienen un sistema formal de control de costos el 30% respondió que no tenían un sistema formal y el 70% que así lo tenían. El 27% dice que no tiene un sistema de control de inventarios y el 73% dijo que si lo tenía. En torno a la práctica de desarrollar presupuestos de ingresos y gastos, el 25% dice que no utiliza la práctica de presupuestar

mientras que el 75% afirma que si lo utiliza. En función de la frecuencia con la que emplean los presupuestos en un periodo de tiempo determinado, el 36% dice que lo utiliza a diario, el 26% mensual, el 25% semanal, el 8% quincenal y solo el 3% utiliza presupuestos anuales.

Se realizó también un análisis en torno a la forma en que toman decisiones estas empresas en base a tres criterios: en función de ingresos y egresos, se a información financiera y proyecciones financieras para las inversiones a largo plazo. El 16% toma decisiones sin tomar en cuenta la información contable ni la información financiera disponible. Un 11% no toma en cuenta la información financiera para tomar sus decisiones pero sí toma en cuenta la situación de ingresos y egresos. Un 6% toma en cuenta la información financiera pero no la relación ingresos egresos para tomar sus decisiones. Y aquellos que si toman en cuenta tanto la información financiera como la relación ingresos y egresos representan el 66% de la muestra.

En cuanto a las decisiones de inversión a largo plazo, el 53% dice que si utiliza las proyecciones financieras para sus inversiones en contaste con el 47% que no las realiza.

Al preguntar la situación que guarda el papel que juega el contador público en las empresas tenemos lo siguiente:

Las empresas que no tienen o cuentan con un contador fijo y el que tienen es externo son solo el 9%. De las que si cuentan con un contador y este es fijo y externo son el 32% de las empresas. El 59% cuenta con un contador público interno.

En cuanto a la determinación de faltantes y excedentes el 25% dice que no utiliza esta práctica y el 75% si lo hace.

Al preguntar por si han optado por financiarse mediante un préstamo bancario o institución financiera similar, el 76% dijo que no mientras que el 24% si. El destino de estas inversiones es el siguiente: el 25% se invirtió en maquinaria y equipo, el 29% en capital de trabajo, 5% en equipo de transporte, el 14% en mantenimiento de instalaciones y el 11% en otras inversiones.

4.4. Indicadores de crecimiento.

Se tomaron 4 indicadores que dan una idea del crecimiento de las empresas. Las utilidades, las ventas, el número de empleados y la inversión en maquinaria y equipo. Estos cuatro aspectos fueron evaluados en una escala de nulo, bajo, medio y alto crecimiento obteniendo los siguientes resultados:

En cuanto a niveles de utilidades o ganancias el 63% manifestó tener crecimiento medio de utilidades, el 21% niveles bajos, el 13% tuvo crecimiento alto y el 12% crecimiento nulo de utilidades.

En referencia a las ventas, el 61% mencionó que tuvieron un crecimiento medio de las ventas, el 19% un crecimiento alto, el 18% tuvo un crecimiento bajo y el 2% un crecimiento nulo.

El crecimiento de la planta laboral en un 38% tuvo un crecimiento medio, un 28% tuvo crecimiento bajo, el 26% tuvo crecimiento nulo y solo el 7% tuvo un crecimiento alto.

Por otro lado la inversión en maquinaria y equipo el 36% de las empresas tuvieron un crecimiento medio, el 24% un crecimiento bajo, el 23% un crecimiento nulo y el 17% un crecimiento alto en materia de inversión en activos fijos.

Si contrastamos el grado de utilidades con la inclusión de un sistema de control de costos tenemos esta sorprendente revelación:

Las empresas que no implementan sistema de costos y que consideran que sus utilidades crecieron de manera alta representan el 2% del total de la muestra, las empresas cuyas utilidades crecieron de manera baja representan el 9%, las empresas que consideran que sus ventas crecieron de manera media están representadas por el 19% de la muestra y las empresas cuyas utilidades crecieron de manera nula representan el 1% del total de la muestra. En cambio, las empresas que si utilizan un sistema de costos, del total de la muestra, el 12% considera que sus ventas crecieron de manera alta, el 13% de manera baja, el 44% de manera media y el 2% de manera nula crecieron sus utilidades.

4.5. Gestión.

En cuanto a los procesos de gestión de la empresa se les pregunto sobre si tienen un plan a seguir para el crecimiento y expansión de las empresas. Estos fueron los resultados:

El 58% dice que no tiene un plan de negocios y el 42% si lo tiene. En cuanto a los que si tienen un plan a seguir se les cuestionó si lo tenían escrito. El 70% dice que no tiene un plan escrito y el 30% afirma tenerlo. En torno a si tienen un organigrama formal, el 64% no lo tiene y el 36% si. Relacionado a la organización se les pregunto si tenían bien definidas y escritas las funciones de cada uno de los puestos y 65% dijo que no las tenían definidas y el 35% si lo tienen. Además los procedimientos el 69% de las empresas no los tienen definidos por escrito y el 31% si lo tienen.

4.6. Calidad.

Las empresas fueron cuestionadas en torno a si emplean alguna técnica de control de la calidad. El 74% dicen que no lo tienen mientras que el 26% si lo implementan.

Las empresas fueron cuestionadas también sobre si estaba certificadas en algún sistema de calidad, el 80% no lo tienen y el 20% si. En cuanto a si tienen algún sistema de tratamiento de residuos, el 37% no tiene residuos que requieran tratamiento especial, el 35% afirma que no tienen ningún tipo de sistema de tratamiento, el 16% dice que tienen un sistema para tratar contaminantes y el 14% tienen un sistema de tratamiento para residuos no contaminantes.

4.7. Recursos humanos.

La función de recursos humanos se describe en función de de la capacitación en distintas áreas y las practicas más comunes dentro del área de recursos humanos.

La consideración de capacitar en distintos temas son medidos como no necesarios, poco necesarios, necesarios, muy necesario y prioritario.

Capacitación en torno a los sistemas y métodos de capacitación es considerada por el 29% de las empresas como no necesaria, el 24% como necesaria, el 15% como muy necesaria, el 20% como prioritario y el 12% como poco necesario.

En cuanto a la capacitación en seguridad e higiene, el 23% la considera como prioritaria, el 23% considera que es muy necesaria, el 21% piensa que es necesaria, el 19% la considera como no necesaria y el 12% como poco necesaria.

El manejo, mantenimiento y reparación de la maquinaria y equipos como capacitación es considerada por el 23% como prioritario, otro 23% más lo considera como necesario, el 22% piensa que es muy necesaria la capacitación, el 21% cree que es no necesario y el 11% como poco necesario.

La capacitación en aspectos contables es considerada por el 27% como necesaria, el 25% considera que es muy necesario, el 22% piensa que no es necesaria, el 19% considera que es necesaria y el 8% como no necesaria.

Los porcentajes tan contrastantes al parecer son porque la mayoría de las empresas tienen un contador externo.

En los temas de comercialización, promoción, publicidad y ventas, el 30% lo considera prioritario, el 22% piensa que es muy necesaria, el 24% considera como necesaria, el 13% de las empresas creen que no es necesario, y el 11% como poco necesario.

La capacitación en cuanto aspectos fiscales, el 33% piensa que la capacitación en este tema no es necesario, el 22% como necesaria, el 19% como muy necesaria, el 14% considera como prioritaria, 12% la considera como poco necesaria.

El porcentaje tan elevado en torno a que no es necesaria la capacitación en materia fiscal es porque los contadores se mantienen actualizados de manera constante.

Los idiomas como capacitación el 52% de las empresas consideran que no son necesarios, el 20% como poco necesario, el 17% como necesario el 7% como muy necesarios y el 4% como prioritarios

En correspondencia con los idiomas, la capacitación en comercio exterior es considerada por el 51% de las empresas como no necesaria, 16% como poco necesaria, el 15% como necesaria, el 11% como muy necesaria y el 7% considera que es prioritaria

Los porcentajes tan elevados de capacitación innecesaria en función de los idiomas y con el comercio exterior son porque hay un gran porcentaje de empresas que no exportan.

La capacitación en la función financiera de las empresas, es considerada como no necesaria por el 31% de las empresas, el 25% considera que es necesaria, el 19% como muy necesaria, el 13% considera que es poco necesaria y el 12% como necesaria.

Capacitación en contaminación y medio ambiente es considerada por el 37% como no necesaria, el 23% piensa que no es necesaria, el 15% considera que es poco necesaria, el 13% cree que es muy necesaria y el 11% la considera como prioridad.

La capacitación en temas de administración y aspectos organizacionales es considerada por el 26% de las empresas como necesaria, el 21% considera como muy necesaria, otro 21% considera que no es necesaria, el 22% de las empresas consideran que es prioritaria y el 9% como poco necesaria.

En torno a la capacitación de servicio al cliente, el 46% de las empresas la consideran como prioritaria, el 23% como muy necesaria, el 15% considera que es necesaria, el 9% opina que no es necesaria y el 7% considera que es poco necesaria.

El 28% de las empresas consideran que la capacitación en recursos humanos es no necesaria, el 26% la considera como necesaria, el 18% considera como prioritaria, el 14% considera que es muy necesaria y el 13% la considera como poco necesaria.

En cuanto al uso de la práctica de promoción de personal, el 33% de las empresas nunca capacitan a su personal que es consistente este porcentaje con la cantidad de empresas que tienen entre 1 y 5 empleados. El 23% a veces

capacita, el 18% casi nunca capacita, el 16% siempre capacita a su personal, el 10.45% casi siempre capacita

El 40% de las empresas no incurren en la promoción del personal. Este porcentaje es consistente con el tamaño predominante de las empresas es decir, pequeñas y micro que son la mayoría y con el número de empleados que tienen, el 21% a veces promueve a su personal, el 18% casi nunca promueve, el 12% siempre capacita, y el 12% casi siempre promueve a su personal.

Al preguntarle a las empresas sobre si emplean algún programa de sueldos y salarios, el 32% dice que no tienen estos programas, el 23% a veces, el 17% q veces, otro 17% casi nunca lo emplean y el 12% casi siempre lo implementan.

Al preguntarles si implementan programas de incentivos para los empleados, el 35% nunca los utiliza, el 24% a veces lo usan, el 15% casi siempre, el 14% casi nunca los implementa y el 13% siempre los utiliza.

En relación a la implementación de programas de seguridad y prevención de riesgos, el 34% nunca los implementa, el 19% siempre los utiliza, otro 19% a veces los utiliza, un 14% casi siempre los implementa y un 14% más casi nunca los usa.

4.8. Tecnologías de información y comunicación.

Uno de los aspectos que se investigaron también fue el de la inclusión y uso de las tecnologías de información y de comunicación en los negocios encuestados. Los resultados fueron los siguientes:

Se cuestionó por la frecuencia de uso del teléfono y el 58% de las empresas lo utilizan siempre, el 15% nunca lo utiliza, el 13% a veces lo usan, el 9% casi siempre y 6% casi nunca lo utilizan.

En cuanto al uso del fax el 52% aseveró que nunca lo utilizan, el 24% siempre lo usan, el 11% a veces lo usan, el 8% casi nunca lo usan y el 5% casi siempre lo emplean.

El 33% de las empresas nunca utilizan el internet para cuestión de sus operaciones, mientras que el 42% siempre lo utilizan. Un 9% por igual casi nunca lo utilizan y a veces lo usan, y el 6% casi siempre utilizan el internet. De la misma forma y altamente relacionado está el uso del internet con el correo electrónico. En este último el 40% de las empresas siempre lo utilizan, el 35% nunca lo usan, el 9% casi siempre lo usan, el 8% casi nunca lo usan y el 8% restante lo usa a veces.

De la misma forma y con un alto grado de relación está el mantenimiento de relaciones con proveedores a través de internet. El 39% de las empresas nunca utilizan internet para tales vínculos, el 31% siempre lo utilizan, el 12% a veces lo usan, el 10% casi siempre y el 8% casi nunca lo utilizan. Otro elemento de uso muy relacionado con el internet es la videoconferencia. Al preguntar a las empresas sobre la frecuencia de uso de este medio, el 63% no

lo usa, las empresas que siempre lo utilizan y casi nunca, en un 12% por igual es el porcentaje empresas que lo usan. Y el 4% casi siempre lo usan. En cuanto al uso de la página web, el 56% no tiene página web, el 20% si tiene y la usa, el 7% si tiene y la usa a veces, el 13% casi nunca la usa y el 2% casi siempre.

Al cuestionar el uso del equipo de cómputo por parte de los empleados, el 33% dice que no lo usa, el 26% lo utiliza todo el tiempo, el 27% casi nunca lo usa, el 8% casi siempre lo usa y el 6% a veces lo usa.

Al relacionar el uso del internet con el tamaño de la empresa con el uso de frecuencia del internet, los mayores porcentajes están concentrados en las empresas micro que nunca utilizan el internet con el 30.22% de las empresas, y un 23% de las empresas son micro que siempre utilizan el internet. Esto explica la polarización del uso y no uso de las tecnologías de comunicación.

4.9. Mercadotecnia.

En torno a las funciones propias de la mercadotecnia se plantearon 10 preguntas clave las cuales plasmamos a continuación sus resultados: Se cuestionó en primer lugar el tipo de mercado en el cual las empresas realizan sus ventas, el 1% dirige sus ventas al mercado exterior, el 5% al mercado nacional conjuntamente al exterior, el 19% al mercado nacional y el 74% al mercado regional. Ahora bien, el 40% de las empresas si realiza investigación de mercado mientras que el 60% no. En cuanto al tipo de investigación de mercado que realizan, el 49% va orientada al cliente, el 31% al producto, el 13% a la competencia y el 7% a la segmentación del mercado.

Al preguntar por las estrategias de ventas que siguen las empresas, el 15% dice que implementan las ventas dirigidas, el 71% ventas personal/directa, el 8% de respuesta directa del cliente, el 3% telefónica, y el 1% ventas consultivas.

Se les preguntó también sobre el logro de metas de ventas en función de un porcentaje, el 42% logro entre el 70 y 89%, el 27% logro entre el 90 y 100% de sus metas de ventas, el 17% entre el 60 y 79%, y el 13% menos del 60% de la meta fijada.

En el campo de la innovación, se les pregunta a las empresas si han innovado en algún aspecto de su negocio, la respuesta fue que el 66% ha realizado innovaciones en procesos de producción, el 31% en el producto, el 2% en el logotipo, un .45% no ha hecho ninguna innovación y el .45% ha realizado innovaciones en la organización.

Al preguntar aspectos legales como el registro de marcas, el 69% no ha registrado sus productos, y el 31% si tiene registros de marcas.

En cuanto a las estrategias de fijación de precios, el 17% las aplica en lo que el cliente pide, el 53% van dirigidas al producto, el 29% fija los precios en función de los de la competencia y el 1% toma otros criterios.

Finalmente al preguntar a las empresas si exportan, el 94% respondió que no. El 6% restante si lo hace.

5. Resumen del perfil de las empresas en Torreón Coahuila.

5.1. Generalidades corporativas de las empresas.

Las empresas de la región están distribuidas de la siguiente forma:

- 68% son micro empresas.
- 23% son pequeñas empresas.
- 6% son medianas y
- 3% son grandes.

Del total de las empresas, el 39% son orientadas al comercio, el 25% a actividades industriales, el 36% a servicios. Por lo que el comercio y servicios dominan la actividad en la región. En el caso de la mayoría de las empresas que son micro el comercio es el que destaca, en la pequeña empresa la industria, en la mediana el comercio e industria por igual y en las grandes el servicio es el prominente.

El 32% de las empresas son personas morales, el 41% son personas físicas, y el restante 28% de las empresas están en la informalidad.

Las empresas en su mayoría son de corte familiar (68%), el 23% es independiente. Las empresas familiares son las que dominan en los 4 tamaños de empresas, las empresas familiares son las que dominan en número.

Por otro lado, las empresas tienen en promedio 5 empleados, siendo las empresas con dos empleados las más numerosas. El mayor número de empleados contratados es de 1020 y el mínimo es de uno el sistema de ventas más usado es el de ventas directas con un 81% de las ventas y el 19% son ventas al mayoreo. El 60% de las ventas al menudeo son realizadas por las empresas micro y el 15% las pequeñas empresas. Las ventas de mayoreo más fuertes las realizan también las empresas micro con un 8%.

Lo que venden las empresas en su mayoría con el 27% de estas es productos alimenticios, y el 17% son servicios profesionales.

5.2. Sobre el propietario y socios de la empresa.

La edad promedio del propietario es de 45 años. La mayor parte de los empresarios se encuentra en un rango entre los 41 y 48 años, es decir empresarios ya maduros. El 30% de los propietarios son mujeres y el 70% son hombres. En los tres sectores el género dominante es masculino sin embargo,

en el sector del comercio el sexo femenino es donde tiene mayor presencia con el 16%.

El 87% de los empresarios se consideran nuevos pues antes de su empresa actual no tenían otro negocio. El restante 13% tiene mayor experiencia como empresarios y emprendedores pues ya tenían un negocio anteriormente. Los propietarios tienen una experiencia promedio en la actividad de su empresa de 11 años. Siendo el rango de edad más destacado con un 31% entre los 2 y los 6 años de experiencia.

El 74% de los casos, el propietario fundó el negocio, el 9% lo heredó, el 8% es cofundador y el 5% compró el negocio. En cuanto a aquellos que heredaron la empresa, el 54% lo heredó siendo la primera generación, el 23% es la segunda generación y el 14% es la cuarta generación con la empresa.

El 98% del capital empleado para el negocio es de procedencia nacional, el 1.3% extranjero y el .4 es mixto. Ahora bien el origen de los recursos propios para iniciar el negocio fue en un 80% ahorros, el 14% de liquidación del último empleo que tuvo el propietario, y el 6% vendió activos diversos para conseguir el dinero para abrir su propio negocio. En cuanto a las empresas que emplearon recursos ajenos, el 62% proviene de préstamos realizados por los familiares, el 18% amigos y el 21% préstamos bancarios.

En el 82% de las empresas el propietario está involucrado con las operaciones de la empresa. El 42% de las empresas de la región no tiene socios es de propietarios únicos lo cual es consistente con el tamaño de empresa dominante que en nuestro caso es empresas micro. El 17% tiene un socio.

En cuanto al grado escolar del propietario, el 40% tiene licenciatura, el 14% carrera técnica, el 14% secundaria y el 12% preparatoria.

El área de experiencia de los propietarios en un 47% es en ventas el 13% en administración general. Lo cual es consistente también con los sectores predominantes de la actividad económica de las empresas siendo comercio y servicios las que predominan.

En términos generales el empresario es profesionalista, y tiene amplia experiencia en ventas y administración además de involucrarse en las actividades del negocio.

5.3. Perfil financiero de las empresas de la región.

En cuanto a la inclusión de prácticas financieras en las operaciones del negocio, encontramos que el 35% de las empresas no tienen un sistema de información contable. El anterior porcentaje es realmente coherente con la cantidad de empresas que operan en el sector informal y con una parte de estas que son dirigidas por empresarios que tienen carrera técnica. De igual forma el 30% no tiene un sistema formal de costos, el 27% no tiene un sistema

de control de inventarios, el 25% no utiliza un presupuesto de ingresos y egresos. En cambio aquellos que si presupuestan, lo hacen en una base diaria con un 36%, 26% mensual, 25% semanal. Lo interesante al resaltar es que a pesar de que la mayoría de los propietarios (40%) cuenta con una licenciatura, no aplican los conocimientos avanzados a los rubros mencionados. Por lo anterior, evidentemente, el 16% toma decisiones sin considerar la información contable ni financiera disponible. Contrastantemente el 66% toma en cuenta la información contable y financiera.

El 53% realiza proyecciones financieras para las decisiones de inversión a largo plazo. En cambio, el 47% no lo hace.

El 32% de las empresas tienen un contador fijo externo. El 25% de las empresas no determina faltantes ni excedentes.

En lo que a financiamiento bancario se refiere, el 76% no le interesa esta fuente de recursos.

Las inversiones que se realizan en las empresas, el 29% es para capital de trabajo, el 25% en maquinaria y equipo, el 14% en mantenimiento, el 5% en equipo de transporte y el 11% en otras inversiones.

5.4. Indicadores de crecimiento.

El 63% en el crecimiento de las utilidades es medio, el 33% crecimiento entre nulo y bajo, el 13% crecimiento alto. Patrón similar presentan las ventas. Un 61% considera que sus ventas crecieron de manera media, el 20% un crecimiento entre bajo y nulo y el 19% crecimiento alto.

El 54% de las empresas tuvo un crecimiento entre bajo y nulo de la planta laboral, el 38% un crecimiento medio y el 7% un crecimiento alto.

El 47% de las empresas considera que tuvo un crecimiento bajo y nulo de sus inversiones de capital el 36% un crecimiento medio y el 17% un crecimiento alto.

Por otro lado, las empresas que implementan en su gestión un sistema formal de costos tienen un crecimiento más robusto en cuanto a sus utilidades con respecto a aquellas que no utilizan un sistema de costos.

5.5. Gestión.

En cuanto a un plan de negocios, el 58% de las empresas no lo tienen. Las que si lo tienen el 70% no lo tienen escrito. El 64% de las empresas no tienen un organigrama, el 65% no tienen definidas y escritas las funciones y el 69% de las empresas no tienen por escrito los procedimientos a seguir.

5.6. Calidad.

El 74% de las empresas no tiene sistemas de control de la calidad, el 80% tampoco tiene alguna certificación en torno a la calidad. En cuanto a algún sistema de tratamiento de residuos el 37% no lo requiere, el 35% no lo implementa y el 16% si tiene un procesos de tratamiento de residuos.

5.7. Recursos humanos.

En cuanto a recursos humanos la investigación se concentró en temas de capacitación.

A pesar de que la capacitación casi nunca se da acorde a la mayoría de las empresas (54%) hay algunos temas que son consideradas como necesarios:

Consideran que la capacitación en temas de atención al cliente, mercadeo, reparación, mantenimiento y manejo de equipos, aspectos contables, en administración y organización. Por otro lado, las empresas, consideran como innecesaria la capacitación en torno a la producción, en aspectos fiscales y financieros, idiomas, comercio exterior, contaminación y medio ambiente y en temas de recursos humanos.

De la misma manera, la promoción del personal no se práctica en el 54% de las empresas, ni la implementación de programas de sueldos y salarios en un 49% no lo usan así como prescinden de los incentivos el 60% no lo usa y el 48% no emplea programas de seguridad y prevención de riesgos.

5.8. Tecnologías de información y comunicación.

El medio de comunicación más usado es el teléfono con el 58% de las empresas. Hay una gran polarización en cuanto al uso del internet para las operaciones de la empresa, el 33% no lo usa y el 42% y el 56% no tiene página web.

En el uso de la computadora el 33% no lo utiliza y el 26% lo utiliza todo el tiempo.

5.9. Mercadotecnia.

El 74% de las empresas tienen su mercado meta en el ambiente regional. El 60% no realiza investigación de mercado y las que si la aplican, el 80% está orientada al cliente y al producto. Las ventas las realizan de manera directa a nivel personal, y el 49% logró ventas de entre el 70 y el 80% de las metas fijadas y el 94% de las empresas no exportan.

En cuanto a la innovación empresarial esta se ha concentrado en un 66% en procesos de producción y elaboración y el 31% en innovación del producto.

6. conclusiones y recomendaciones.

El 91% de las empresas en la región son micro y pequeñas empresas. El dato es consistente con el patrón empresarial de las regiones y países analizados

en la sección dos de este estudio. De tal suerte que el origen de los recursos para la fundación de la empresa así como para su operación proviene de esfuerzos propios del dueño producto de sus ingresos personales ya sea de trabajos anteriores o prestamos hechos por familiares. Lo mayor obliga la participación directa del dueño en la operación del negocio. De la misma forma, el tamaño de la empresa al parecer influye en que las empresas no tengan un plan de negocio definido, o un organigrama. Este último totalmente innecesario si el promedio de empleados es de 5.

Derivado de lo anterior, no hay planes de capacitación instrucción avanzada para los empleados pues en el mayor de los casos el número de empleados es de uno solamente a pesar de considerar los temas como la atención al cliente como fundamentales.

Por otro lado, el uso de las tecnologías de información y comunicación son en cuanto su inclusión en la operación de la empresa un tanto marginadas pues el tipo de operación no lo requiere como tal.

Al predominar este tipo de empresa, era de esperar que la mayoría son empresas familiares y estén registrada como personas físicas sin descartar que el 28% de estas estén en la informalidad.

Al ser las actividades preponderantes el comercio y servicios con el 75% de la actividad total, una gran variedad de productos y servicios son ofrecidos al mercado. Por lo que podemos presumir que son actividades desarrolladas y bien soportadas por la facilidad y mediana especialización que requieren estas empresas. Esta aseveración corresponde debido a que la mayor parte del comercio se da en actividades relacionadas con la alimentación y las bebidas. Como consecuencia se tiene que las ventas predominantes son las ventas al menudeo y directas. Por consecuencia y nuevamente por el tamaño predominante de la empresa, no es necesario un sistema y control de calidad pues así lo consideran los dueños.

La participación creciente de la mujer en los negocios empieza a robustecerse. Por lo que habrá que dársele seguimiento a este fenómeno creciente no solo nacional sino global. Al ser los dueños y socios de las empresas de edad madura, se presume que la estabilidad del negocio en torno a su administración es sólida y asegura el largo plazo en cuanto a permanencia en el mercado se refiere.

Cabe mencionar que el alto grado de preparación que tiene el dueño (en promedio es instrucción universitaria) deja entrever que posiblemente haya un nivel elevado de desempleo en la región que no deja opción más que abrir su propio negocio más que una actitud puramente emprendedora.

De la misma forma al encontrarse estas empresas en un alto grado de informalidad, no necesitan de servicios formales de contabilidad y la instrucción

avanzada como los idiomas y otros conocimientos elevados son innecesarios. Además vale agregar que la planeación y la toma de decisiones se hacen en base a un marco básico si no es casi intuitivo. Lo que es notable es que al implementar conocimientos o experiencia en torno a los costos producto ya sea de la experiencia en el negocio o por la instrucción académica fructifica en mejores resultados en cuanto a rentabilidad se refiere.

La empresa en la región requiere un apoyo importante por lo que las autoridades educativas, investigadores, y gobierno en conjunto deben de empezar a generar mecanismos de vinculación efectivos que permitan crear sinergias para que detone el crecimiento y consolidación de estas empresas en el largo plazo.

En cuanto a los académicos se requiere el diseño y desarrollo de programas de consultoría al nivel de las empresas pequeñas y micro que permitan al empresario crecer.

Las autoridades deberán apoyar en torno a aspectos de financiamiento barato, a apoyo técnico para que las empresas puedan crecer.

El apoyo anteriormente sugerido permitirá junto con la preparación académica que posee el empresario local detonar la fuerza impulsora que hará que sus negocios crezcan y sean competitivos.

Se recomienda también hacer extenso el presente estudio a todas las ciudades importantes del estado de Coahuila para poder tener una visión clara a nivel estatal de cuál es la situación y perfil de las pymes. Como se ha visto y mencionado, las pymes y micro con las empresas que sostienen la economía, la generación de empleo y la mayor parte de la carga fiscal de un país. De tal forma que el apoyo es imprescindible.

Es recomendable también extender el estudio por tamaño de empresa y entender sus características propias.

Finalmente destacar que el presente estudio ha cumplido con el objetivo fundamental que era el de identificar cuáles son las principales características con que cuenta el sector empresarial de la región, así como, la obtención de información de carácter estratégico para el área de los negocios en la ciudad, mediante el conocimiento del perfil empresarial de la región.

Los empresarios al conocer la información generada de esta investigación, ya pueden empezar a darse una idea de cómo planear de una manera más certera en temas relacionados con la propia situación del mercado y su competencia y así elaborar estrategias que les permita la permanencia.

También los académicos y estudiantes podrán darse una idea precisa de cuál es la situación de los negocios de la región y promover mejoras mediante propuestas de tesis y propuestas de nuevos negocios.

A su vez, se da solución al problema que plantea la investigación en torno a saber exactamente cuál es la situación que guarda el estado actual de las empresas en la región.

Bibliografía.

- 1.- Cuerda Martínez, Luis., Periódico Milenio de Torreón, Coahuila., Torreón, Coahuila., 8 de febrero de 2012
- 2.- Hernández., Virginia Periódico El Siglo de Torreón., Torreón Coahuila 8 de febrero de 2012
- 3.- Lemes Batista, Ariel y Teresa machado Hernández., Ponencia “las Pymes y su Espacio en la Economía Latinoamericana”. Segundo Encuentro Internacional Sobre Las Medianas, Pequeñas y Micro-empresas del Siglo XXI Enero 2007. [Las Medianas, Pequeñas y Micro-Empresas del Siglo XXI](#)
- 4.- Navarrete zorrilla, Dolores Margarita., Competitividad y Productividad en las Pymes, Perfil Financiero y Administrativo de las Pequeñas Empresas del Estado de Hidalgo., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México, 2007
- 5.- Nieto Sánchez., M.J. “Las pyme familiares en España: ¿Qué nos dicen los datos?” Universidad Carlos III Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa., Vol. 9, No. 2, pp. 115-128., de Madrid., 2003,

- 6.- Saavedra García, María Luisa, Perfil Financiero y Administrativo de las Pequeñas Empresas del Estado de Hidalgo., Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México, 2007

- 7.-Tanner Okun, Chairman Deanna, et.al. “Perfiles y características de pequeñas y medianas empresas en Estados Unidos” United States International Trade Commission noviembre 2010 Washington D.C. E.U.
- 8.- Wymenga, Paul, Viera Spanikova, James Derbyshire, A. Barker., Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU small and medium sized enterprises, Rotterdam, Cambridge. 2011.