

885902



UNIVERSIDAD DE  
SOTAVENTO, A. C.



---

---

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

“CREACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS PARA EL  
DESARROLLO ECONÓMICO DEL ESTADO DE VERACRUZ”

**TESIS PROFESIONAL**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA:

**OLGA LIDIA CANTORAL GONZÁLEZ**

ASESOR DE TESIS:

**C. P. FLOR DE MARÍA ÁLVAREZ ANDRADE**

COATZACOALCOS, VER. AGOSTO 2005

0350623



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

## DEDICATORIAS

### **A mis padres:**

A quienes sin escatimar esfuerzo alguno, han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme, a quienes nunca podré pagar todos sus desvelos ni aún con las riquezas más grandes del mundo, a quienes me han enseñado que con amor podemos mover el mundo y luchar por lo que deseamos.

### **A mis hermanas:**

A esas maravillosas personas que Dios me dió como hermanas y que con su apoyo, consejos y compañía he podido lograr mis objetivos y especialmente gracias a Lesi por ese tiempo que invirtió en mí para ayudarme sin excusa alguna.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A mis padres:**

Por ese apoyo incondicional en mi formación personal y profesional y que con su amor, me han demostrado lo importante que es estar juntos porque sin ellos no hubiera sido posible llegar hasta aquí....Gracias

### **A mis hermanas:**

Por estar a mi lado y compartir momentos de angustia y felicidad en toda mi carrera profesional y por amarnos todos los días de nuestras vidas....Gracias

### **C. P. Flor de María Álvarez Andrade:**

Gracias por el tiempo y esfuerzo invertido en mí para guiarme y darme los conocimientos para la realización de ésta tesis.

### **A los catedráticos:**

Gracias a ellos que me formaron y me dieron los conocimientos necesarios para lograr mis objetivos profesionales y con paciencia me ayudaron a comprender la importancia de una educación profesional.

## RESUMEN

Actualmente el país se encuentra dentro de un esfuerzo cotidiano por establecer las bases de una estructura económica, cuyo proceso sea dinámico y creciente. La creación de empresas ha entrado en una nueva fase de su evolución. La complejidad, cada día en aumento, de las actividades y las operaciones, así como el ininterrumpido crecimiento de las empresas, de la competencia, etc., obligan a los hombres de negocios a entender dónde se encuentran situados actualmente y dónde estarán en un futuro cercano.

Empezar y administrar una empresa, por muy pequeña que ésta sea, requiere motivación, deseo y talento, así como investigación y planeación de cómo se inicia un negocio de ésta naturaleza.

El éxito de un pequeño negocio inicia con pasos decisivos y correctos, ya que si empieza con deficiencias, lo más seguro es que no salga adelante. Para esto, es preciso que adquiera habilidad, disciplina, trabajo arduo para que la empresa sea exitosa. Las pequeñas y medianas empresas en los últimos años han tenido un auge importante en los diferentes ámbitos del desarrollo económico.

Dichas empresas revisten una gran importancia en el desarrollo de los países y pueden ser la diferencia entre un país financieramente sano y otro que no lo sea tanto.

Esta investigación tiene como objetivo impulsar a la sociedad en general pero sobre todo a los egresados de las Universidades a generar y desarrollar el espíritu emprendedor y así contribuir al desarrollo económico y social del país generando nuevos empleos con experiencia administrativa.

Para obtener los resultados necesarios y así poder proporcionar ésta información se realizaron encuestas a los egresados de las Universidades de ésta ciudad y al sector comercial de pequeños negocios, los cuales contribuyeron de manera satisfactoria a la recopilación de ésta información.

Posteriormente se tabuló la información obtenida para proporcionarla de manera clara y sencilla a todos los lectores de ésta tesis.

Con todo lo anterior se cumplieron los objetivos planteados al inicio de ésta investigación que fueron desarrollar el espíritu emprendedor para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas contribuyendo al desarrollo económico de la región.

## INDICE GENERAL

|                   |     |
|-------------------|-----|
| Portada           | I   |
| Dedicatorias      | III |
| Agradecimientos   | IV  |
| Resumen           | V   |
| Lista de gráficas | XI  |

### CAPÍTULO I GENERALIDADES

|  |   |
|--|---|
| 1.1. Título de la investigación        | 2 |
| 1.2. Planteamiento del problema        | 2 |
| 1.3. Objetivos generales y específicos | 2 |
| 1.4. Justificación                     | 3 |
| 1.5. Hipótesis                         | 4 |

### CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

|   |    |
|---|----|
| 2.1. La importancia de la pequeña y mediana empresa                   | 6  |
| 2.1.1. Concepto de pequeña y mediana empresa                          | 6  |
| 2.1.2. La pequeña y mediana empresa                                   | 7  |
| 2.1.2.1. Importancia económica  | 9  |
| 2.1.2.2. Importancia social   | 11 |
| 2.1.3. Características de la pequeña y mediana empresa                | 12 |
| 2.1.4. Perspectiva de las pequeñas y medianas empresas                | 14 |
| 2.1.5. La función de la pequeña y mediana empresa<br>en el desarrollo | 16 |
| 2.1.6. Clasificación de las empresas                                  | 20 |
| 2.1.6.1. De servicios   | 20 |
| 2.1.6.2. Comerciales  | 21 |
| 2.1.6.3. Industriales   | 21 |
| 2.1.7. Componentes básicos de una empresa                             | 22 |
| 2.1.7.1. Personal   | 23 |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 2.1.7.2. | Materiales                                       | 24 |
| 2.1.7.3. | Sistemas   | 25 |
| 2.1.7.4. | Equipo   | 27 |
| 2.1.8.   | Razones para crear pequeñas y medianas empresas  | 27 |
| 2.1.8.1. | Necesidades económicas                           | 27 |
| 2.1.8.2. | Necesidades humanas                              | 29 |
| 2.1.8.3. | Generadora de fuentes de trabajo                 | 30 |
| 2.2.     | El empresario                                    | 31 |
| 2.2.1.   | ¿Qué es un emprendedor?                          | 31 |
| 2.2.1.1. | Importancia de ser emprendedor                   | 32 |
| 2.2.1.2. | Características del emprendedor                  | 34 |
| 2.2.1.3. | Ventajas de ser un emprendedor                   | 37 |
| 2.2.1.4. | Desventajas de ser un emprendedor                | 38 |
| 2.2.2.   | ¿Quiénes son los empresarios?                    | 39 |
| 2.2.2.1. | Importancia de ser empresario                    | 40 |
| 2.2.2.2. | Características del empresario                   | 41 |
| 2.2.2.3. | Ventajas de ser empresario                       | 44 |
| 2.2.2.4. | Desventajas de ser empresario                    | 45 |
| 2.2.3.   | Características personales para un buen éxito    | 45 |
| 2.2.4.   | Oportunidades empresariales                      | 48 |
| 2.2.5.   | Recompensas de ser empresario                    | 51 |
| 2.2.5.1. | La recompensa de las ganancias                   | 51 |
| 2.2.5.2. | La recompensa de la independencia                | 51 |
| 2.2.5.3. | La recompensa de una forma de vida satisfactoria | 52 |
| 2.2.6.   | ¿Cómo arrancar para ser empresario?              | 53 |
| 2.2.6.1. | Cuatro rutas para convertirse en empresario      | 53 |
| 2.2.6.2. | La edad y la oportunidad empresarial             | 54 |
| 2.3.     | El proceso de creación de una empresa            | 55 |
| 2.3.1.   | La creación de un nuevo negocio                  | 59 |
| 2.3.1.1. | Ideas para el inicio                             | 60 |
| 2.3.1.2. | Fuentes de ideas para el inicio                  | 61 |

|   |    |
|---|----|
| 2.3.1.3. Identificación y evaluación de oportunidades de inversión    | 62 |
| 2.3.1.4. Refinamiento de una idea para el inicio                      | 64 |
| 2.3.2. Ventajas de iniciar una empresa                                | 65 |
| 2.3.3. Desventajas de iniciar una empresa                             | 66 |
| 2.3.4. El desarrollo de la empresa                                    | 66 |
| 2.3.4.1. Etapa preliminar   | 67 |
| 2.3.4.2. Iniciación de la empresa                                     | 69 |
| 2.3.4.3. Etapa de crecimiento   | 72 |
| 2.3.4.4. Etapa de expansión-consolidación                             | 73 |
| 2.3.4.5. Declinación  | 75 |
| 2.3.5. Programas de financiamiento a las pequeñas y medianas empresas | 77 |
| 2.3.6. Crecimiento de la pequeña y mediana empresa                    | 78 |
| 2.4. Sumario  | 81 |

### **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

|   |    |
|---|----|
| 3.1. Fenómenos particulares (variables) | 83 |
| 3.2. Sujetos                            | 84 |
| 3.3. Material                           | 85 |
| 3.4. Procedimiento                      | 86 |

### **CAPÍTULO IV. RESULTADOS**

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 4.1. Análisis de datos | 88  |
| 4.2. Hallazgos         | 100 |

### **CAPÍTULO V. DISCUSION**

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 5.1. Interpretación  | 102 |
| 5.2. Conclusiones    | 104 |
| 5.3. Recomendaciones | 106 |
| 5.4. Propuesta       |     |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> | 111 |
| <b>ANEXOS</b>                     | 115 |

## LISTA DE GRÁFICAS

**GRÁFICA No 1** ¿Te gustaría tener un negocio propio?

**GRÁFICA No 2** ¿Qué tipo de empresa te gustaría desarrollar?

**GRÁFICA No 3** ¿En qué sector te gustaría desarrollar una empresa?

**GRÁFICA No 4** ¿Qué te limita a emprender un negocio?

**GRÁFICA No 5** ¿Qué te motivaría a crear tu propio negocio?

**GRÁFICA No 6** En caso de crear una empresa, ¿cuál sería tu objetivo principal?

**GRÁFICA No 7** ¿Te gustaría asociarte con otra persona para desarrollar una empresa?

**GRÁFICA No 8** ¿Conoces los requisitos mínimos (fiscales, legales, contables) para crear una empresa?

**GRÁFICA No 9** ¿Qué fuentes de financiamiento conoces para el desarrollo de una empresa?

**GRÁFICA No 10** ¿Tienes conocimiento de que algunas pequeñas y medianas empresas de la región exportan sus productos?

**GRÁFICA No 11** ¿Sabías que las pequeñas y medianas empresas generan la mayor ocupación de mano de obra en el país?

**GRÁFICA No 12** ¿Crees que las pequeñas y medianas empresas son la base del desarrollo económico de la región?

# **CAPÍTULO I**

## **GENERALIDADES**

## 1.1. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Creación de pequeñas y medianas empresas para el desarrollo económico del Estado de Veracruz.

## 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Representan las pequeñas y medianas empresas una oferta viable para el desarrollo económico del Estado de Veracruz?

## 1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

### Objetivo general:

Impulsar a la sociedad en general a la formación de nuevos empresarios y así contribuir al desarrollo económico del Estado de Veracruz generando nuevos y mejores empleos de calidad y experiencia administrativa.

### Objetivos específicos:

- ↳ Generar fuentes de trabajo.
- ↳ Contribuir en el desarrollo económico del Estado de Veracruz.
- ↳ Impulsar a la sociedad en general a la formación de nuevos empresarios.
- ↳ Desarrollar una cultura emprendedora en los egresados de las Universidades del estado de Veracruz.
- ↳ Contribuir al desarrollo e implementación de la creatividad de los emprendedores.

## 1.4. JUSTIFICACIÓN

La empresa pequeña y mediana ha ofrecido una alternativa para el proceso empresarial, también éstas ofrecen una oportunidad para una continua expansión del sistema económico del país. Para la mayoría de la gente, tener un empleo es el requisito mínimo para la autoestima y el bienestar económico.

Ante los elevados índices de desempleo que existen actualmente, la pequeña y mediana empresa cumple la función de generar fuentes de trabajo en muy diversas formas, además de las ya conocidas; así tenemos que multitud de personas que no son empleables, encuentran oportunidad de trabajar en pequeñas y medianas empresas, ya sea como empleados o estableciendo un pequeño negocio por cuenta propia.

El empresario, además de su gran contribución al desarrollo económico, también contribuye indirectamente a la modernización de las estructuras y a la implantación de los nuevos valores culturales, mostrándose así como un poderoso agente de cambio social.

La pequeña y mediana empresa contribuye a elevar el nivel de ingresos de la población, al crear un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad empresarial en pequeña escala.

El empresario es parte importante del sistema económico del país. Sin duda, gran parte del éxito económico se ha logrado gracias a los esfuerzos y a las innovaciones introducidas por los empresarios al sector privado.

## **1.5. HIPÓTESIS**

Si los egresados de la Licenciatura en Administración, generaran y desarrollaran ideas con calidad administrativa hacia pequeñas y medianas empresas, entonces, habría mayor fuente de trabajo contribuyendo a elevar el desarrollo económico y social del Estado de Veracruz.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO TEÓRICO**

## 2.1. LA IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

### 2.1.1. Concepto de Pequeña y Mediana Empresa

Las pequeñas y medianas empresas son la fuerza impulsora de gran número de innovaciones y contribuyen al crecimiento de la economía del Estado de Veracruz y de todo el país, mediante la creación de empleo, las inversiones y las exportaciones. Sin embargo, definamos primero la pequeña y mediana empresa y el papel que le corresponde en nuestro sistema económico.

No existe una definición de pequeña y mediana empresa que goce de aceptación común, porque se emplean diferentes criterios para definir a qué se aplica el adjetivo pequeño, que puede referirse, por ejemplo, al número de empleados, a las ventas anuales o al valor total de los activos. Para los fines que se pretende, llamaremos a la pequeña y mediana empresa:

“Cualquier empresa cuya propiedad y operación sean independientes, que persiga fines de lucro”.<sup>1</sup>

Las pequeñas y medianas empresas pueden ser pequeñas en sus dimensiones, pero tienen un impacto muy considerable en la economía, las empresas y los empresarios se caracterizan por su ingenio; su creatividad y por su inmensa capacidad para solucionar problemas.

---

<sup>1</sup> ROBBINS P. Stephen, COULTER Mary. Administración. 6ª Ed. México. 2000.- Edit.- Prentice Hall.- p.- 24

La pequeña y mediana empresa ha proporcionado una de las mejores alternativas para la independencia económica, éste tipo de empresas han sido una gran oportunidad, mediante la cual los grupos en desventaja económica han podido iniciarse y consolidarse por méritos propios. Las pequeñas y medianas empresas ofrecen la opción básica para continuar con una expansión económica del Estado de Veracruz y del país.

Las pequeñas y medianas empresas representan un ámbito al que es necesario prestar ayuda y estimular, con el propósito de reducir los fracasos innecesarios, así como las consiguientes pérdidas financieras, las esperanzas truncadas y, a veces, perturbaciones graves en la personalidad de los inversionistas.

En la empresa se materializan la capacidad intelectual, la responsabilidad y la organización, condiciones o factores indispensables para la producción, además promueve tanto el crecimiento como el desarrollo porque la inversión es oferta y demanda, por ejemplo: constituir un negocio provoca la compra de un terreno, muebles, equipo, materia prima, etc., pero también es oferta porque genera producción y ésta a su vez promueve el empleo.

### **2.1.2. La Pequeña y Mediana Empresa**

En los albores de la humanidad, la vida era mucho más sencilla que en la actualidad; cada familia vivía en su propio mundo y tenía que obtener sus alimentos, hacer su ropa y calzado, elaborar sus instrumentos de trabajo y construir su casa, en una palabra, ser autosuficiente en la satisfacción de sus necesidades.

Ante ésta difícil situación, cada individuo se fue dedicando a una actividad diferente según sus habilidades y así había quienes se dedicaban a la cacería, otros a la pesca, algunos a recolectar frutos o al cultivo de la tierra, había quienes fabricaban diversos objetos, etc., ofreciendo de esta forma lo que les sobraba para adquirir aquellas carencias de otros satisfactores.

Es aquí donde se inicia la división del trabajo, el comercio, el dinero y poco después la aparición de las primeras empresas en su forma más rudimentaria.

La administración de las empresas modernas pequeñas y medianas está dividida entre los diversos agentes a los que van a darse atribuciones y funciones especializadas, que deben emitirse en un conjunto coherente. Integra empresarios y promotores; administradores, técnicos y especialistas, que ocupan las posiciones clave en la organización y cuya acción se hace sentir en todas las áreas de la empresa.

En cada momento los administradores, los economistas y en general todas las personas que buscan obtener mejores resultados en la operación de las empresas, se preocupan por idear nuevas técnicas administrativas que conduzcan a la obtención de mayores rendimientos, eficacia, calidad, y por supuesto, mayores unidades, por lo general estas técnicas se dirigen hacia empresas medianas y grandes, lo cual origina que no se preste la debida atención a las pequeñas empresas.

Todo esto ocurre porque no se considera el hecho de que toda empresa alguna vez fue pequeña y también por subestimar o desconocer la ayuda que la pequeña empresa proporciona a la sociedad.

Desgraciadamente, cada instante inician cientos de pequeños negocios que luchan en la difícil prueba de su iniciación y subsistencia; muchos de ellos sucumben debido a la multitud de problemas con que se encuentran, así como a la falta de capacitación técnica y administrativa para resolverlos. La pequeña y mediana empresa tiene una importante función que desempeñar; existen de manera predominante y en ocasiones casi absoluta, por lo cual es necesario ir eliminando las causas principales que frenan su desarrollo.

Es importante conocer la importancia tanto económica como social que tienen las pequeñas y medianas empresas para así impulsar el desarrollo y crecimiento de las mismas.

#### *2.1.2.1. Importancia Económica*

La pequeña empresa, que surge años antes de que se originara el capitalismo industrial, tenía como fuente creadora las necesidades primarias del hombre como el tallado de la piedra, el trabajo de los metales, la manufactura de las prendas de vestir y ornamentales, etc. En ese sentido se formó no sólo como fuente de abastecimiento de bienes para el consumo, también fue activador del desarrollo de las fuerzas productivas, siendo básicamente la industria de modestos recursos de donde se apoyó la Revolución Industrial y con ello, la tecnología que hoy desarrollan y fomentan las grandes empresas.

Después de la Revolución Mexicana, hicieron su aparición más industrias grandes, medianas y pequeñas, pero lo básico en esa estructura industrial que crece y se desarrolla de manera permanente es la pequeña y mediana empresa.

Históricamente, la empresa pequeña y mediana ha ofrecido una alternativa para el proceso de la industrialización. También reconocido que la pequeña y mediana empresa ofrece una oportunidad para una continuada expansión del sistema económico del Estado de Veracruz y de todo el país. La importancia de la pequeña y mediana empresa no sólo puede medirse por el número de establecimientos, también por el capital invertido que representan, el valor de su producción, el valor agregado, las materias primas que consumen, la formación de capital fijo, los empleos que generan y la capacidad de compra que dan a la población trabajadora mediante los sueldos y salarios.

La pequeña y mediana empresa constituye, en la actualidad, el centro del sistema económico del Estado de Veracruz y el país. El enorme crecimiento de la influencia actual de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y enormes recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y de los servicios, así como el alto nivel de perfección logrado ya por muchas normas de dirección.

La administración de las empresas ha entrado en una nueva fase de su evolución. La complejidad, cada día en aumento, de las actividades, de las operaciones, así como el ininterrumpido crecimiento de las empresas, la competencia, etc., obliga a los hombres de negocios a entender dónde están situados hoy y dónde estarán en un futuro cercano.

La pequeña y mediana empresa tiene un papel esencial en el entorno económico presente y futuro. Por ello es necesario evitar que fracasen este tipo de organizaciones, esto puede ser mediante una adecuada administración, la cual es imprescindible para una eficiente operación.

Desde el punto de vista individual, un pequeño negocio puede parecer insignificante, pero en su tamaño de conjunto es realmente grande, no sólo en cifras sino por su contribución a la economía.

El establecimiento y la operatividad de las cadenas productivas en estas entidades a escala macroeconómica, ha permitido satisfacer la demanda interna, y penetrar en mercados extranjeros con óptimos resultados, contribuyendo sustancialmente en el incremento de su producto interno bruto, repercutiendo en una mejora del ingreso per cápita de sus habitantes y en el mantenimiento y creación de nuevas fuentes de trabajo para los jóvenes que se integran al mercado laboral, dando esto mejores expectativas de vida y coadyuvando con ello en la solución de diversos problemas sociales. El Instituto Nacional de Estadísticas, Geográfica e Informática (INEGI), organismo del Gobierno Federal dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público reporta: la micro, pequeña y mediana empresa representa el 99.7% del total de las empresas en México.<sup>2</sup>

#### *2.1.2.2. Importancia Social*

La importancia de la pequeña y mediana empresa en cualquier estado o país, no importa su grado de especialización, no sólo es de carácter económico sino también de orden social. La pequeña y mediana empresa incorpora fuerza de trabajo al sector manufacturero, esta fuerza procede del terreno mexicano, contribuyendo por una parte, a incrementar a un rango social distinto al sector de los desocupados o semidesocupados, debido a la capacidad de compra que les proporciona la industria, mediante sus salarios y por los bienes que adquieren con él.

---

<sup>2</sup> **Administrare Hoy**. Año XI. Septiembre, 2004. México, D. F. p.- 18

Por el otro, contribuyen a crear y capacitar la mano de obra que por la estructura educacional, características de los países en vías de desarrollo, no habría encontrado los elementos para la capacitación.

Asimismo, en una nación en proceso de cambio que busca una estructura empresarial más compleja, pero que todavía no logra desarrollar la capacidad administrativa a niveles idénticos a los de países desarrollados, la pequeña y mediana empresa se conforma en la escuela empírica (práctica).

En ella se realiza la formación directiva que requiere forzosamente el Estado o país para mejorar su sistema administrativo-productivo para obtener una sólida y pujante industria. Actualmente se considera que un especialista estará mejor preparado cuando completa su educación superior y presta un servicio social, precisamente en el sector industrial, comercial o el gobierno, el agro, etc.

La pequeña y mediana empresa contribuye a elevar el nivel de ingresos de la población al crear un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad industrial en pequeña escala. De esta manera, estas empresas son un mecanismo de captación de pequeños ahorros para hacerlos productivos, mismos que de otra forma permanecerían inactivos.

### **2.1.3. Características de la Pequeña y Mediana Empresa**

Existe una serie de características comunes a este tipo de empresas. A continuación se citan las más generalizadas y son:

1. *Poca o ninguna especialización en la administración:* en esencia, la dirección en la pequeña y en ocasiones en la mediana empresa se encuentra a cargo de una sola persona, la cual cuenta con muy pocos auxiliares y en la mayor parte de los casos, no está capacitada para llevar a cabo esta función. Es aquí cuando este tipo de empresas corren mayor riesgo.
2. *Falta de acceso de capital:* es un problema que se presenta con mucha frecuencia en la pequeña empresa, debido a dos causas principales: la ignorancia del pequeño empresario de que existen fuentes de financiamiento y la forma en que éstas operan; la segunda es la falta de conocimiento acerca de la mejor manera de exponer la situación de su negocio y sus necesidades ante las posibles fuentes financieras.
3. *Contacto personal estrecho del director con quienes intervienen en la empresa:* la facilidad con que el director está en contacto directo con sus subordinados, constituye un aspecto muy positivo por que facilita la comunicación.
4. *Posición poco dominante en el mercado de consumo:* dada su magnitud, la pequeña y mediana empresa considerada de manera individual se limita a trabajar un mercado muy reducido, por tanto sus operaciones no repercuten en forma importante en el mercado.
5. *Íntima relación de la comunidad local:* debido a sus escasos recursos en todos los aspectos, sobre todo la pequeña empresa, se liga a la comunidad local, de la cual tiene que obtener bienes, personal administrativo, mano de obra calificada y no calificada, materias primas, equipo, etc.

### 2.1.4. Perspectiva de las Pequeñas y Medianas Empresas

Es casi imposible predecir con exactitud los detalles de la tendencia futura de estas empresas. Sin embargo, existen indicios al respecto como nos dicen los autores M. Robinson y C. Hall.

- a) *Nuevos productos y servicios.* La competencia entre las empresas y el incremento del mercado de consumo son un grande estímulo para introducir nuevos productos y servicios.
  
- b) *Avance tecnológico.* El aumento del nivel de vida se debe en gran medida a la mejoría en los procedimientos de trabajo. Los avances tecnológicos mejoran constantemente la capacidad para utilizar maquinaria así como elaborar nuevos y mejores productos, a un ritmo cada vez más acelerado.

Otros aspectos que deben ser tomados en cuenta para visualizar en el futuro a la pequeña y mediana empresa y poder llevar a cabo los elementos necesarios para que ésta pueda subsistir son los siguientes:

**Aumento en la especialización.** Paralelo al avance tecnológico, ha aparecido la división del trabajo en casi todas las actividades productivas.

La producción industrial depende en la actualidad de la realización por muchas personas especializadas e incluso de operaciones separadas, en ese sentido se han especializado las empresas. Muchas de ellas fabrican productos que son útiles sólo cuando se combinan con otros productos. Por ejemplo, transistores, resistencia, relojes, etc.

**Tendencia hacia la fusión.** La mayor parte de las empresas se califican como medianas y pequeñas. La mayoría de éstas comienzan a una escala relativamente modesta y experimentan sólo un crecimiento moderado, sin embargo, en nuestro medio se ha visto, aunque en forma moderada, la fusión.

**El cambio a empleos burocráticos.** El hombre ha buscado métodos para disminuir el volumen de trabajo que debe realizar para enfrentar a las necesidades de su existencia. Las maquinas, los equipos automáticos y la abundante energía mecánica han tomado a su cargo gran parte del trabajo que el hombre acostumbraba realizar por sí mismo.

El hombre no sólo trabaja menos horas para satisfacer sus necesidades, sino que el número de trabajadores dedicados a trabajos directamente productivos ha disminuido. Por otro lado, el número de empleados dedicados a los servicios ha aumentado, se ha generado y seguirá generándose un incremento proporcional del personal de tipo burocrático, es decir, personal de oficinas.

**Ascendiente interdependencia.** Al mismo nivel que el hombre se ha especializado más en sus habilidades y esfuerzos productivos, se ha vuelto más dependiente de los demás para obtener los bienes y servicios que requiere, por ejemplo: vestido, alimento, servicio médico, etc.

De manera semejante, una empresa puede depender de otra para procurarse ciertos insumos del producto que fabrica. En la actualidad existen pocas empresas que sean autosuficientes.

### **2.1.5. La Función de la Pequeña y Mediana Empresa en el Desarrollo**

Existen tres aspectos donde la pequeña y mediana empresa cumple una función definida dentro del desarrollo general del país, específicamente en el proceso de industrialización.

- a) **Llenar huecos en la producción.** Existen un gran número de productos que tienen que elaborarse en pequeña escala, por ejemplo, cuando el consumo nacional total es reducido. En este caso, tiene que producirse poco y tal vez requiera una fábrica con maquinaria, procesos y organización específicamente adaptados al producto por fabricar, por ejemplo, cuando las demandas totales son pequeñas o son en pequeña escala, cuando varias empresas grandes del mismo ramo requieren de una misma parte o material en poca cantidad, pero les resulta incosteable fabricarla ellas mismas. En estos casos la pequeña empresa se integra a la perfección con las grandes empresas, pues en lugar de competir, las complementa.
  
- a) **Crear y fortalecer una clase empresarial.** La pequeña empresa constituye una escala práctica, para formar empresarios, administradores y técnicos. La pequeña escala de operaciones les permite adquirir las disciplinas necesarias sin grandes quebrantos económicos. Porque además de su reducido tamaño, la pequeña empresa tiene todas las funciones a la vista, por tanto, el sentido común y la práctica bastan para resolver los problemas que sobre la marcha se presentan.

- b) Proporcionar mayor número de empleos.** La generación de empleos para una población creciente es uno de los más grandes problemas del Estado. El incremento de la productividad en el campo y el cambio de estructuras en las actividades, que son las características esenciales del proceso de desarrollo, establecen una fuerte presión demográfica sobre las áreas urbanas.

Hay ramas de la industria donde los procesos obligan a la automatización y a la gran escala productiva, en este tipo de empresas la capitalización por trabajador es muy elevada y por lo mismo, el índice de ocupación es relativamente bajo. En la pequeña y mediana empresa con facilidad se reemplaza el factor capital por mano de obra con resultados positivos en economía y calidad.

Es decir, en las pequeñas y medianas empresas se puede utilizar más fuerza de trabajo por unidad de capital invertido, esto contribuye de manera efectiva a la solución del problema de excedentes de trabajadores del campo, ya sea para que las ciudades puedan observarlos en forma productiva. La pequeña empresa se caracteriza además por las funciones de planeación financiera, producción, administrativa de personal y comercialización, que puede estar a cargo de una sola persona con poca especialización. La empresa mediana, a diferencia de la pequeña, tiene mayor acceso a fuentes de financiamiento, es capaz de obtener asistencia técnica, posee una mayor organización y sus funciones están a cargo de especialistas. No obstante que la pequeña y mediana empresa posee una posición importante para generar empleos en el país, se enfrentan a una serie de problemas que obstaculizan su desarrollo. Esto determina condiciones de desventaja en su competencia con las grandes empresas y sobre todo con las empresas transnacionales.

Entre las principales causas de esta situación se encuentran las siguientes:

- a) Falta de estudios de preinversión que comprendan un análisis de las principales variables como: mercado, tecnología, costos, localización y financiamiento.
- b) Asistencia crediticia no oportuna y poco ágil, ocasionada por desconocimiento, trámites complicados y limitaciones para el acceso en la obtención de créditos suficientes a tasas de interés razonables.
- c) Escasez de mano de obra calificada que eleva los costos y retarda de manera parcial la productividad, esto, sumado a una deficiente supervisión, repercute en la mala calidad de los productos.
- d) Concentración industrial, que limita el aprovechamiento de las ventajas ofrecidas por la zona industrial del país, en relación con las exenciones fiscales e incentivos que otorgan los gobiernos de los estados en las zonas económicas conocidas.
- e) Escasez de bienes de capital, ya que el país no cuenta con recursos ni tecnología suficiente para generar bienes de capital. Esto obliga a importaciones, fuga de divisas, dependencia tecnológica, límites de producción y estructura industrial desequilibrada.
- f) Escasez de recursos económicos, que provoca limitación en la expansión del mercado. Esto lo aprovechan las empresas con suficientes recursos que absorben o detienen el desarrollo y la actividad de este importante sector.
- g) *Factores institucionales.* La pequeña y mediana empresa representan una mínima parte dentro de las decisiones, respecto de políticas y mecanismos de acción adoptados por las asociaciones industriales. Esta situación provoca que sus problemas se planteen y se resuelvan de manera independiente, encontrando una posición desventajosa ante la fuerza de las grandes empresas.

- h) *Dependencia productiva.* Es una característica particular de las industrias cercanas a las franjas fronterizas. La localización de empresas denominadas maquiladoras se presenta como resultado del dominio económico y comercial de empresas que requieren la mano de obra nacional, aprovechando las circunstancias de una necesaria generación de empleos. esto provoca que estas empresas, medianas en su mayoría, prefieran este sistema de trabajo en vez de realizar expansiones y penetración al mercado con productos propios.
- i) *Inflación.* La incidencia del proceso inflacionario en el aumento de los precios y los costos de producción ha provocado que las limitaciones de una pequeña producción dificulten la absorción de los incrementos señalados.
- j) *Administración.* Uno de los problemas de mayor importancia al que deben enfrentarse y resolver tanto la pequeña como mediana empresa es su incapacidad en la administración. En sí, este tipo de empresas cuentan con un administrador, que no es especialista, sino un generalista. Esta deficiencia no les permite implantar una adecuada función administrativa y de gestión en sus operaciones. Sin una capacitación adecuada para administrar las empresas, nada puede garantizar el éxito de ellas.

La pequeña y mediana empresa tiene una función importante que desempeñar, existen de manera predominante y en ocasiones casi absoluta en los países subdesarrollados, además coexisten con las grandes empresas incluidos los países más avanzados, por lo que es necesario eliminar las causas principales que frenan su desarrollo.

### 2.1.6. Clasificación de las Empresas

De manera tradicional las empresas se clasifican en tres grandes ramas: de servicios, comerciales e industriales:

#### 2.1.6.1. De servicios

Son aquellas que con el esfuerzo del hombre producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región, sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea.

Dentro de este tipo de empresas se encuentran:

1. *Sin concesión.* Son las que no requieren, más que en algunos casos, licencia de funcionamiento por parte de las autoridades para operar, por ejemplo: escuelas e institutos, empresas de espectáculos, centros deportivos, hoteles, restaurantes, etc.
2. *Concesionadas por el Estado.* Son aquellas cuya índole es de carácter financiero, por ejemplo: las instituciones bancarias de todo tipo, compañías de seguros, compañías afianzadoras, compañías fiduciarias, bolsa de valores, etc.
3. *Concesionadas no financieras.* Son aquellas autorizadas por el Estado, pero sus servicios no son de carácter financiero, por ejemplo: empresas de transporte terrestre y aéreo, empresas para el suministro de gas y gasolina, empresas para el suministro de gas y gasolina, empresas para el suministro de agua, etc.

### 2.1.6.2. Comerciales

Son las empresas que se dedican a adquirir algunos bienes o productos con el objeto de venderlos después en el mismo estado físico en que los adquirieron, aumentando al precio de costo o adquisición un porcentaje denominado margen de utilidad. Este tipo de empresas son intermediarias entre el productor y el consumidor, por ejemplo: mayoristas, cadenas de tiendas, concesionarios, distribuidores, detallistas, etc.

### 2.1.6.3. Industriales

1. *Industrias extractivas.* Son aquellas que se dedican a la extracción y explotación de las riquezas naturales sin modificar su estado original. Este tipo de industrias se divide en:
  - a) De recursos renovables. Cuyas actividades se encaminan para hacer producir a la naturaleza, es decir, el hombre aprovecha las transformaciones biológicas de la vida animal y vegetal, así como la actuación de elementos naturales, dentro de este tipo de industrias encontramos las siguientes: explotación agrícola, explotación ganadera, explotación pesquera, etc.
  - b) De recursos no renovables. Aquellas cuya actividad fundamental trae consigo la extinción de recursos materiales, sin que sea posible renovarlas o reintegrarlas, pues su agotamiento es incontenible. Dentro de este tipo de industrias se encuentran: la minería, los fondos petroleros (que también explotan refinerías, etc.).

2. *Industrias de transformación.* Las que adquieren materia prima para someterla a un proceso de transformación o manufactura, que al final obtendrá un producto con características y naturaleza diferentes a las que tenía originalmente.

En este tipo de empresas interviene el trabajo humano con empleo de maquinaria, la que transforma la materia prima en cuanto a dimensiones, forma o sustancia, para convertirla en un satisfactor de necesidades sociales, por ejemplo: empresas textiles, químicas, farmacéuticas, etc.

El mecanismo contable en estas empresas se sintetiza en reunir los tres elementos del costo de producción, es decir:

- a) Materiales directos consumidos
- b) Obra de mano directa empleada
- c) Costos indirectos aplicados

### **2.1.7. Componentes Básicos de una Empresa**

Toda actividad empresarial constantemente presenta el problema de cómo realizar el trabajo lo mejor posible en un tiempo mínimo, con el mínimo esfuerzo y, desde luego, al menor costo. Ni las empresas, ni las condiciones económicas permanecen estáticas, por tanto las políticas, el sistema de organización y/o los sistemas y los procedimientos que probaron ser satisfactorios, pueden volverse obsoletos e ineficientes debido a los rápidos cambios y tendencias imprevistas.

En toda empresa existe una serie de componentes indispensables que atienden a su objetivo general. Es obvio, que a fin de hacer el mejor trabajo posible en el menor tiempo, con un mínimo de esfuerzo y al más bajo costo posible, cada componente debe utilizarse con máxima eficiencia. Más aún, es esencial que se hagan estudios o revisiones periódicas para determinar si la actividad está funcionando de la manera en que fue aprobada y si se pueden hacer mejoras que afecten los componentes requeridos para llevar a cabo su objetivo.

Los componentes básicos de una empresa que atienden a su objetivo son: personal, materiales, sistemas y equipo. A continuación se presenta una breve descripción de cada componente para aclarar los conceptos relativos a estos factores indispensables.

#### *2.1.7.1. Personal*

Se refiere a todos los grupos humanos que integran los demás componentes. Éste es el más importante, porque es el que utiliza los materiales y sigue paso a paso los procedimientos además de operar el equipo. Al personal lo podemos clasificar de la siguiente manera:

- a) *Los obreros.* A su vez se pueden dividir en calificados y no calificados, según requieran tener conocimiento o pericia especiales antes de ingresar a su puesto.
- b) *Los empleados.* Su trabajo requiere mayor esfuerzo intelectual y de servicio, éstos pueden dividirse en calificados y no calificados.

- c) *Los supervisores.* Su función es la de vigilar el cumplimiento exacto de los planes, las órdenes y las instrucciones señaladas. Su característica es el predominio e igualdad de funciones técnicas sobre las administrativas.
- d) *Los técnicos.* Son aquellas personas que con base en un conjunto de reglas o principios científicos aplican la creatividad, por ejemplo: nuevos diseños de productos, novedosos sistemas administrativos, nuevos métodos y controles, etc.
- e) *Altos ejecutivos.* Es todo aquel personal en quienes predomina la función administrativa sobre la técnica.
- f) *Directores o administradores.* Son aquellas personas cuyas funciones principales son las de fijar los objetivos, las políticas, los planes generales y revisar los resultados finales, podría decirse que son los orquestadores de cualquier organismo socioeconómico.

#### 2.1.7.2. *Materiales*

Se refiere a las cosas que son procesados y que se combinan para producir; el servicio, la información o el producto final, pueden clasificarse en:

- a) *Bienes materiales.* Son los bienes muebles e inmuebles que integran la empresa: sus edificios, sus instalaciones, sus terrenos, etc., que tienen por objeto multiplicar la capacidad productiva en el trabajo.

- b) *Las materias primas.* Los elementos corpóreos que serán transformados en productos, por ejemplo: madera, hierro, harina, etc. Existen también materias auxiliares, es decir, aquellas que aunque no forman parte del producto son necesarias para su producción, por ejemplo: combustibles, lubricantes, abrasivos, etc. Los productos terminados normalmente se tratan de vender cuanto antes, sin embargo es indiscutible que casi siempre hay imposibilidad y aun inconveniencia de no hacerlo, ya sea para tener un inventario a fin de satisfacer pedidos o para mantenerse siempre en el mercado, puesto que forman parte del capital y deben considerarse parte de la empresa.
- c) *Dinero.* La empresa necesita y cuenta con efectivo, es decir, lo que se tiene como disponible para pagos diarios y/o urgentes, además posee como representación del valor de todos los bienes mencionados, un capital constituido por valores, acciones, obligaciones, etc.

### 2.1.7.3. *Sistemas*

Comprende a todo el cuerpo orgánico de procedimientos, de métodos, etc., por medio de los cuales se logran los objetivos de la empresa. Éstos deben coordinarse con el elemento personal y éste con aquellos, por ejemplo:

- a) *Sistema de planificación.* Se enfoca a la actividad de proyectar la vida de la empresa a lo largo del tiempo, no sólo en una dirección, sino buscando nuevos caminos y adaptando su existencia a los nuevos sistemas de los cuales vive, por ejemplo: planificación de recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos, etc.

- b) *Sistema organizativo*. Consiste en la forma como debe estructurarse la empresa, es decir, su separación de funciones, el número de niveles jerárquicos, el grado de delegación, así como la descentralización.
  
- c) *Sistema de información*. Es aquel en el cual a través de sus componentes, toma los datos desde la actividad para conducirlos en sucesivas fases y grados de elaboración hasta el proceso de la decisión. Sus componentes son: información normativa, de planeación, de relación, operacional, de control y gestión, de investigación, etc.
  
- d) *Sistema de control*. El control es la esencia del funcionamiento de la empresa como un sistema. Lo más significativo de las decisiones adoptadas y de las modificadas consiste en actuar sobre comportamientos determinados, a fin de reducir alguna desviación percibida.
  
- e) *Sistemas operativos*. Son el conjunto de hombres y medios de todo tipo cuyas actividades se encadenan entre sí, de modo que persiguen la consecución de un objetivo común, entre los que se producen transferencias de información, bienes y servicios con arreglo a procedimientos definidos. Como ejemplo de éstos se puede citar el de producción, de compras, de comercialización, de administración de personal, de contabilidad y otras más.

#### 2.1.7.4. Equipo

Es el término común empleado para identificar a los instrumentos o a las herramientas que complementan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria. Por ejemplo: máquinas, muebles, aparatos o dispositivos de cualquier índole utilizados por el personal en los procedimientos que usa la unidad administrativa en sus actividades.

### 2.1.8. Razones para Crear Pequeñas y Medianas Empresas

Aun con el elevado cierre y las dificultades financieras reconocidas por las empresas pequeñas y medianas, por cada 200 pequeñas empresas que se crean, solo 40 llegan a los 2 años de vida.<sup>3</sup>

A pesar de de todo, existen oportunidades de invertir dinero y administrar pequeñas empresas que son atrayentes. Existen tres razones importantes para justificar esta afirmación:

#### 2.1.8.1. Necesidades Económicas

Como se mencionó anteriormente, desaparecen anualmente muchas empresas pequeñas, unas son compradas o se fusionan con otras. Un número importante progresa lo suficiente como para salirse de la categoría de microempresa. Asimismo se llevan a cabo liquidaciones voluntarias por diversas razones.

---

<sup>3</sup> JOAQUÍN Rodríguez Valencia. Administración de Pequeñas y Medianas Empresas. 5ª Ed. México, 2002.- Edit.- Thomson.- p.- 88

Muchas empresas cumplen un objetivo temporal. La edad, la muerte, las enfermedades organizacionales o sólo el desaliento incitan a los propietarios a echar la llave bajo la puerta.

La empresa minorista, los medios mayoristas y los fabricantes pueden descubrir que una economía que cambia constantemente, ha reducido o eliminado la justificación económica que tenían para seguir en el negocio, incluso cuando la economía en conjunto prospera.

Aun cuando se debilitan o desaparecen en algunas entidades estatales, las empresas pequeñas surgen en otras: cines, lavanderías, restaurantes, hoteles, instituciones educativas, despachos profesionales, tiendas de autoservicio y muchos tipos de industrias.

Para cada programa nuevo de desarrollo industrial o científico (computadoras, farmacéutico, electrónico) se materializan pequeñas empresas para cubrir las necesidades que les surgen. A medida que se abren brechas y se revelan necesidades sin satisfacer, las empresas pequeñas hacen su aparición. En ocasiones el volumen de producción que se sugiere es demasiado reducido para interesar a las empresas grandes. Con frecuencia la vigilancia, la flexibilidad o la iniciativa de la pequeña empresa le permiten moverse con mayor rapidez que las grandes.

Los directivos pueden imaginarse alguna innovación brillante que a nadie se la había ocurrido. No es raro que una pequeña empresa altamente especializada sea capaz de satisfacer especificaciones que otras compañías no pueden. Las pequeñas empresas suelen ser no sólo grandes competidoras respecto a precios, atención y servicios, sino que además pueden presentar determinadas ventajas que hacen de ellas grandes competidoras.

A medida que crece la economía y las grandes empresas, existe una razón lógica por la cual el segmento de la pequeña empresa se desarrolla de manera proporcional. Tal vez más importante que el papel de ayuda complementaria que representan las pequeñas empresas, sea el hecho de su creación. Las empresas pequeñas son en cierta manera, el semillero de la economía. Ideas nuevas, inventos, todo tipo de innovaciones que son concebidas e introducidas por las empresas. Éstas sirven para suplir a las que han desaparecido del escenario. Dan nueva vida a la economía, con frecuencia debido al hecho de ser adquiridas por una empresa grande. Algunas de esas pequeñas empresas se convierten en grandes y muy grandes empresas del futuro.

#### *2.1.8.2. Necesidades Humanas*

Las pequeñas empresas también cubren una necesidad importante y vital. La gente difiere entre sí por su necesidad de lograr algo, su aceptación del riesgo, la confianza que tienen en sí mismas, su deseo de independencia, la frustración que pueden tolerar así como su impaciencia para salirse de la rutina y realizar algo que sea dinámico, que a la vez represente un desafío. Las personas que son diferentes buscan satisfacer sus impulsos en formas diferentes. La pequeña empresa tiene ciertos atractivos y representa la fuga de energía del hombre que siente impulsos emprendedores, del que ansía ser su propio dueño y está dispuesto a tomar sus propias decisiones, además de aceptar las consecuencias. Una empresa propia también atrae a quien desea tener la oportunidad de formar un patrimonio con rapidez de los que se considera posible si continúa trabajando para otra persona. Otros quizá preferirán formar una empresa pequeña por razones totalmente distintas de las anteriores.

Tal vez le agrade el ambiente por los conceptos y los valores relacionados con la individualidad, la variedad, la libertad, la autosatisfacción, etc. El atractivo que la pequeña empresa tiene para algunas personas parece basarse en la creencia de que esos conceptos se pueden llevar con facilidad a la práctica en una pequeña empresa que en una grande.

Dado que las pequeñas empresas proporcionan oportunidades de lucro a la vez que de satisfacción personal, pero muestran una gran variedad en cuanto a ganancias y probabilidades de duración. Aunque ninguna afirmación puede ser categórica respecto de las pequeñas y medianas empresas, no es raro que tanto el capital como la administración se ubiquen en un límite peligroso. Se deduce que si una empresa tiene una buena administración es poco probable que tropiece con problemas financieros. La inflación sí produce serios problemas a la pequeña y mediana empresa, así como la falta en la práctica de estudios preventivos como estudios de mercado, financieros y fiscales.

### *2.1.8.3. Generadora de Fuentes de Trabajo*

Ante los elevados índices de desempleo que existen en la actualidad, la pequeña y mediana empresa cumple la función de generar fuentes de trabajo en muy diversas formas, además de las ya conocidas, así tenemos que diversas personas que no son empleables con arreglo a las normas de muchas empresas ya sea por la falta de preparación o por otra circunstancia encuentran oportunidad de trabajar en pequeñas y medianas empresas, ya sea como empleados o estableciendo un pequeño negocio por cuenta propia.

Por lo general la pequeña empresa sirve como auxiliar de las grandes empresas brindando ayuda a otras de mayor magnitud en muchas formas, caso característico es el de las empresas pequeñas maquiladoras o como proveedoras de artículos que solo en ellas se fabrican.

La pequeña y mediana empresa es estimulante de la competencia, ese aspecto es muy importante para determinar una depuración continua, por así decirlo, ya que por ella se van eliminando los elementos que están por debajo de los mejores, de manera que se obtienen más productos y de mejor calidad a precios más bajos con mayor eficiencia en los servicios, etc. Considerando en particular a la pequeña empresa, ésta brinda la oportunidad a cualquier persona, de cualquier condición, para integrarse al ámbito empresarial, debido a esta facilidad, se inician al año muchos negocios, miles de pequeñas empresas compiten entre sí en su afán de salir adelante.

Las pequeñas y medianas empresas constituyen un terreno al que se necesita ayudar y estimular con el fin de reducir los fracasos innecesarios, con las siguientes pérdidas económicas, las esperanzas truncadas y, a veces, perturbaciones graves en la personalidad de los fracasados.

## **2.2. EL EMPRESARIO**

### **2.2.1. ¿Qué es un Emprendedor?**

A nivel social, económico y personal es importante ser emprendedor, ya que los tres se entrelazan para el desarrollo de una persona, una familia, una comunidad, una nación, o inclusive el de la humanidad entera.

De hecho, siempre ha habido emprendedores en las diferentes sociedades, sólo que ahora se ha rescatado su valor y se les tiene en muy alta estima en nuestro Estado y país.

Para poder entender la importancia de ser emprendedor se debe empezar por definirlo.

“El emprendedor se caracteriza principalmente por mostrar comportamientos innovadores y por el deseo de emplear estrategias de gestión prácticas.”<sup>4</sup>

Los emprendedores son personas que tienen el coraje y la seguridad en sí mismas para penetrar en todos los niveles de la sociedad e irla transformando. El proceso de la actividad emprendedora es reconocido como el corazón de la tarea del desarrollo económico, un desarrollo guiado por la motivación de los individuos, quienes buscan satisfacer sus metas personales. La actividad emprendedora convierte los sueños de cambio en una realidad social, a través de combinar las capacidades de innovar y de desafiar el equilibrio social, político y económico.

#### 2.2.1.1. *Importancia de ser Emprendedor*

Es de suma importancia que las personas desarrollen más su capacidad emprendedora, porque, por un lado, cada vez egresan más profesionistas de las instituciones de educación superior, y por el otro, cada vez se generan menos empleos de los que se requieren socialmente.

---

<sup>4</sup> FURNHAM A. Personalidad y Diferencias Individuales en el Trabajo. 2ª Ed. Madrid, 1995.- Edit.- Pirámide.- p.- 206

Lo cual ha dado como resultado que estos egresados no encuentren oportunidades laborales y pasen largos períodos desempleados; ante este panorama es necesario comprender la importancia de que todo estudiante se ejercite para ser un emprendedor, ya que esto le ampliará el abanico de oportunidades laborales y le permitirá consolidar y ampliar su capacidad profesional al adquirir una serie de características de personalidad como las siguientes:

- ↳ Necesidad de lograr metas
- ↳ Actitud positiva
- ↳ Creatividad
- ↳ Buen uso del talento
- ↳ Capacidad de liderazgo
- ↳ Capacidad para trazar planes
- ↳ Hábito de trabajar
- ↳ Fortaleza ante la adversidad
- ↳ Autoconfianza
- ↳ Capacidad de concretar proyectos

Las personas con alta necesidad de logro a menudo son identificadas como emprendedores, porque se fijan metas moderadamente altas y trabajan lo suficiente para lograrlas, de forma que no se ponen metas demasiado sencillas que no necesiten un esfuerzo, ni tampoco demasiado altas que no se puedan alcanzar ni haciendo un gran esfuerzo.

El espíritu emprendedor te contagia de optimismo y desarrolla una actitud positiva, la actividad emprendedora es más que una simple tarea de desarrollo profesional o personal, o simplemente de ocupación laboral.

Su esencia es el manejo y aplicación de procedimientos innovadores dirigidos a brindar cambios de naturaleza social, económica e incluso política, o de todos a la vez, donde la llave para abrir el potencial del proceso emprendedor, yace dentro de las personas que conforman la sociedad, y el grado en el que dicho proceso puede ser estimulado por su entorno.

### *2.2.1.2. Características del Emprendedor*

Las siguientes características representan las más útiles para identificar a las personas como emprendedores potenciales.

Ciertamente es difícil que una sola persona tenga todo el rango de actitudes y conductas asociadas con cada una de las características que se mencionarán más adelante, sin embargo, es necesario hacer notar que algunos emprendedores podrían tener fortalezas en algunas dimensiones que compensarían las debilidades en otras.

A continuación se describen de manera general cada una de las características que un emprendedor debe tener en su personalidad:

*Liderazgo.* El estilo de liderazgo reflejará la personalidad del líder emprendedor. Consecuentemente, puede fluctuar desde autoritario a participativo, pero tener las mismas habilidades requeridas.

Éstas incluyen la habilidad para seleccionar apropiadamente miembros del equipo, comunicación, negociación y habilidades de persuasión. Además, motivación y facultades, y, sobre todo, es crucial compartir el crédito del logro con los miembros y/o empleados del equipo.

De esta forma los emprendedores valoran sus propias fortalezas y debilidades cuando se ponen a administrar el negocio. También deben entender que sus prospectos futuros dependen de aplicar las habilidades existentes y las deficiencias en el conocimiento a través de los equipos de emprendedores y las redes de trabajo externo. Construir y desarrollar tales relaciones para sustentar un equipo interno efectivo requiere liderazgo fuerte y visión.

*Obsesión por la oportunidad.* El emprendedor es un conocedor del mercado, continuamente busca una idea sobre la cual la ventana de la oportunidad se abra y ofrezca los prospectos de una ganancia que valga la pena en esfuerzo y recursos, en el tiempo por venir. El emprendedor está impregnado de mercado y sensitivo a los retos del mercado. Ellos buscan apoderarse de oportunidades y tener la habilidad creativa e innovadora para imaginar cómo se pueden engrandecer y agregarles valor. Los resultados de esta obsesión de oportunidad se dirigen a la actualización de sí mismos y al cumplimiento de sus ambiciones.

*Tolerancia al riesgo, la ambigüedad y la incertidumbre.* El medio del emprendedor está caracterizado por la ambigüedad, la incertidumbre y el conocimiento real. Para muchos el medio será inaceptable y debilitante.

Para el emprendedor, en semejante cambio dinámico yace la oportunidad desde la cual puede evaluar el grado potencial de riesgo. El riesgo potencial toma la forma de daño financiero y de daño a la posición personal y a la reputación.

Esto no sólo está en los ojos del emprendedor, sino también en sus semejantes sociales. Esto resulta en un nivel de precaución y cálculo medido del riesgo elemental involucrado al tomar la decisión emprendedora.

Así, es útil considerar a los emprendedores como administradores de riesgo, mejor que como tomadores de riesgo. En este rol ellos tratan con incertidumbre por identificar, valorar, calcular, administrar y trasladar riesgo. Se comprometen en un proceso sistemático, no en una función que se deja sólo para cambiar, a la suerte o la lotería de la vida. Esto representa una habilidad crítica emprendedora.

*Creatividad, autoconfianza y capacidad de adaptación.* Los emprendedores son creativos e innovadores. No se reprimen por los sistemas existentes, y desafían los procedimientos y suposiciones establecidos. De este modo, ofrecen producir algo nuevo en vez de limitarse a modificar lo que ya existe.

Los emprendedores combinan la habilidad de crear e innovar con la capacidad de analizar un problema y darle una efectiva y rápida solución. Tal solución del problema es vista como una de las habilidades fundamentales, frecuentemente no son muy intelectuales o racionales, pero sí son más intuitivos y naturales. Así, el emprendedor tiende a actuar primero y aprender más tarde de las experiencias de sus actos. Los emprendedores requieren de una disposición para aceptar los fracasos, aprender de ellos y actuar audazmente sobre la sombra de sus dudas.

*Motivación para superarse.* Los emprendedores son individuos ambiciosos con una fuerte pasión por el logro. Son altamente preactivos y responden con entusiasmo a los retos, tienen determinación y confianza en sí mismos de tener el potencial para sobresalir y para ganar.

Esta pasión se produce por una necesidad de logro en combinación con metas personales y económicas. Así, junto con la rentabilidad del negocio, muchos miden su éxito con base en el grado en que un sentido de logro interno haya sido satisfecho.

Como personas de negocios, los emprendedores están orientados a las metas y a los resultados, se fijan metas ambiciosas, pero realistas como para poder alcanzarlas. Aun cuando los emprendedores parecen ser motivados por una autoconfianza en que pueden tener éxito, esto no implica que no le teman al fracaso.

Se podría decir que la gran mayoría de los emprendedores rondan entre 30 y 40 años de edad, con una tendencia a ampliarse esta franja tanto hacia arriba como hacia abajo, sobre todo por las conocidas cuestiones de desempleo y expulsión laboral de las empresas tanto públicas como privadas. FUENTE: [www.organiza.com.mx/home.html](http://www.organiza.com.mx/home.html)

### *2.2.1.3. Ventajas de ser Emprendedor*

El emprendedor tiene un enfoque agresivo y abierto al mundo, busca permanentemente una mejor forma de hacer las cosas. Una de sus mayores barreras es el miedo a fallar, sin embargo, en la medida que dispone de mejores herramientas el riesgo disminuye, aumentando la probabilidad de éxito de sus iniciativas.

Erróneamente, se tiende a pensar que los emprendedores sólo tienen cabida como empresarios independientes. Sin embargo, el verdadero alcance de esta palabra es mucho más amplio y ciertamente incluye a ejecutivos de empresas. El desarrollo económico ha sido profundamente influenciado por el espíritu emprendedor que ha creado nuevos negocios, tanto en nuevas compañías como en organizaciones complejas, que requieren permanentemente de la infusión de nuevas ideas y nueva energía.

Ser emprendedor trae consigo ciertas ventajas las cuales motivan a las personas a llevar a cabo su proyecto, a continuación se mencionan las más importantes a considerar:

Ventajas:

- ↳ Mayor libertad respecto a no depender de un jefe, pero cuidado, el emprendimiento depende de uno mismo y uno mismo de el.
- ↳ Mayor disponibilidad de horarios, de igual manera como se mencionó en el anterior punto, el horario depende de uno mismo y uno mismo del horario.
- ↳ Autodefinition de objetivos y logros.
- ↳ A veces, más tiempo para estar con la familia o tiempos propios.
- ↳ Entusiasmo por el logro del propio proyecto.
- ↳ Mayor creatividad al servicio del emprendimiento.
- ↳ Incremento permanente de las capacidades para mantener vivo el negocio (negociación, planificación, ejecución, control, flexibilidad, etc.)
- ↳ Creatividad, iniciativa, originalidad.

*2.2.1.4. Desventajas de ser Emprendedor*

Aunque las ventajas de ser emprendedor son atractivas, también hay desventajas asociadas con la propiedad de un negocio.

Desventajas:

- ↳ Tendencia a la dispersión pues uno es su propio jefe.
- ↳ Pérdidas de tiempo.
- ↳ Riesgo de falta de profesionalismo si es que no se ha estudiado bien la situación.

- ↳ Involucramiento de la familia primaria y luego la amplia en el negocio, si este logra cierto éxito.
- ↳ Que el producto/servicio no sea aceptado, no funcione, sea caro de fabricar, vender, etc.

### 2.2.2. ¿Quiénes son los empresarios?

Los empresarios son las personas que toman decisiones que ayudarán a configurar el sistema económico de libre empresa del nuevo milenio, descubriendo necesidades en el mercado y lanzando nuevas empresas para satisfacer tales necesidades. Buena parte del impulso para el cambio, innovación y progreso en nuestra economía procederá de los empresarios, aquellos seres llenos de energía que asumen riesgos y disparan el crecimiento económico. Aunque otros autores limiten el término empresario para los fundadores de empresas de negocios, aquí se menciona una definición más amplia, que incluye a todos los propietarios-administradores.

“Es un individuo que establece y maneja los negocios con el propósito principal de obtener ganancias y de crecer”.<sup>5</sup>

Los empresarios en diversas industrias sirven a la economía ofreciendo empleos y produciendo bienes y servicios para los clientes en el Estado de Veracruz y el país. Aunque las corporaciones gigantes atraen más atención pública y logran más encabezados en los medios noticiosos, los pequeños negocios y las iniciativas empresariales constituyen una parte menos visible de la economía, que es igualmente importante para el bienestar económico y social del mundo.

---

<sup>5</sup> GARCÍA García Enrique, GARZA Castaño Ricardo, Sáenz Belmonte Laura, Sepúlveda García Lucinda. **Formación de Emprendedores**. Preedición. México, 2002.- Edit. CECSA.- p.- 17

### **2.2.2.1. Importancia de ser Empresario**

Al empresario, en el proceso de desarrollo económico, hay que considerarlo como un portador de la innovación tecnológica y agente de modernización. El papel del empresario es el de un agente social, consciente de las tensiones existentes, que intenta reducir la presión de las fuerzas encontradas, y que a su vez, utiliza aquéllas que son favorables a sus propósitos, explotando así al máximo su capacidad de influir en el medio ambiente.

El empresario, además de su gran contribución al desarrollo económico, también contribuye indirectamente a la modernización de las estructuras y a la introducción de los nuevos valores culturales, mostrándose así como un poderoso agente de cambio social.

Los empresarios están muy arraigados en su tierra, y no pueden prosperar si no es en un medio ambiente económico y social adecuado. No todas las sociedades favorecen el desarrollo del empresario. En algunas, las consideraciones de prestigio social tienden a desviar a algunos empresarios potenciales hacia otras direcciones. Aún dentro de una sociedad única un grupo étnico y social produciría más empresarios que otro.

El empresario es parte importante del sistema económico del Estado de Veracruz y del país. Sin duda, gran parte del éxito económico se ha logrado gracias a los esfuerzos y a las innovaciones introducidas por los empresarios al sector privado. Es importante mencionar que el que maneja una pequeña empresa y advierte la existencia de problemas y los soluciona, guiará a su empresa mucho mejor de lo que podría hacerlo aquél que sea incapaz de realizar estas funciones.

Cabe señalar que muchos empresarios encontraron en su trabajo una actividad agradable y de satisfacción. La situación del empresario en la sociedad y sus relaciones con otros grupos sociales se determinan, por una parte, mediante las condiciones sociales creadas por la revolución; y por otra, por el proceso industrial mismo que modifica las funciones económicas.

### **2.2.2.2. Características de los Empresarios**

Cuando inicia un negocio, ingresa en un territorio en el que no existe un mapa con rutas. Es un momento de pánico donde piensa si abra cometido terrible equivocación posiblemente el tiempo y el dinero que están por invertirse en la empresa, se perderán. Pero el sueño es mas fuerte que esto, de lo contrario no hubiera querido probar suerte en el. La ansiedad volverá cuando las condiciones económicas cambien, cuando la competencia tome parte de su participación en el mercado, o cuando los costos de expansión excedan las ventas. A veces los peores temores de un empresario se convierten en realidad.

El empresario opera en un medio hostil, en el que debe ser un estrategia de mercadeo, buen vendedor, especialista en los productos o servicios que la empresa ofrece, administrador financiero, psicólogo, abogado e incluso deberá tener algo de economista.

Un estereotipo común del empresario destaca características como una gran necesidad de realizaciones, la disposición de tomar riesgos moderados, una fuerte confianza en sí mismos y una pasión por el negocio.

*Autodeterminación.* La automotivación y la autodeterminación son señales de éxito, porque el empresario actúa por voluntad propia. Nunca deben considerarse víctimas del destino. El verdadero empresario es un convencido de que su éxito o su fracaso dependen de sus propias acciones.

Una persona que cree que la economía, la suerte, u otros factores externos son los que determinan el éxito, es probable que no triunfe como empresario.

*Iniciativa y perfeccionamiento.* Una cualidad distintiva de los empresarios que logran éxito en sus negocios, es que tienen empuje y dinamismo para actuar, llevando a la práctica sus ideas. Muchas personas pueden tener buenas ideas, pero si estas no se convierten en acción es imposible lograr los propósitos.

Un buen empresario también demanda calidad y eficiencia. Se esfuerza por hacer las cosas mejor, más rápidas y más convenientes. Trata de alcanzar y superar los estándares de calidad.

*Necesidad de logros.* Los psicólogos reconocen que las personas se diferencian en el grado de necesidad de logros. Los individuos con poca necesidad de realizaciones parecen estar contentos con su status actual. En cambio, a los individuos que tienen una fuerte necesidad de logros les gusta competir contra una norma de excelencia y prefieren ser responsables personales de las tareas que se han asignado.

Aquellos que se vuelven empresarios tienen en promedio una mayor necesidad de alcanzar logros que los miembros de la población en general.

Este impulso de logros es evidente en los individuos ambiciosos que comienzan nuevas compañías y luego las guían en su desarrollo. En algunas personas este impulso empresarial es claro desde una edad muy temprana.

*La disposición para asumir riesgos.* Son diversos los riesgos a los cuales se enfrentan los empresarios al hincar u operar sus propios negocios. Al invertir su dinero asumen riesgos financieros, si dejan empleos seguros arriesgan su carrera, la tensión y el tiempo que se requieren para comenzar un negocio también pueden poner en peligro a su familia y los empresarios que se identifican muy estrechamente con aventuras empresariales específicas enfrentan riesgos psicológicos ante la posibilidad del fracaso.

Los individuos con una alta necesidad de logros también tienen una propensión moderada a la asunción de riesgos. Esto significa que prefieren situaciones en que pueden ejercer algún control sobre el resultado, en contraste con las situaciones de juego en que el resultado depende exclusivamente del azar.

Los empresarios deben estar dispuestos a enfrentar riesgos, suelen jugarse muchas cosas cuando escogen entrar a los negocios por sí mismos.

*Confianza propia.* Los individuos que poseen confianza en sí mismos creen que pueden enfrentar los retos y vencerlos. Tienen un sentido de dominio sobre los tipos de problemas que podrían encontrar. Los empresarios más exitosos son individuos con alta confianza propia, que reconocen los problemas asociados con el lanzamiento de una nueva aventura de negocios, pero que creen en su propia capacidad para vencer estos problemas.

*Pasión por el negocio.* Muchos empresarios muestran un nivel de entusiasmo que podría ser denominado pasión por el negocio. La pasión por un negocio, como en cualquier otra causa, crea tenacidad y la disposición de trabajar duro.

### **2.2.2.3. Ventajas de ser Empresario**

Hay estímulos que movilizan a las personas para ser empresarios, como por ejemplo:

- ↳ La independencia y libertad para tomar decisiones.
- ↳ Asumir riesgos.
- ↳ Buscar reconocimiento y prestigio en la comunidad donde vive.
- ↳ Desarrollar una vocación en forma independiente.
- ↳ Llevar a la práctica un proyecto de vida individual y/o familiar.

Tener la empresa propia es una experiencia que puede brindarle dinero, satisfacción personal, independencia, desarrollo profesional, status, etc. Pero también existen riesgos que pueden llevarlo a la quiebra y al descrédito.

La mayoría piensa que vale la pena enfrentar el desafío de ser empresario, porque están disconformes con su situación actual y buscan desarrollar el negocio propio.

La vida está llena de desafíos, satisfacciones y sacrificios personales, así como también tensiones. Cualquier persona que esté considerando realizar un emprendimiento, debe ponderar con cuidado estos factores antes de hacer un compromiso personal y financiero.

#### **2.2.2.4. Desventajas de ser Empresario**

Aunque las ventajas de ser empresario son importantes que se conozcan para ver el lado positivo de serlo, también hay costos asociados con la propiedad de un negocio. Comenzar y operar un negocio propio suele exigir un trabajo duro, largas horas y mucha energía emocional. Los empresarios tienen la amarga experiencia de sufrir tensiones personales, así como la necesidad de invertir mucho de su propio tiempo y trabajo.

Muchos de ellos describen sus carreras como emocionantes, pero muy exigentes. La posibilidad del fracaso del negocio es una amenaza constante para los empresarios. No hay ninguna garantía de éxito, ni siquiera de una salida decorosa para un empresario que fracasa.

Los empresarios deben asumir diversos riesgos relacionados con el posible fracaso. A nadie le gusta ser un perdedor, pero ésta es siempre una posibilidad para una persona que comienza un negocio.

En consecuencia, cuando se decide sobre una carrera empresarial uno debe sopesar los aspectos positivos y negativos. Las desventajas del trabajo arduo, la tensión emocional y el riesgo requieren cierto grado de compromiso y algún sacrificio de parte del empresario, si es que espera cosechar las recompensas.

#### **2.2.3. Características Personales para un Buen Éxito**

Tanto los profesionistas, como los investigadores y los hombres de negocios han intentado identificar durante mucho tiempo las características personales con las que debe contar quien maneja una empresa para conducirla al éxito, mismas que se describen de manera general:

*Motivación.* La disposición positiva es la motivación para realizar cierta tarea. En ésta se hallan comprendidos la responsabilidad, el vigor, la iniciativa, la perseverancia y la ambición. Un empresario debe realizar un gran esfuerzo para hacer funcionar y manejar su empresa. Es evidente que quien trabaja de forma ardua para planear, organizar, coordinar y controlar a la organización, tiene mayores posibilidades de triunfo que uno que todo lo deja al azar.

El trabajo no asegura el éxito, también deben desempeñarse tareas más importantes y complejas como lo son: la planeación, la organización, la integración de recursos, etc. Existen casos en que el pequeño empresario se siente incapaz de manejarla de forma adecuada, por lo que evade las funciones que le corresponden, como la ejecución de trabajos de poca importancia y otras.

*Agilidad mental.* Consiste en una inteligencia comprensiva, un pensamiento creativo y una capacidad analítica, esto significa que el administrador debe ser inteligente de forma razonable, debe ser capaz de actuar en consecuencia con las necesidades que se le presenten a la empresa en las diferentes situaciones y también debe analizar tanto los problemas como las situaciones que le afecten para poder solucionarlos.

El que maneja una pequeña empresa, advierte la existencia de problemas y los soluciona, la guiará mucho mejor de lo que podría hacerlo aquel que sea incapaz de realizar estas funciones.

*Habilidad para las relaciones humanas.* Factores de la personalidad como la estabilidad emocional, la capacidad de relación, la sociabilidad, la consideración y el tacto son valiosos auxiliares para el pequeño negociante.

El administrador de una pequeña empresa debe mantener buenas relaciones con sus clientes, si es que quiere convertirlos en clientes habituales, lo mismo debe hacer con sus empleados para fomentar la eficiencia en el trabajo. Finalmente, también debe estar atento a las necesidades y motivaciones de la clientela para instruir de manera adecuada a sus empleados en el buen trato a ésta.

El empresario-administrador que mantiene buenas relaciones con sus clientes, sus empleados, sus proveedores, con los bancos, etc., tiene mayores posibilidades de alcanzar el éxito que quien no lo hace así.

*Capacidad de comunicarse.* Una eficiente comunicación significa el trato efectivo entre dos o más personas de manera oral y escrita, es decir, al establecerse una comunicación propiamente dicha, los sujetos emisores y receptores se comprenden, además de hacerse comprender.

El administrador de una pequeña empresa tiene la posibilidad de comunicarse de modo eficaz con sus clientes, sus empleados y sus proveedores. De cómo lo haga dependerá en gran medida su éxito o su fracaso, por ejemplo: un mal entendido entre él y un cliente podría provocar un enojo en éste último y suspender toda relación con el establecimiento sin que la empresa jamás supiera el porqué.

*Conocimientos básicos.* Los productos o servicios de una empresa deben ser buenos para que ésta pueda seguir en actividad. El pequeño empresario puede ser delicado, diligente, ágil y practicar buenas relaciones humanas, además de ser eficiente en la comunicación, pero si su producto o servicio es malo fracasará. Los conocimientos técnicos se adquieren, por regla general, sólo con dedicarse a aprenderlos, por tanto, el administrador-empresario que los domina tiene perspectivas de éxito mucho más amplias que cualquier otro.

#### **2.2.4. Oportunidades Empresariales**

Existen oportunidades prácticamente ilimitadas para que las personas preparadas encuentren un empleo bien remunerado en los negocios. La situación de esta persona, la cual desea un empleo es semejante a la del vendedor que quiere un pedido: ambos tienen que buscar a alguien que desee lo que uno piensa vender. Por otro lado, el problema más difícil al que se enfrentan los empresarios es: encontrar empleados en quienes puedan confiar para que realicen el trabajo necesario.

Todas las empresas requieren personal para su funcionamiento: algunos son directivos, muchos son obreros y otros son supervisores. Un número determinado de empleados no hace otra actividad que vender, mientras que otros están especializados en compras. Miles de personas dirigen su propio negocio, otros laboran para ellos sobre la base de un sueldo, salario o comisión.

Cuando un estudiante de administración se gradúa, se plantea el dilema de entrar por sí mismo al mundo de los negocios o trabajar a cuenta de otro. Si su educación fue especializada, puede probar en la empresa de otra persona antes de intentar establecerse por sí mismo. La unión entre una educación esmerada y una buena experiencia junto con un trabajo inteligente y activo sería la combinación ideal. Es importante analizar los aspectos que se mencionarán a continuación para lograr experiencia en el mundo de los negocios y llevar a cabo un negocio propio con éxito.

*Falta de buenos directivos.* Ya sea que una persona trabaje para otro o participe en los negocios por cuenta y riesgo propio, deberá saber que la capacidad para dirigir con éxito es la cualidad más apreciable en el ámbito de los negocios.

La persona que sabe qué hacer, cómo hacerlo de manera eficaz y el momento de efectuarlo, será siempre necesaria en cualquier empresa. Para tener éxito en los negocios, ya sea trabajando para otro o para sí mismo, se debe prestar atención constante a los principios de la administración, para un buen funcionamiento de las empresas.

*Ventajas de trabajar para otro.* Las ventajas que se pueden obtener trabajando en una empresa establecida son variadas:

1. Oportunidad de adquirir experiencia. Con una capacitación sólida, el principiante puede comparar lo que ha estudiado con lo que sucede realmente en la práctica. Puede observar los errores que se cometen en la práctica diaria y aportar soluciones para mejorar su realización.
2. Responsabilidad limitada. Trabajar para otro representa una responsabilidad menor a la que ostenta el propietario. Es responsable únicamente de su trabajo y no se preocupa por problemas de importancia.
3. Riesgo financiero reducido. La persona que labora para otra, no tiene ningún tipo de capital invertido en la empresa. Si ésta fracasa, lo único que hará después será buscar otra ocupación y habrá invertido tanto su tiempo como su esfuerzo, por lo cual se le ha pagado un sueldo.
4. Ingresos constantes. Es tal vez de las ventajas más agradables, por la seguridad de disfrutar de unos ingresos constantes. Quien trabaja para otra persona, sabe que obtendrá puntualmente su sueldo, sin importarle las fluctuaciones de la empresa.
5. Beneficios extras. Las prestaciones que ciertas empresas ofrecen a sus empleados.

*Desventajas de trabajar para otro.* También existen inconvenientes que se deben listar en el hecho de trabajar para otro. Algunos de éstos son los siguientes:

1. Pérdida de ambiciones. El empleado puede quedar sujeto a la voluntad del patrón y perder de manera gradual las ambiciones personales y su sentido de independencia.
2. Menor compensación económica. Si un negocio consigue un éxito real, por lo general habrá una mayor compensación económica para el propietario que para cualquiera de sus empleados.
3. Menor seguridad de empleo. Aunque el empleado realice de manera adecuada su trabajo, existe siempre la posibilidad de que sea reemplazado.
4. Menor posibilidad de utilizar sus propias ideas. Con frecuencia el empleado de una gran empresa posee buenas ideas, sin embargo, puede ser difícil convencer al propietario de la empresa para que ponga en práctica estas sugerencias.
5. Las órdenes de los superiores. Toda persona siente el deseo de ser su propio jefe, es agradable ser responsables sólo ante nosotros mismos y no aceptar órdenes de nadie. Es probable que el propietario de una empresa logre esta meta, pero el empleado debe conformarse con algo menor.

El mundo de hoy está lleno de oportunidades para los empresarios. Una carrera empresarial puede ofrecer una vida excitante que contribuya al bienestar de la sociedad así como a recompensas financieras considerables.

### **2.2.5. Recompensas de ser Empresario**

Los individuos se ven atraídos hacia la actividad empresarial por diversos incentivos poderosos. Algunos se ven especialmente atraídos por una clase de incentivo, en tanto que otros se ven atraídos por alguna mezcla de posibles satisfacciones. Estas recompensas pueden agruparse, en tres categorías básicas: ganancias, independencia y una forma de vida satisfactoria.

#### *2.2.5.1. La Recompensa de las Ganancias*

Los resultados financieros de cualquier negocio deben compensar a su propietario por invertir su tiempo personal y ahorros personales antes de que se obtengan ganancias reales. Los empresarios esperan un rendimiento que no sólo les compense por el tiempo y dinero que invierten, sino también que les premie bien, por los riesgos e iniciativa que toman al operar sus propios negocios.

No es de sorprender que el incentivo de las ganancias sea un motivador más poderoso para algunos empresarios que para otros.

#### *2.2.5.2. La Recompensa de la Independencia*

La libertad de operar independientemente es otra recompensa de ser empresario. Muchas de las personas tienen un gran deseo de tomar sus propias decisiones, asumir riesgos y cosechar las recompensas. Ser el propio patrón de uno mismo parece ser un ideal atractivo.

Algunos empresarios usan su independencia para lograr flexibilidad en su vida personal y hábitos de trabajo. Los empresarios en general aprecian la independencia inherente a una carrera empresarial.

Pueden hacer las cosas en su propio estilo, cosechar sus propias ganancias y establecer sus propios horarios y formas de trabajo.

Desde luego, la independencia no garantiza una vida fácil. La mayoría de los empresarios trabajan muy duro durante largas horas. Pero sí tienen la satisfacción de tomar sus propias decisiones dentro de las restricciones impuestas por los factores económicos y otros factores ambientales.

#### *2.2.5.3. La Recompensa de una Forma de Vida Satisfactoria*

Los empresarios hablan frecuentemente de la satisfacción que experimentan en sus propios negocios; algunos incluso se refieren al trabajo que hacen como diversión.

Parte de su disfrute puede derivarse de su independencia, pero algo de ello refleja la satisfacción personal del propietario al trabajar con los productos y servicios de la compañía, por ejemplo, el placer que obtiene el operador de una tienda de esquís al hablar de este deporte y el equipo relacionado con el mismo.

Muchas compañías empresariales se vuelven grandes, pero aquellas que permanecen relativamente pequeñas suelen recibir el nombre de negocios de estilo de vida.

### **2.2.6. ¿Cómo arrancar para ser Empresario?**

Es emocionante el inicio de cualquier carrera en los negocios. Sin embargo, el lanzamiento del negocio propio puede ser absolutamente abrumador por el gran riesgo y potencial de esta aventura. Antes de examinar las tuercas y tornillos del proceso de arranque, se debe pensar por un momento en los comienzos y en mojar los pies en las aguas empresariales.

De hecho, hay cuatro clases de oportunidades empresariales, o rutas para convertirse en empresario, y en cada una requiere la preparación debida.

#### *2.2.6.1. Cuatro Rutas para Convertirse en Empresario*

El vocablo empresario en ocasiones se limita a aquellas personas que construyen negocios totalmente nuevos, en cuyo caso la única oportunidad real de carrera empresarial es comenzar un nuevo negocio. Si el concepto se amplía para incluir varias opciones de negocios independientes, es evidente que el lanzamiento de un negocio totalmente nuevo es sólo una de cuatro posibilidades:

1. Entrar a un negocio familiar
2. Abrir un negocio franquizado
3. Comenzar un nuevo negocio
4. Comprar un negocio existente

Al seguir cualquiera de estas cuatro rutas, un individuo puede convertirse en propietario de un negocio independiente.

### *2.2.6.2. La Edad y la Oportunidad Empresarial*

Una pregunta que enfrentan muchos empresarios en potencia, especialmente aquellos que son estudiantes, es: ¿cuál es la mejor edad para comenzar? Como podría suponerse, no hay respuesta sencilla a esta cuestión.

La mayoría de los negocios requieren algún conocimiento y antecedentes. Además, la mayoría de los posibles empresarios deben acumular recursos financieros con el fin de poder hacer las inversiones iniciales que sean necesarias. Por tanto, se suele requerir cierta cantidad de tiempo para obtener educación, experiencia y recursos financieros.

Aunque no hay reglas rígidas y rápidas en relación con la edad correcta para comenzar un nuevo negocio, sí existen algunos obstáculos relacionados con la edad.

Los jóvenes enfrentan las barreras para ingresar a carreras empresariales que representan la falta de preparación y recursos. Por el otro lado, la gente de mayor edad tiene compromisos familiares, financieros y de trabajo que hace que emprender una empresa parezca demasiado arriesgado; pueden haber adquirido intereses en programas de jubilación o alcanzado ascensos a puestos de mayor responsabilidad y mejores sueldos.

En consecuencia, el tiempo ideal para aventurarse como empresario parece estar en algún punto entre mediados de los 20 y mediados de los 30 años, cuando hay un equilibrio entre la experiencia y la preparación, por una parte, y las obligaciones familiares, por la otra.

El mayor porcentaje de inicios se da en el grupo de edades de los 25 a los 35 años. Es evidente que hay excepciones a esta generalización: algunos desde adolescentes comienzan sus propias empresas, y personas mayores, incluso de 50 o 60 años de edad, dejan carreras exitosas en grandes negocios cuando se emocionan con la perspectiva de convertirse en empresarios.<sup>6</sup>

### 2.3. EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA

El éxito en las empresas requiere efectividad tanto en la producción como en la mercadotecnia. Al formular un programa de mercadotecnia, la empresa pequeña o mediana deberá tomar en consideración: línea de productos, precios, publicidad y promoción de ventas. La pequeña y mediana empresa produce varios bienes que constituyen una línea de productos. Con frecuencia se requiere tomar decisiones respecto a si una línea de productos debe mantenerse constante, reducirse o ampliarse. Todo tipo de empresa tiene la necesidad imperativa de una buena ubicación; sea pequeña o mediana, requiere de una adecuada ubicación. Un negocio bien ubicado, cualquiera que sea su tipo, tendrá mayor probabilidad de éxito.

Es frecuente observar que el propietario de una empresa no hace un análisis detallado del lugar donde se ubicará ésta basándose en ciertos factores, en muchas ocasiones esta decisión es muy superflua (un lugar donde encuentre un local vacío, la cercanía del lugar donde vive, la familiaridad con la colonia o vecindario, incluso la disponibilidad de una empresa en venta).

---

<sup>6</sup> SÉRVULO Anzola. Administración de Pequeñas Empresas. 2ª Ed. México, 2002.- Edit.- Mc Graw Hill.- p. 19

Con frecuencia estas razones le parecen al propietario suficientes y no procede a realizar un análisis objetivo de la ubicación de la empresa.

Por tanto, es necesario hacer un análisis técnico que garantice una adecuada ubicación, ya que la supervivencia y éxito de una pequeña o mediana empresa es el resultado de una combinación de factores como:

*Naturaleza de la empresa.* Tipo de empresa, una decisión de construir, comprar o arrendar un local y el costo requerido de operación

*Área geográfica.* Una lista de locales disponibles, identificación de las áreas de tráfico más importantes, una investigación del tráfico de gente y automóviles en los mejores sitios.

*Ubicación del mercado.* Hábitos del cliente potencial en relación con los puntos o servicios que se ofrecen y ubicación de la empresa en relación con los competidores.

El establecimiento de una empresa depende en gran parte del mercado. Ya sea pequeño o mediano comerciante en ventas al menudeo, mayoreo, servicios o fabricante; la importancia del mercado para el éxito de la empresa jamás puede subestimarse. El crecimiento de los mercados en países en proceso de desarrollo como el nuestro, ha sido un factor determinante para el incremento de oportunidades que tiene el pequeño o mediano empresario para iniciar negocios a nivel nacional e internacional.

La adquisición o renta de un edificio es sólo el primer paso para contar con las facilidades físicas para iniciar una empresa. Las instalaciones físicas para manejar las operaciones industriales, comerciales o de servicio incluyen edificios, distribución, equipo, etc. Cada una de ellas es esencial para la operación de la empresa.

En la fábrica o el comercio, también hay necesidad de máquinas y equipo para manejo de materiales, enseres y herramientas. Las máquinas de una fábrica pueden ser para propósitos generales específicos. Un pequeño empresario debe conservar el costo inicial, el costo de mantenimiento del equipo, la depreciación permitida, su duración, el costo de conversión por unidad de producto resultante del uso de su equipo para propósito general o especial.

Iniciar una empresa requiere varias decisiones que implican considerar aspectos legales. Habrá que conocer la naturaleza del problema y utilizar una asesoría jurídica competente.

En México, desde el punto de vista jurídico, las empresas pueden ser propiedad de una sola persona (empresa individual) o de varias personas (asociaciones o sociedades), con fines lucrativos (mercantiles) o fines no lucrativos (civiles).

Las sociedades se rigen por la Ley General de Sociedades y Mercantiles y las disposiciones de la Ley de Instituciones de Crédito y Títulos de Operaciones de Crédito para sociedades con fines financieros.

Es importante mencionar que una sociedad es una asociación voluntaria de dos o más personas para emprender como copropietarios una empresa para beneficio mutuo. Debido a su naturaleza voluntaria, una sociedad se forma con rapidez.

En la "acción de organizar", el empresario siempre debe reconocer que está organizando el trabajo de personas. En realidad, es el desempeño efectivo y coordinado del personal lo que constituye el propósito de diseñar una estructura organizacional.

La empresa no puede ser mejor que las personas que la componen. En consecuencia, el recurso humano es de vital importancia para la pequeña y mediana empresa.

Las empresas requieren de personal a diversos niveles para que desarrollen las actividades planeadas y lograr los resultados requeridos.

Cada uno de los empleados ayuda con su trabajo en la operación de la empresa y, en consecuencia, influye en el futuro de ésta.

Si el pequeño y mediano empresario no puede compartir directamente con las grandes empresas en la contratación, debe tomar en cuenta a los que son capataces pero que están excluidos de la contratación de la empresa grande. En la pequeña empresa, el propietario debe intentar obtener individuos para su personal inicial y cuyas capacidades y aptitudes complementen sus propias habilidades.

Los empleados son un activo valioso. El éxito en las empresas dependerá en alto grado de la pericia y juicio que se ejerza para atraer, seleccionar, contratar y capacitar gente adecuada para la empresa de que se trate. Bien sea que el propietario lo haga personalmente, o que delegue la responsabilidad en su jefe de personal.

Conviene preparar una descripción y especificación de cada puesto en la empresa. La "descripción" debe delinear brevemente toda función principal que comprenda el puesto; mientras que la "especificación" describirá al individuo más apropiado para llenarlo en términos de experiencia, destreza y educación. Además se deben determinar las necesidades financieras y reunir el capital inicial necesario, ya que son los pasos básicos para iniciar una empresa nueva. Y requieren una atención y un cuidadoso estudio para asegurar el éxito.

Cuesta dinero promover y organizar una empresa. Un peligro común en el establecimiento de nuevas empresas, es no realizar una cuidadosa estimación y planeación de las necesidades financieras.

Hay que considerar qué inversión aumenta en gran medida las oportunidades de éxito de una nueva empresa.

Una de las actividades más inquietantes y potencialmente gratificante en que puede participar todo tipo de gente es el de iniciar y operar una empresa propia. En términos de nivel de vida y nivel de satisfacción, es ilimitado lo que se puede lograr a través de una pequeña o mediana empresa.

### **2.3.1. La Creación de un Nuevo Negocio**

Hay varias razones para comenzar un negocio a partir de cero en lugar de seguir otras alternativas, como las franquicias. Tales razones incluyen:

- ↳ El manejo de un producto o servicio recientemente inventado o desarrollado.
- ↳ Aprovechar una ubicación ideal, el equipo, productos o servicios, empleados y proveedores y banqueros.
- ↳ Evitar los precedentes, políticas y procedimientos y compromisos legales indeseables de empresas existentes.

En el supuesto de que se tengan una o más razones para considerar el arranque de un negocio, deberá atender varias cuestiones básicas:

- ↳ ¿Cuáles son los diferentes tipos de ideas de inicios que se podrían considerar?
- ↳ ¿Cuáles son algunas fuentes de nuevas ideas?
- ↳ ¿Cómo se puede identificar una oportunidad genuina que prometa recompensas financieras atractivas?
- ↳ ¿Cómo se puede refinar la idea?
- ↳ ¿Cómo podríamos incrementar las posibilidades de que el negocio tenga éxito?

### 2.3.1.1. Ideas para el Inicio

Los tres tipos básicos de ideas que se convierten en inicios:

*Nuevos mercados.* Muchos inicios se desarrollan a partir de nuevos mercados con la entrega de un producto o servicio a los consumidores que no existe en su mercado, pero que ya existe en alguna parte.

*Nuevas tecnologías.* Se refieren a tecnología nueva o relativamente nueva, y que se basan en la oferta de un nuevo producto a los clientes.

*Nuevos beneficios.* Que representan formas nuevas y mejores de realizar funciones, son las que constituyen el mayor número de inicios.

De hecho, la mayoría de las nuevas aventuras de negocios, especialmente en la industria de servicios, se funda en las estrategias de "yo también", se diferencian entre sí mediante un servicio superior o un costo más barato.

### 2.3.1.2. Fuentes de Ideas para el Inicio

Puesto que los inicios comienzan con ideas, consideramos algunas fuentes de inspiración para nuevas ideas. Varios estudios han tratado de descubrir dónde se originan las ideas para iniciar pequeños negocios. Las cuales concentramos en cuatro posibles fuentes: experiencia personal, pasatiempos, descubrimiento accidental y búsqueda deliberada.

*Experiencia Personal.* La base primaria de las ideas de inicio es la experiencia personal, ya sea en el trabajo o en la casa. El conocimiento obtenido de un trabajo actual o reciente permite frecuentemente que una persona detecte posibilidades para modificar un producto, mejorar un servicio o duplicar un concepto de negocio en una ubicación diferente.

*Pasatiempos.* Algunas veces los pasatiempos crecen más allá de su status de diversión para convertirse en negocios. Por ejemplo, una estudiante a la que le gusta esquiar podría comenzar un negocio de renta de equipo de esquiar como una forma de obtener ingresos de la actividad que a ella le gusta.

*Descubrimiento accidental.* Incluye algo que se llama hallazgos fortuitos o la aparente habilidad de hacer descubrimientos deseables por accidente. Cualquier persona puede tropezarse con una idea útil en el curso de la vida diaria.

*Búsqueda deliberada.* Una idea de inicio puede surgir de una deliberada exploración por parte de un posible empresario para encontrar una nueva idea. Tal búsqueda deliberada puede ser útil porque estimula una disposición mental, los posibles empresarios que piensan seriamente en nuevas ideas de negocios serán más receptivos a nuevas ideas de cualquier fuente.

Las revistas y otras publicaciones son excelentes fuentes de ideas de inicio. Una forma de generar ideas de inicio es enterarse de la creatividad de otros empresarios. Visitar la biblioteca, navegar en la red y hojear la sección amarilla de los directorios de otras ciudades, puede ser algo productivo. De igual manera, viajar a otras ciudades para visitar empresarios en su línea de negocios es extremadamente útil. Los empresarios pueden evaluar sus propias capacidades y luego observar los nuevos productos y servicios que podrían producir, o pueden dar un vistazo primero a las necesidades del mercado y luego relacionar esas necesidades con su propia capacidad. El segundo enfoque ha producido más inicios exitosos, especialmente en el campo de bienes y servicios de consumo.

### *2.3.1.3. Identificación y Evaluación de Oportunidades de Inversión*

La experiencia muestra que una buena idea no es necesariamente una buena oportunidad de inversión. De hecho, cuando la gente se obsesiona con una idea, tiende a subestimar las dificultades de desarrollar la receptividad del mercado para esa idea. Para que un producto o servicio pueda calificar como una buena oportunidad de inversión, debe satisfacer una necesidad real por su funcionalidad, calidad, durabilidad y precio. Finalmente, el éxito depende de convencer a los consumidores de los beneficios del producto o servicio. De acuerdo con Amar Bhide, profesor de la escuela de negocios de Harvard: "Los inicios con productos que no satisfacen necesidades claras e importantes no pueden esperar ser 'descubiertos' por suficientes consumidores como para que signifiquen una diferencia". Así, el mercado determina si una idea tiene potencial como oportunidad de inversión.

Hay muchos otros detalles para definir si una nueva idea de negocios es una buena oportunidad de inversión. A continuación presentamos algunos de los requerimientos fundamentales:

- ↳ Debe haber una necesidad claramente definida en el mercado de ese producto o servicio, y el tiempo debe ser correcto. Aun cuando el concepto sea bueno, un mal sentido de la oportunidad puede evitar que un producto o servicio se constituya en una oportunidad de inversión viable. El éxito depende de que la ventana de la oportunidad esté abierta y que permanezca abierta en el tiempo suficiente para que un empresario la explote.
- ↳ El negocio propuesto debe ser capaz de lograr una ventaja competitiva durable o sostenible. La incapacidad para comprender la naturaleza e importancia de una ventaja competitiva ha resultado en el fracaso de muchos inicios de pequeños negocios.
- ↳ El aspecto económico de la aventura debe ser rentable, e incluso indulgente, debe dejar espacio para que haya una utilidad significativa y también potencial de crecimiento, en el margen del utilidades (la utilidad como porcentaje de ventas) y el rendimiento de la inversión (utilidad como porcentaje de la magnitud de la inversión) deben ser suficientemente altos como para permitir que se cometan errores y haya fallas y, de todas formas alcanzar beneficios significativos.
- ↳ Debe haber un buen ajuste entre el empresario y la oportunidad. En otras palabras, la oportunidad debe ser pactada y desarrollada por alguien con las habilidades y experiencia apropiada y con acceso a los recursos críticos necesarios para el crecimiento de la aventura.

- ↳ No debe haber fallas fatales en esta iniciativa de negocios; es decir, no deben existir circunstancias o hechos que pudieran por sí mismos hacer que se pierda un negocio.

El mercado puede ser un rudo disciplinador para aquellos que no han hecho su tarea. Sin embargo, para aquellos que han tenido éxito en la identificación de una oportunidad significativa, las respuestas pueden ser provechosas.

#### *2.3.1.4. Refinamiento de una Idea para el Inicio*

Con frecuencia, una idea de inicio requiere un extenso periodo de tiempo para su refinamiento y prueba. Esto es particularmente cierto en caso de investigaciones originales que requieren un trabajo de desarrollo para que sean operativas. Casi cualquier idea para un nuevo negocio requiere estudios y modificaciones cuidadosas en la medida en que se acerca el día de apertura del negocio.

La necesidad de refinar ideas es la base para el MIT Enterprise Forum del Massachusetts Institute of Technology. Aquí, quienes aspiran a ser empresarios presentan sus planes de negocios a un panel de individuos familiarizados con nacimientos de compañías. El panel consta generalmente de un capitalista de riesgo, un inversionista privado, un banquero, un contador y un abogado, entre otros. Estos individuos leen el plan de negocios y presiden un foro público, donde los empresarios hacen una presentación verbal del plan a un auditorio de individuos interesados. Luego, los miembros del panel, uno por uno, ofrecen sus sugerencias para reforzar su iniciativa propuesta. Por último tiene la oportunidad de hacer preguntas y sugerencias.

El Enterprise Forum se ha extendido ahora a otras ciudades importantes de Estados Unidos y ha sido un vehículo para que miles de empresarios logren que alguien con experiencia revise sus planes. Ya sea mediante el Enterprise Forum o algún grupo similar, un empresario debe aprovechar las oportunidades para que otros evalúen sus ideas, cuando más pronto tenga lugar esta evaluación en todo el proceso, será mejor.

El proceso de preparar un plan de negocios, ayuda a los empresarios a pensar profundamente en sus ideas y a considerar todos los aspectos del negocio propuesto. Se puede pedir a expertos que revisan el plan de negocios, sus preguntas y sugerencias para mejorarlo.

### **2.3.2. Ventajas de Iniciar una Empresa**

En sí, el hecho de iniciar una empresa también tiene sus ventajas y desventajas. Si se desea la mejor oportunidad de éxito, el iniciar una empresa también requiere de análisis.

- ↳ El propietario puede elegir su propia ubicación, productos, servicios, equipo, personal, proveedores, bancos.
- ↳ Las instalaciones físicas pueden constituirse de acuerdo con el uso más eficaz de la empresa planeada.
- ↳ Todas las fases de emprender una empresa nueva pueden ser establecidas por el propietario, sin tener que cambiar nada.
- ↳ La facilidad de crear una imagen (como la de precios, servicios, atención al cliente, etc.) que el propietario desee.
- ↳ Se puede tomar una clientela leal sin que se presuma ninguna mala voluntad de una empresa existente.
- ↳ Pueden no existir empresas al tipo deseado por el propietario.

### **2.3.3. Desventajas de Iniciar una Empresa**

- ↳ Existe un factor de alto riesgo en el inicio de la empresa.
- ↳ En ocasiones toma tiempo considerable y una inversión costosa el crear una clientela continua.
- ↳ Se dificulta la captación de fondos para iniciar una empresa que para una ya existente.
- ↳ Por lo general, requiere tiempo considerable para lograr una adecuada operatividad de la empresa (procedimientos, políticos, centrales).
- ↳ Se deben establecer líneas de crédito y de aprovisionamiento.

Como se podrá observar son varios los factores adversos al iniciar una empresa, los cuales tienen que ser evaluados y con base en ellos se deberá tomarse una decisión.

### **2.3.4. El Desarrollo de la Empresa**

Lo que realmente importa en la pequeña y mediana empresa es la iniciativa de su jefe, su capacidad de enfrentar los problemas que plantea la dirección.

El éxito dependerá en gran medida del conocimiento sobre el proceso de administración, de las técnicas administrativas y de su capacidad para ponerlas en práctica.

La falta de iniciativa en este campo da lugar a consecuencias considerablemente más graves en las pequeñas y medianas empresas que en las grandes.

Ello supone que la existencia de empresas pequeñas y medianas depende, en esencia, de la calidad de su jefe. Si se encuentra bien impuesto en esta realidad, logrará aprovechar al máximo las ventajas específicas que concurren en la pequeña y mediana empresa.

De manera general, se puede expresar la existencia de cinco etapas en el desarrollo de una empresa:

- a) Etapa preeliminar
- b) Iniciación de la empresa
- c) Etapa de crecimiento
- d) Etapa de expansión-consolidación
- e) Declinación

El desarrollo es el elixir de las empresas. Es el resultado que más se utiliza para definir el éxito de las mismas.

#### *2.3.4.1. Etapa Preeliminar*

Es en la que se concibe el proyecto y se prepara el plan de la empresa. Esta etapa es importante porque constituye la base del desarrollo de la empresa. Después de realizar el autoanálisis, y de haber concebido una buena idea y haber recolectado la información relevante, habrá necesidad de elaborar un plan que permita pensar en las demás etapas de la nueva empresa.

En cualquier actividad (comercial, industrial o de servicios) una variable imprescindible es la variación. El hecho de no planear significa encaminarse hacia el fracaso.

Sin planes y objetivos adecuados la empresa está a la deriva del destino, se regirá por improvisaciones en vez de un buen juicio. La manera de evitar esto es dedicar el tiempo necesario para establecer estos planes y objetivos antes de iniciar la operación de la empresa. En primer lugar, esto implica analizar las razones para querer iniciar una empresa, estudiar las propias habilidades en diferentes áreas y determinar que tipo de empresa es más conveniente.

Para una adecuada planeación hay que evaluar el mercado al que va a dirigirse el bien o servicio, determinar los medios de producción y de comercialización, seleccionar la ubicación de la empresa, su naturaleza jurídica, la selección de la maquinaria o el equipo y determinar los recursos humanos requeridos para este proyecto.

Así mismo, este plan permitirá identificar las necesidades financieras predecibles y el presupuesto con el cual se debe operar.

Toda esta preparación quizá parezca muy detallada y laboriosa; sin embargo, es muy necesaria y evita que los fundadores de la empresa tengan dificultades posteriores así como problemas de liquidez.

Esta etapa preeliminar asegura, en parte, el éxito del proyecto y ayuda a enfrentar tres grandes retos:

- ↳ Definir de manera concreta y completa el tipo de empresa que se iniciará.
- ↳ Convencerse de que el proyecto es rentable y que vale la pena hacerlo realidad.
- ↳ Hacer un examen de las posibilidades de éxito y decir si es bueno tomar el riesgo o no.

negocio propuesto. Se puede pedir a expertos que revisan el plan de negocios, sus preguntas y sugerencias para mejorarlo.

### **2.3.2. Ventajas de Iniciar una Empresa**

En sí, el hecho de iniciar una empresa también tiene sus ventajas y desventajas. Si se desea la mejor oportunidad de éxito, el iniciar una empresa también requiere de análisis.

- ↳ El propietario puede elegir su propia ubicación, productos, servicios, equipo, personal, proveedores, bancos.
- ↳ Las instalaciones físicas pueden constituirse de acuerdo con el uso más eficaz de la empresa planeada.
- ↳ Todas las fases de emprender una empresa nueva pueden ser establecidas por el propietario, sin tener que cambiar nada.
- ↳ La facilidad de crear una imagen (como la de precios, servicios, atención al cliente, etc.) que el propietario desee.
- ↳ Se puede tomar una clientela leal sin que se presuma ninguna mala voluntad de una empresa existente.
- ↳ Pueden no existir empresas al tipo deseado por el propietario.

### **2.3.3. Desventajas de Iniciar una Empresa**

- ↳ Existe un factor de alto riesgo en el inicio de la empresa.
- ↳ En ocasiones toma tiempo considerable y una inversión costosa el crear una clientela continua.
- ↳ Se dificulta la captación de fondos para iniciar una empresa que para una ya existente.

¿Qué tan apto debe ser el propietario? ¿Se tiene capacidad para operar una empresa propia?

No es cuestión de que tan inteligente se es, más bien tiene que ver con la personalidad y el comportamiento. Se han realizado investigaciones que muestran que las personas poseedoras de ciertas características tienen mayores posibilidades de tener éxito como propietarios de una empresa que quienes no las tienen.

Aunque no existe un acuerdo general acerca de qué características son más importantes, nos comentan los autores de G. F. Kishel y P. Gunter<sup>7</sup>, aquellas que se mencionan con mayor frecuencia:

- ↳ *Motivación.* Se refiere al empuje (mental y físico) para tener éxito a fin de cumplir con las tareas elegidas en los términos de cada persona.
- ↳ *Confianza.* Seguridad en las capacidades de cada quien y sus oportunidades de éxito.
- ↳ *Disponibilidad de afrontar riesgos.* Es la disposición de sacrificar, en caso de ser necesario, la propia seguridad para alcanzar los objetivos.
- ↳ *Habilidad para tomar decisiones.* Es la habilidad para analizar situaciones complejas y obtener las conclusiones mediante un razonamiento sistematizado, esto da lugar a que la empresa tenga éxito.
- ↳ *Comunicación.* Es la habilidad de expresarse y comprender a otros para poder compartir ideas, planes y objetivos.

---

<sup>7</sup> G. F. Kishel y P. Gunter. Cómo Iniciar un Nuevo Negocio. 4ª Ed. México, 1986.- Edit.- Limusa.- p.- 13.

- ↳ *Habilidad técnica*. Se refiere a la destreza con que se utilizan los procesos relativos a las aplicaciones prácticas de las ciencias y las artes.
- ↳ *Relaciones humanas*. Es la habilidad para interactuar con otros, de inspirar cooperación, confianza y lealtad.

Para evaluar estas áreas y obtener información relevante acerca de la actitud para ocupar un puesto empresarial, hay que contestar las preguntas lo más objetivamente posible.

En esta etapa se obtienen recursos (humanos, financieros, materiales y técnicos), se consiguen contratos y se ponen en marcha los procesos productivos de bienes o servicios.

La empresa se va posicionando de un mercado, es decir, se hace de clientela y coloca su producto compitiendo con otros similares. El propietario debe asegurarse un adecuado volumen de ventas y controlar los costos, para obtener ganancias.

Las principales dificultades que se observan en esta etapa son las siguientes:

- ↳ Hacer una adecuada decisión del trabajo, es decir, distribuir la tarea entre sus propietarios y sus colaboradores.
- ↳ Diseñar e implantar procedimientos que le permitan estar informado sobre ventas, costos, utilidades, rendimientos del personal, pago de impuestos, etc.

#### *2.3.4.3. Etapa de Crecimiento*

En esta etapa se supondrá que la empresa ha llegado a un nivel de crecimiento y que está en posición de ampliar su mercado así como adoptar su organización interna. En esta fase se asegura el aumento de volumen de los negocios efectuados en los primeros años.

Con frecuencia hay que realizar modificaciones y ajustes a las operaciones. El aumento de actividades trae consigo un incremento de recursos humanos, mobiliario, equipo, papelería y área física.

Un énfasis especial debe darse a las investigaciones de mercado, a la promoción de ventas, la capacitación de personal en técnicas de ventas, al control de inventarios, así como los créditos y ventas a plazos.

El estudio de investigación de mercado que la empresa debe realizar es uno de los aspectos más importantes. El empresario no debe economizar en la búsqueda de los datos e información que le sean útiles para el constante proceso de planeación del futuro de la empresa.

Cuando más conoce un empresario acerca del mercado en el cual se desenvuelve, mejores son sus oportunidades de alcanzar el volumen de ventas deseado.

Por desgracia es muy común que el empresario descuide esta actividad y trate de realizar planes previamente elaborados sin tener en cuenta las realidades del mercado.

#### *2.3.4.4. Etapa de Expansión-Consolidación*

Una vez que la empresa llega a ser rentable, el propietario es capaz de decidir si continúa creciendo o se dedica a consolidar lo que ya realizó.

Si la decisión es expandirse, debe determinarse de qué manera se realizará. Esta etapa puede considerarse como un nuevo punto de partida. Uno de los problemas que surgen aquí es el relativo al financiamiento de nuevos proyectos. La existencia de una pequeña o mediana empresa con frecuencia es función de la capacidad para conquistar el mercado mediante el carácter particular de sus bienes o servicios y llegar a una expansión por medio de la constante mejora de calidad.

Todas las decisiones concernientes a la expansión de la empresa son de alcance y afectan a la mayor parte de las áreas funcionales de la misma, es decir, a la comercialización, la producción, las finanzas, el personal, las compras, etc. Estas decisiones determinan durante cierto tiempo, toda la operación de la empresa y comparten altos riesgos que se acentúan si el objetivo una línea nueva de productos, ya que este punto exige inversiones importantes. Por esta razón es conveniente medir de manera adecuada las ventajas y desventajas que van implícitas en los nuevos planes y objetivos. Tanto una planeación como una programación organizacional eficiente resultan indispensables. El aumento de las ventas y de la producción no cesa de extenderse durante la vida de la empresa. En efecto, un buen número de empresas logran un volumen mayor de ventas con la mejora o modificaciones de bienes o servicios ya existentes así como renunciar a la elaboración de una línea de nuevos productos, la cual es altamente costosa, por tanto la planeación juega un papel muy importante.

Se puede optar también por consolidar lo realizado, es decir, proteger y perpetuar el desarrollo alcanzado. Nada cambiará acerca de la expansión de las ventas, pero deberá quedar asegurado que la empresa continúe sobreviviendo.

En esta etapa, el propietario tiene el riesgo de enfrentarse a problemas relacionados con el ciclo de vida del producto o servicio, la desactualización de los procesos productivos, la complejidad administrativa, la dificultad de conservar una planilla de personal competente, la necesidad de mejores sistemas de control, etc. En esta etapa de consolidación cabe recordar el autor Peter Drucker, el cual escribió que la única definición válida del objetivo que se propone una empresa es crear una clientela.

El precio del bien o servicio no es más que un elemento, por lo general, importante entre otros a los que la clientela otorga un valor, estos son: la calidad, la exclusividad, la reputación. En casos extremos, un precio elevado es indispensable para hacer compras y dar testimonios del gran valor de este producto o servicio (ejemplo: perfumes, alta costura, alta cocina, etc.).

El propietario debe, por tanto, vigilar de manera cuidadosa el mercado y la clientela, seguir sus gustos, sus tendencias y las variaciones de sus deseos, estudiar también su propia competencia, los productos que fabrican o los servicios que prestan. Deben vigilar la fabricación y la calidad de sus bienes, mejorarlos sin cesar, realizar los ajustes con la mayor rapidez posible a los defectos observados, se cree así de modo permanente un vínculo estrecho entre lo comercial y lo técnico.

El primero informa, el segundo adapta sus técnicas de fabricación de la manera más económica y práctica, la empresa que no sabe prever la evolución y reconvertir a tiempo sus actividades está en camino a la desaparición a mediano o largo plazo.

Una parte importante de las actividades debe consagrarse a la búsqueda de nuevos bienes o servicios, así como nuevos procesos de fabricación, un propietario que sabe asentar su reputación en la calidad y el valor de sus bienes o servicios así como adaptarse a la evolución constante del mercado, tiene grandes probabilidades de perdurar y prosperar.

#### *2.3.4.5. Etapa de Declinación*

El propietario de una empresa que tiene la intención de hacerla crecer habrá detectado la existencia de un mercado accesible para el bien o servicio que ofrece. Cuando la empresa es pequeña, la información acerca del mercado local y la posibilidad de detectar las brechas proviene de la manera principal de los contactos personales.

Por lo general, esto causa problemas al desplazarse a mercados más importantes. Antes de comprometer mayores esfuerzos y recursos al crecimiento de la empresa, sería prudente evaluar la situación actual en lo que respecta a sus clientes existentes, la competencia, la administración del efectivo de la empresa, las habilidades administrativas y los recursos de que disponen.

Con el tiempo, las necesidades de los clientes cambian y el mercado de consumo comienza a declinar. El potencial de crecimiento se limita y se tiene que desechar las líneas de productos menos rentables.

Ante esta situación el objetivo final consiste en lograr un equilibrio en el crecimiento en las ventas, flujo de efectivo y el riesgo, con la finalidad de crecer de manera lucrativa durante cierto tiempo. Habrá que observar cada bien o servicio por separado, atendiendo al lugar que ocupa en su ciclo de vida, esto le ayudará a centrar su atención en la necesidad de actuar al respecto para mantener ventas rentables.

Cuando se llega a la parte final de crecimiento, resultará de vital importancia una energética administración del efectivo. Es decir, centrar la atención en reducir los costos, emplear la fuerza de trabajo al máximo, limitar los gastos, centrar el control de crédito y la cobranza, así como buscar el incremento de la rotación de existencias. Será necesario también desechar los productos de menor aceptación para aligerar la capacidad. El doble propósito consiste en mantener la posición en el mercado además de generar efectivo y capacidad para invertir en nuevos bienes o servicios.

Virtualmente todos los bienes o servicios también tienen un ciclo de vida. Si el ciclo es muy corto el negocio se denomina moda, si es muy largo se le llama necesidad. Podemos concluir que en esta fase de declinación de la empresa debe tomarse una decisión importante en torno a los objetivos apropiados. ¿Deben ser declinantes junto con el mercado o se luchará por ganar participación?

La respuesta tal vez tenga que ver con la economía en la lucha por la participación del mercado. No tiene mucho sentido pelear por una participación de mercado si el resultado acelera el declive de la empresa.

### 2.3.5. Programas de Financiamiento a las Pequeñas y Medianas Empresas

Los programas de financiamiento más representativos e importantes para apoyar a las pequeñas y medianas empresas son:

- ↳ *Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)*. Agroindustria y ecología.
- ↳ **Bancomer**. *Credipyme Clásico*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ *Credipyme Productivo*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ **Bancomext**. *Pyme Equipamiento*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ *Créditos al Ciclo Productivo*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas. Agroindustrial y ecología.
- ↳ *Créditos para la Adquisición de Unidades de Equipo*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ **Banorte**. *Credi-Activo*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ **Bitel**. *Multicrédito*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ *Fideicomiso de Fomento Minero (FIFOMI)*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas. Minería.
- ↳ *Fondo para la Consolidación de la Microempresa del D. F. (FOCOMI)*. Grupos sociales en estado de pobreza.
- ↳ **Nafin**. *Créditos a Tasa Fija*. Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.

- ↳ *Créditos a Tasa Variable.* Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ *Desarrollo de Proveedores del Sector Privado.* Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ *Programas de Garantías.* Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ **Santander.** *Banca Empresarial.* Producción y comercialización de pequeñas y medianas empresas.
- ↳ **Fonaes.** *Programa de Capital de Riesgo para Empresas Sociales.* Agroindustria y ecología. Grupos sociales en estado de pobreza.

### 2.3.6. Crecimiento de la Pequeña Empresa

#### Mercado en el que se desenvuelve

El mercado en el que se desenvuelve la pequeña empresa es típicamente local y/o regional, y la falta de crecimiento hacia otros mercados es por que no cuenta con los créditos suficientes; esto hace que la ubicación de las empresas no cambie por muchos años y que continúe donde iniciaron operaciones, sin cambios significativos.

#### Apoyo financiero

Aunque existen organismos de apoyo financieros para el pequeño empresario, muchas veces los programas no cumplen con las necesidades de financiamiento requeridas para el desarrollo de las empresas.

No es raro que se suspendan los programas dejando a las empresas en una situación crítica, razón por la cual los pequeños empresarios han perdido la confianza en dichos organismos.

Básicamente los bancos consideran que las pequeñas empresas no son sujetas de crédito y en los raros casos en que se llega a aprobar un crédito, se necesita cumplir muchos requisitos, muchas veces imposibles de lograr, como el tener en garantía de dos a tres veces prestado.

### Utilidades

La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa; es común también recibir aportaciones extras del dueño, del gobierno, los accionistas y préstamos bancarios; estos últimos en muy bajas proporciones, donde el sujeto de crédito es el dueño como persona, no como empresa.

El financiamiento es utilizado para cubrir sus necesidades de operación o para crecer.

Existen métodos que se deben realizar si se quiere crecer:

**Investigación de mercado.** Lo primero que se debe aclarar es la identificación de los clientes potenciales de la empresa, determinar cuáles de los clientes que se tenían hace como 3 o 4 años siguen comprando mercancías a esta empresa. Aquellas cuentas que están inactivas deberán ser investigadas, para conocer las causas dejan de comprar los clientes. Otro aspecto de importancia es determinar la parte del mercado existente, cubierto por la empresa.

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

**Promoción de ventas.** El empresario debe llevar a cabo una estrategia para atraer clientes (a la tienda o fábrica), con el objetivo de realizar una venta de bienes o servicios, puede clasificarse en 3 tipos de actividad: promoción de ventas (exhibiciones de mercancías y demostraciones de productos y/o servicios), venta personal (vender a través de una conversación) y publicidad.

**Ventas a crédito.** La empresa que decida vender a crédito deberá proveerse del suficiente capital para aplicarlo de manera progresiva en la misma medida que el inventario que salió de ella por concepto de ventas.

**Control de inventarios.** Se refiere no sólo a los controles administrativos y contables para la protección contra robo, fraude y deterioro, sino a la necesidad de tener una cantidad óptima de mercancías o servicios a disposición que maximice el capital en ellos invertido.

## 2.4. SUMARIO

### A

Administración. Proceso de coordinar e integrar actividades de trabajo para que se lleven a cabo efectiva y eficazmente con otras personas.

Agentes de cambio. Personas que actúan como catalizadores y dirigen el proceso de cambio.

### C

Calidad de vida. Atributo de la cultura nacional que refleja el énfasis que se concede a las relaciones y el interés por otras personas.

Creatividad. Habilidad para combinar ideas en forma única o para encontrar asociaciones inusuales entre varias ideas.

Calidad. Características de un producto o servicio que le permiten satisfacer las necesidades de los clientes.

### E

Espíritu empresarial. Actitud según la cual las personas buscan oportunidades, satisfaciendo necesidades y deseos por medio de la innovación, sin tomar en cuenta los recursos que controlan en este momento.

Empresario. Persona que comienza u opera un negocio.

### I

Ideas. Ideas de inicio con nueva tecnología, y que se basan en la oferta de un nuevo producto a los clientes.

Inicio. Creación de un nuevo negocio desde cero.

## **N**

Necesidades. Estado interno por el cual ciertos resultados parecen atractivos. Punto de inicio de toda la conducta.

## **P**

Proyecto. Conjunto de actividades que se realizan una sola vez y tienen puntos definidos en el tiempo para su principio y finalización.

Pequeña empresa. Cualquier negocio pequeño que proporciona considerables ganancias a su propietario.

Plan de administración. Sección del plan de negocios que describe la estructura organizacional de una nueva empresa y los antecedentes de sus jugadores principales.

Plan de negocios. Documento que detalla la idea fundamental que subyace al negocio y otras consideraciones relacionadas con el inicio.

Plan financiero. Sección del plan de negocios que proporciona una relación de las necesidades financieras de la nueva compañía y fuentes de financiamiento y una proyección de sus ingresos, costos y utilidades.

Publicidad. Presentación impersonal de una idea comercial por conducto de los medios masivos de comunicación.

## **T**

Tormenta de ideas. Proceso para generar ideas que alienta la presentación de alternativas, al tiempo que suprime las críticas.

## **V**

Ventaja competitiva. Beneficio que existe cuando una empresa tiene un producto o servicio que es visto por su mercado objetivo como mejor que el de sus competidores. Es lo que distingue a una organización; su fuerza competitiva.

# **CAPÍTULO III**

## **METODOLOGÍA**

Ante el creciente número de desempleo y bajo desarrollo económico y social, es necesario un cambio de cultura adecuado a nuestro actual medio ambiente, esto podría generarse impulsando el desarrollo de empresas ya que estas son generadoras de fuentes de trabajo y debido a ello muchas personas encuentran oportunidades, ya sea como empleados o estableciendo su propio negocio.

Lograr el desarrollo económico y social permite enfrentarnos al cambiante mundo de hoy, la sociedad exige la creación de pequeñas y medianas empresas como detonador para generar los empleos tan necesarios en nuestra región.

La pequeña y mediana empresa ha sido en multitud de ocasiones, la que abre el camino por el que muchas personas, incluyendo las de escasos recursos, llegan a alcanzar un éxito empresarial, por lo cual es necesario ir eliminando las causas principales que frenan su desarrollo e impulsar el su crecimiento.

Las pequeñas y medianas empresas constituyen una de las grandes oportunidades para poder competir y exportar. La mayoría de las pequeñas y medianas empresas han alcanzado elevados estándares de competitividad gracias a la manera en que son administradas con técnicas sencillas, pero a su vez logrando calidad.

A pesar de todas las ventajas que nos proporcionan las pequeñas y medianas empresas, debido a la falta de interés o información, muchos jóvenes recién egresados de las Universidades optan por dedicarse a llevar a cabo actividades distintas a las de su carrera y los limita a generar ideas que podrían fortalecer el desarrollo económico de la región.

Por ello es de vital importancia impulsar a los egresados de las Universidades y a la sociedad en general a la creación de su propio negocio y así contribuir con el desarrollo económico y social de todo el país, generando nuevos y mejores empleos con experiencia administrativa.

Considerando lo anterior, se mencionan los siguientes aspectos metodológicos.

### 3.1. FENÓMENOS PARTICULARES

1. **Pequeñas y Medianas Empresas:** Son la fuerza impulsora del crecimiento económico de todo el país, mediante la creación de empleo, las inversiones y las exportaciones. La pequeña y mediana empresa es aquellas cuya propiedad y operación sean independientes, que persiga fines de lucro y sea motor del desarrollo económico y social, ya que éstas tienen un impacto muy importante en la economía.
2. **Espíritu Emprendedor:** En el proceso de desarrollo económico, el espíritu emprendedor es portador de la innovación tecnológica y agente de modernización. La creación de nuevas empresas son generadas precisamente por el desarrollo del espíritu emprendedor, ya que es impulso de nuevas ideas e innovaciones, lo cual da como resultado el desarrollo de proyectos novedosos.

3. **Desarrollo Económico:** El crecimiento económico es importante ya que genera fuentes de trabajo y mejora el nivel de vida de la sociedad y del país, permite vivir en un mundo competitivo e impulsor de nuevas y mejores ideas de los empresarios.

Los mercados en países en proceso de desarrollo como el nuestro, ha sido un factor determinante para el incremento de oportunidades que tiene el pequeño o mediano empresario para iniciar negocios. Un país en vías de desarrollo debe competir con aquellos que ya lo son, por lo cual es importante generar nuevas y mejores formas de competir como por ejemplo la creación de empresas.

### **3.2. SUJETOS**

Para lograr la veracidad de ésta investigación y obtener datos reales para los fines que se pretende, se llevaron a cabo encuestas a las siguientes personas:

#### **Comerciantes:**

Son personas que están en una edad promedio de 26 a 45 años, fueron tanto hombres como mujeres quienes en su mayoría se dedican a atender su propio negocio y cuentan con un nivel académico superior. Se llevaron a cabo las encuestas con éstas personas debido a que están involucrados en el ámbito empresarial y conocen la influencia que tienen las pequeñas y medianas empresas en la actualidad y como consecuencia nos permite conocer datos interesantes que éstas personas han experimentado debido a que viven en el mundo empresarial bajo el manejo de sus empresas.

Egresados:

Son personas que se encuentran entre los 23 y 29 años de edad, de igual manera que a los comerciantes se aplicó las encuestas tanto a hombres como mujeres, de los cuales un 50% de ellos se encuentran desempleados y el otro 50% se encuentra desempeñando una actividad similar a la de su profesión por lo cual cuentan con un nivel académico superior.

Los egresados de las Universidades son las personas a quienes se debe motivar e impulsar a la creación de nuevos negocios debido a que son ellos el futuro de nuestro país y quienes están más involucrados con las necesidades que hoy en día se requieren para lograr un mundo competitivo. Es importante conocer el interés que tienen por llevar a cabo metas empresariales, el motivo de ellas y la información que tienen para cumplir sus objetivos.

### **3.3. MATERIAL**

El instrumento utilizado para recabar la información necesaria para ésta investigación fueron las encuestas. Estas fueron aplicadas a comerciantes y egresados de las Universidades donde se pretende medir, el conocimiento del proceso de creación de empresas, en este caso de las pequeñas y medianas empresas, y si existe el espíritu emprendedor de los jóvenes egresados, para concretar sus ideas, en proyectos rentables que generen o eleven al desarrollo económico de la región.

Con este se pretende evaluar el efecto que causa, el desconocimiento del proceso de creación de empresas y la falta de visión entre los jóvenes egresados para crear su propio negocio.

### **3.4. PROCEDIMIENTO**

Para recopilar información de ésta investigación se aplicaron encuestas a pequeños empresarios y egresados de las Universidades, se acudió a las escuelas a visitar alumnos apunto de graduarse y domicilios particulares de las personas ya egresadas, al igual que a domicilios particulares y fiscal de los pequeños empresarios.

El apoyo por parte de estas personas fue agradable e importante ya que proporcionaron la información necesaria y requerida.

Los datos obtenidos fueron en un período de tres días los cuales fueron suficientes para finalizar las encuestas y recabar la información necesaria para ésta investigación.

Como complemento de ésta información obtenida fue necesario acudir a medios bibliográficos de distintos autores para disipar dudas y complementar la información obtenida en las encuestas.

Ya obtenido los datos e información necesaria de las encuestas se clasificaron, ordenaron y tabularon para su análisis, continuando con la presentación de éste análisis en graficas que serán explicadas en el siguiente capítulo.

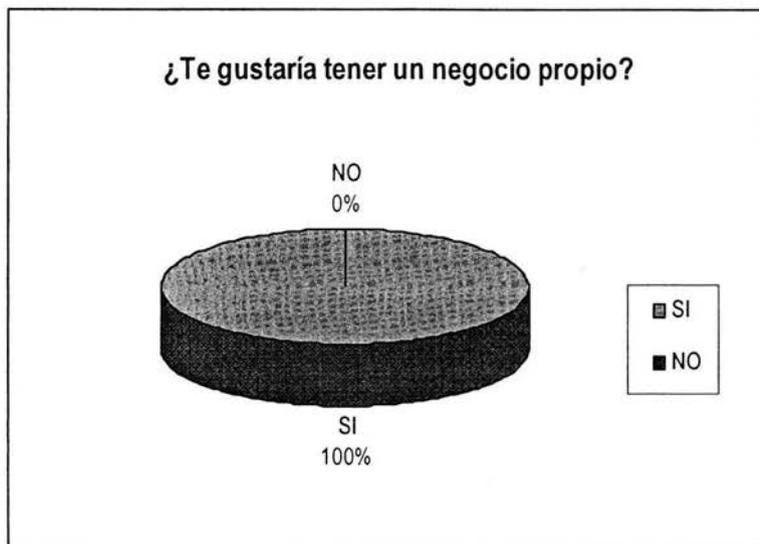
# **CAPÍTULO IV**

## **RESULTADOS**

#### 4.1. ANÁLISIS DE DATOS

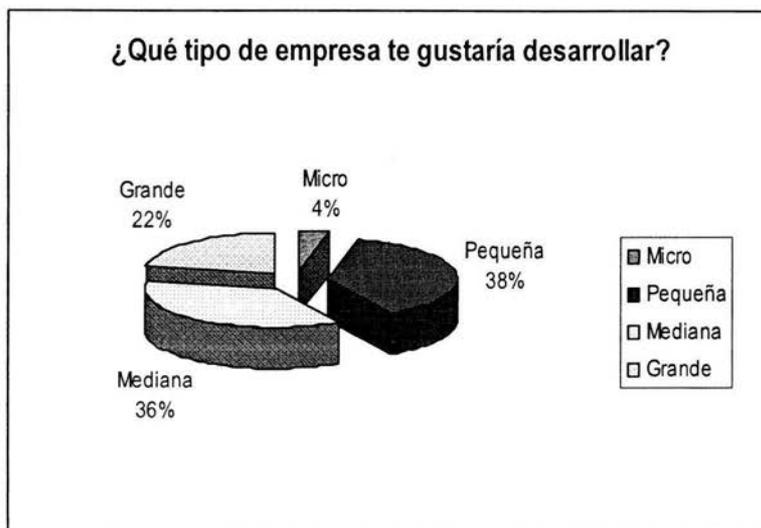
En el presente capítulo se describen los resultados del manejo estadístico de los datos obtenidos en las encuestas que se realizaron en éste estudio, mismos que a continuación se detallan:

GRÁFICA No 1



Como podemos ver en la gráfica, el total de las personas encuestadas desean tener un negocio propio por diversos motivos, sin embargo, debido a muchos factores que más adelante se examinarán, no logran éste objetivo. Es importante que las personas lleven a cabo metas como lo es emprender un negocio ya que es parte fundamental para lograr el desarrollo económico de la región.

GRÁFICA No 2



En la gráfica podemos detectar que las pequeñas y medianas empresas son consideradas en un alto porcentaje como alternativas para el desarrollo de una empresa, debido a que son más factibles para lograr emprenderlas.

Sin embargo, las grandes empresas representan un 22% del total de las encuestas, lo que significa que son una alternativa muy importante y que requiere de mucho esfuerzo para llevarlas a cabo.

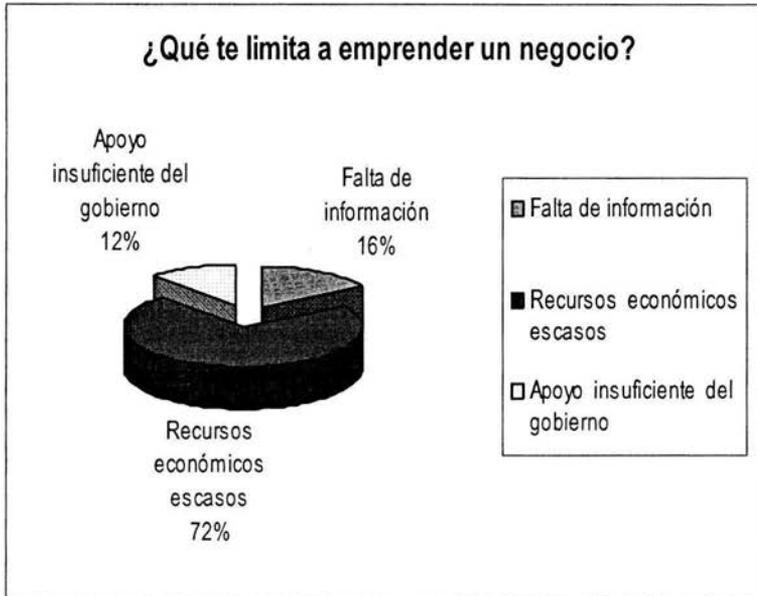
GRÁFICA No 3



Como podemos ver, el sector comercial influye en gran medida para el desarrollo de una empresa, debido a que su demanda es alta y es el sector que aporta un alto desarrollo económico del país.

Sin embargo, una empresa de servicios marca un alto porcentaje de audiencia en el sector empresarial, lo que significa la importancia que tienen estos dos sectores dentro de la creación de empresas.

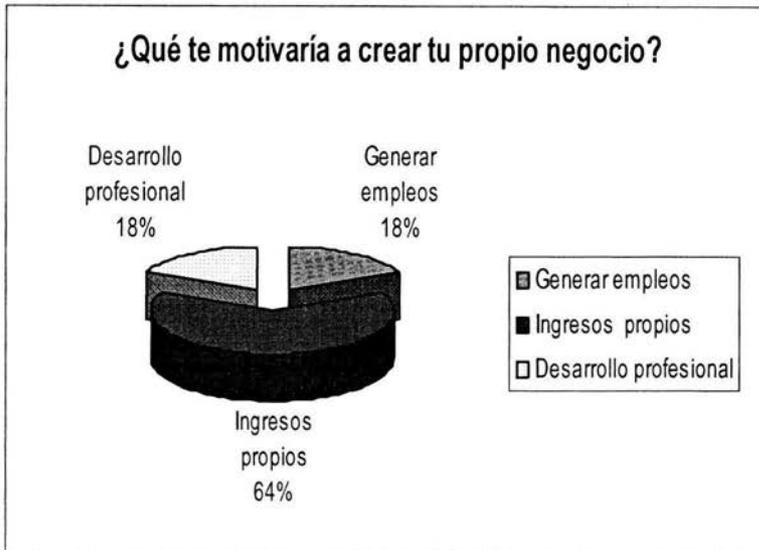
GRÁFICA No 4



La falta de recursos económicos es un factor que influye en gran medida en el poco desarrollo de pequeñas y medianas empresas, esto obstaculiza el incremento de las mismas al igual que la falta de información sobre la creación de una empresa.

Uno de los recursos más importantes para que una empresa pueda ser fructífera es el económico, ya que se requiere de una inversión importante para llevar a cabo estas ideas.

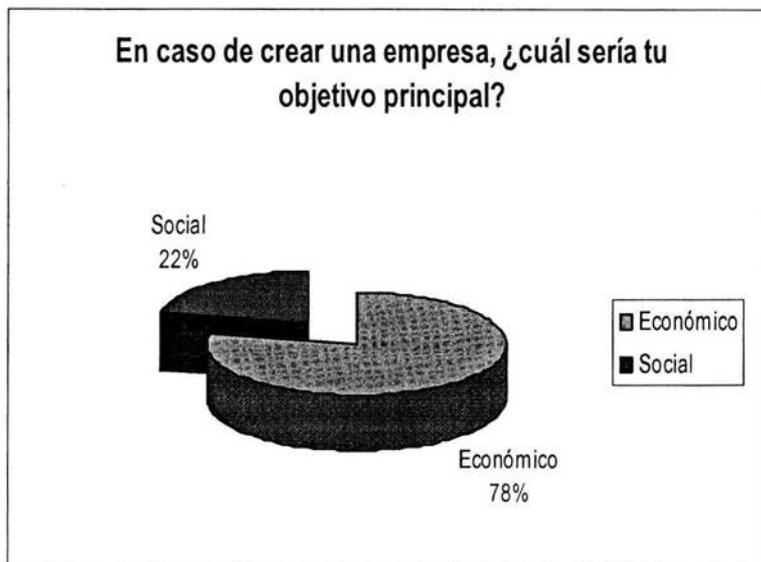
GRÁFICA No 5



Muchos de los factores que influyen para llevar a cabo el desarrollo de una empresa, son los ingresos que se perciben, debido a que las personas buscan independencia y una solvencia económica más segura, lo que las pequeñas y medianas empresas pueden lograr.

La gráfica nos muestra también el interés por las personas de generar empleos y llevar a cabo el desarrollo profesional de manera satisfactoria, mismos que la pequeña y mediana empresa les ofrece.

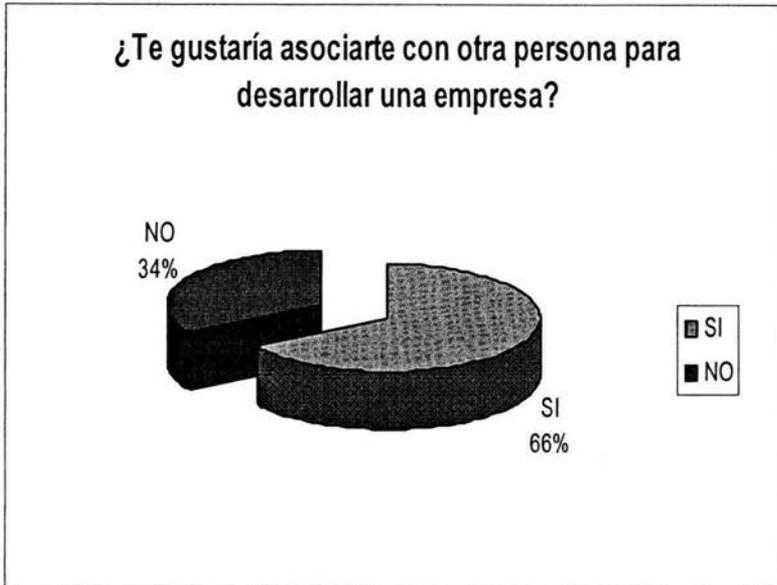
GRÁFICA No 6



Las pequeñas y medianas empresas como ya se había mencionado antes, ofrecen una solvencia económica más segura, una independencia y desarrollo profesional satisfactorio.

La gráfica muestra que el objetivo principal de las personas encuestadas para desarrollar una empresa es el económico, ya que buscan seguridad.

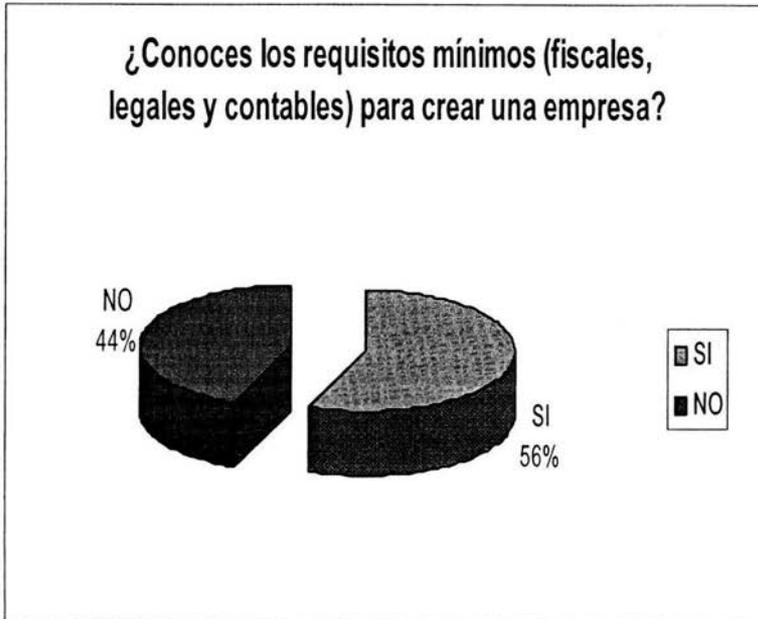
GRÁFICA No 7



La gráfica muestra el interés por las personas de asociarse para crear una empresa, al 66% de éstas personas si les interesa.

Debido a que cada día es casi imposible desarrollarse de manera personal en el ámbito empresarial, para las personas encuestadas es necesario asociarse con otras personas para llevar a cabo una mejor calidad administrativa.

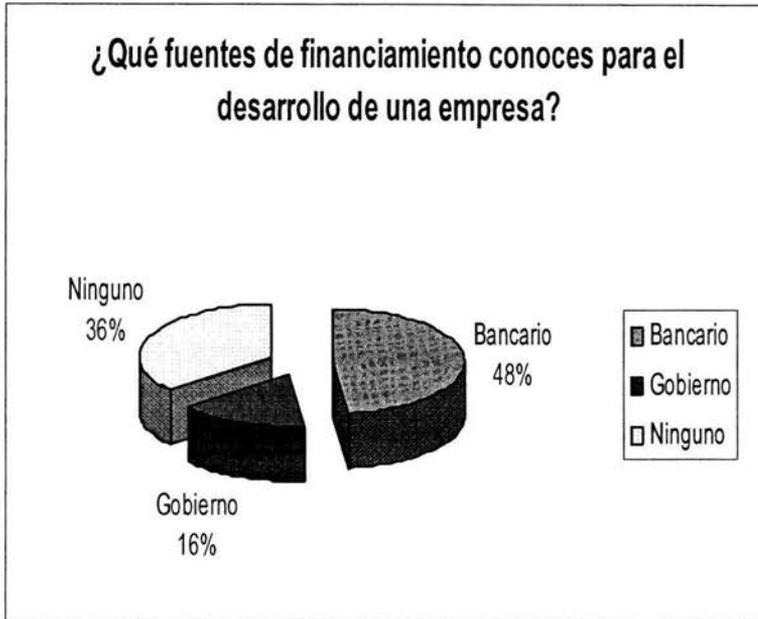
GRÁFICA No 8



La gráfica nos muestra que el 56% de las personas encuestadas conocen los requisitos mínimos tanto fiscales, legales y contables, éstos requisitos nos permite conocer el inicio de una empresa y llevarla hacia la dirección correcta.

El 44% de las personas restantes no conocen éstos requisitos, lo que significa que se debe difundir o presentar mayor información acerca de los requisitos de la creación de una empresa.

GRÁFICA No 9



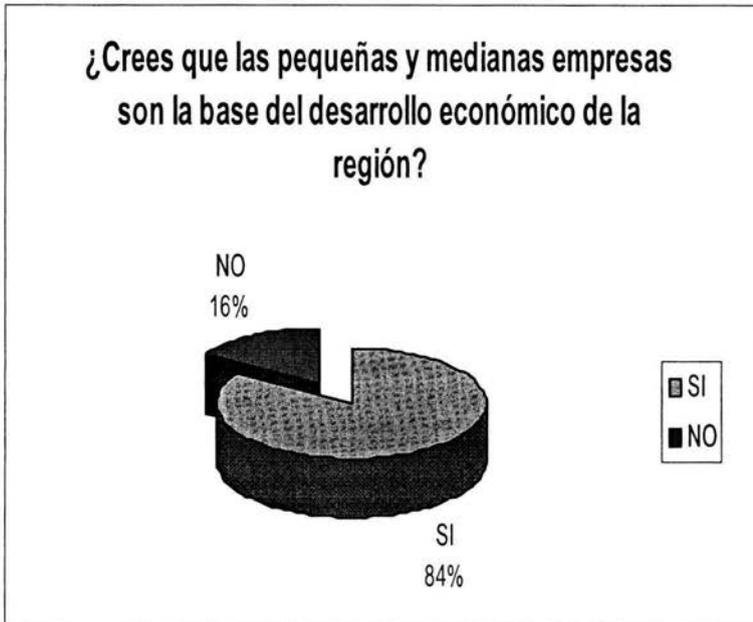
Ésta gráfica nos muestra que el 48% de las personas encuestadas únicamente conocen como fuente de financiamiento a los bancos y el 36% no conoce alguno, lo que significa que existe poca información acerca de éstas fuentes para el desarrollo de una empresa.

GRÁFICA No 10



El 56% de las personas encuestadas tienen conocimiento acerca de que las pequeñas y medianas empresas exportan sus productos, esto puede representar que la importancia de las pequeñas y medianas empresas sea mínima para las personas y por ello exista poco desarrollo de éstas.

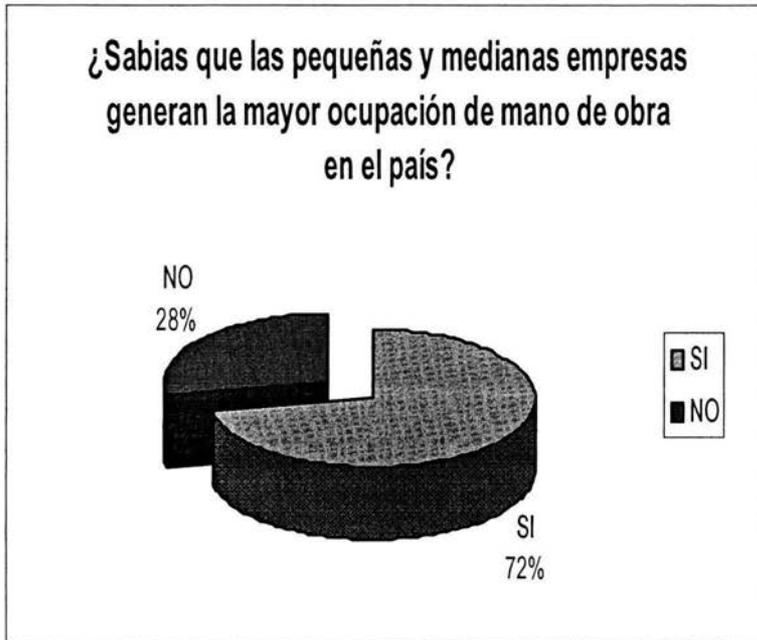
GRÁFICA No 11



La información que arroja ésta gráfica es que el 84% de las personas encuestadas consideran que las pequeñas y medianas empresas son importantes para el desarrollo económico del país y que representan un alto porcentaje en el ámbito empresarial.

Las pequeñas y medianas empresas generan un importante impulso económico y es generadora de empleos.

GRÁFICA No. 12



El 72% de las personas encuestadas consideran que las pequeñas y medianas empresas son generadoras de empleo y ocupan un alto porcentaje de mano de obra en todo el país, lo que origina un crecimiento económico y representa experiencia para muchas personas que inician su actividad laboral en éste tipo de empresas.

## 4.2. HALLAZGOS

Con el análisis efectuado de las graficas mostradas anteriormente, se ha podido detectar ciertos aspectos que localizan puntos cruciales en esta investigación y debido a su relevancia, mostramos a continuación:

- ↳ El 100% de las personas encuestadas tienen el ímpetu de ser dueños de su propio negocio y crear una independencia.
- ↳ Arriba del 50% de las personas encuestadas tienen conocimiento acerca de que las pequeñas y medianas empresas son una fuente muy importante para el desarrollo económico del país.
- ↳ Los ingresos económicos son el motivo principal por el cual las personas llevan a cabo la creación de éste tipo de empresas.
- ↳ La mayoría de las personas reconocen únicamente a las instituciones bancarias como fuente de financiamiento.
- ↳ Los requisitos mínimos para la creación de una empresa son conocidos arriba del 50% por las personas encuestadas.
- ↳ El recurso económico es uno de los obstáculos más importantes en el desarrollo de empresas.

# **CAPÍTULO V**

## **DISCUSIÓN**

## 5.1. INTERPRETACIÓN

Con la investigación, hemos observado el gran vacío que existe en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, debido a que la economía se desarrolla con mucha lentitud y la falta de información a originado el poco interés de las personas por desempeñarse como empresarios, esto nos trae como consecuencia un alto índice de desempleos y la baja en la economía. Por todo lo anterior se podría detallar las variables de ésta investigación.

1. Pequeñas y Medianas Empresas: Las pequeñas y medianas empresas contribuyen a elevar el nivel de ingresos de la población mediante el inicio de una idea. En los últimos años han tenido un auge importante en los diferentes ámbitos del desarrollo económico.

Como lo menciona el autor Joaquín Rodríguez Valencia en su libro Administración de Pequeñas y Medianas Empresas el establecimiento y la operación de pequeñas y medianas empresas es el resultado del deseo humano de poder satisfacer las necesidades de carácter material.

Las pequeñas y medianas empresas son el principal factor dinámico de la economía de un país, y a la vez constituyen un medio de distribución que influye en la vida privada de los habitantes.

2. Espíritu Emprendedor: Es importante profundizar en crear conciencia y responsabilidad en este factor de cambio.

El emprendedor genera innovaciones en cada una de las áreas de una empresa, por lo cual una persona con espíritu emprendedor mostrara satisfacción y autorrealización a través del manejo de su propia empresa. La persona que decide crear su propia empresa debe aplicar su talento creativo e innovador, ya que esto es el origen de las ventajas competitivas que colocan a la empresa en una posición firme en el medio y le aseguran su desarrollo.

3. **Desarrollo Económico:** Las pequeñas y medianas empresas tienen un impacto significativo en el desarrollo económico del país, vivimos en un mundo cambiante, por lo que en éste tipo de empresas se ven grandes oportunidades para el desarrollo económico.

Las pequeñas y medianas empresas representan un alto porcentaje en el ámbito empresarial, muchas oportunidades de desarrollo económico se ven reflejados en éste tipo de empresas ya que son consideradas como uno de los motores de crecimiento económico y por ello es importante contar con instrumentos de apoyo para lograr su máxima efectividad e implementar métodos que ayuden a un alto rendimiento de las mismas.

La pequeña y mediana empresa constituye, en la actualidad, el centro del sistema económico del país. Desgraciadamente, cada instante inician en todo el país cientos de pequeños negocios que se ven obligados a luchar para encontrar un lugar importante dentro de la economía y en su mayoría fracasan por la falta de experiencia administrativa.

Como lo menciona el autor Joaquín Rodríguez Valencia, la pequeña y mediana empresa proporciona más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales.

Como podemos darnos cuenta, un pequeño negocio puede parecer insignificante, pero representa una gran contribución a la economía ya que ofrece nuevos productos, ideas, técnicas y formas de hacer las cosas. La pequeña y mediana empresa no ofrece la opción para continuar con una expansión económica del país.

## 5.2. CONCLUSIÓN

En base a la información obtenida en los estudios que se llevaron a cabo, podemos decir que la hipótesis planteada **“Si los egresados de la Licenciatura en Administración generan y desarrollaran ideas con calidad administrativa hacia pequeñas y medianas empresas, entonces, habría mayor fuente de trabajo contribuyendo a elevar el desarrollo económico y social del Estado de Veracruz”** se confirma ya que demostramos a través de toda la investigación que las pequeñas y medianas empresas desarrolladas con calidad administrativa producen un gran impacto en la economía del país, ya que generan fuentes de trabajo, contribuyendo en el desarrollo económico. El establecimiento y la operatividad de éstas empresas, ha permitido penetrar en mercados extranjeros con óptimos resultados, contribuyendo en la economía, repercutiendo en el mantenimiento y creación de nuevas fuentes de trabajo para los jóvenes que se integran al mercado laboral, dando estos mejores expectativas de vida y cooperando con ello en la solución de diversos problemas sociales. Estas empresas son impulsoras de fuerza de trabajo con experiencia lo cual permite el desarrollo de ideas innovadoras y motiva a la creación de pequeñas y medianas empresas contribuyendo a crear y capacitar la mano de obra para que éstas a su vez se vean motivadas y de igual manera ayuden en el crecimiento económico y social del país.

Asimismo los objetivos establecidos fueron aplicados y se cumplieron. Con todo esto, llegamos a las conclusiones siguientes:

- ↳ Las pequeñas y medianas empresas son generadoras de fuentes de trabajo.
- ↳ La creación de ideas con calidad administrativa eleva el desarrollo económico del país.
- ↳ El impulso de la sociedad en general a la formación de nuevos empresarios mejora la calidad de vida contribuyendo al desarrollo de una cultura emprendedora.
- ↳ Las pequeñas y medianas empresas permiten forjar la experiencia que los egresados de las universidades o la sociedad en general necesitan para llevar a cabo sus ideas u objetivos con éxito.
- ↳ Las pequeñas y medianas empresas representan el 99.7% del total de las empresas en el país.
- ↳ La ocupación de la mano de obra que tienen las pequeñas y medianas empresas proviene del desplazamiento que generan las grandes empresas.
- ↳ El espíritu emprendedor coadyuva al desarrollo de pequeñas empresas lo que origina una oportunidad laboral a la sociedad en general.
- ↳ Dando a conocer el proceso de creación de una empresa de una manera más realista se incrementarían el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.
- ↳ Es importante que exista una mayor promoción y divulgación de los programas desarrollados por el sector gobierno para impulsar las pequeñas y medianas empresas.

### 5.3. RECOMENDACIONES

En base al estudio obtenido y con la finalidad de aportar a la sociedad en general, una mejor visión de crear empresas se propone una guía para la creación de pequeñas y medianas empresas, en el cual se pretende mostrar de manera simplificada una forma que ayude y motive al espíritu emprendedor en los recién egresados principalmente a desarrollar sus capacidades y habilidades empresariales.

La guía mencionada anteriormente debe especificar los siguientes puntos:

#### GUÍA PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA

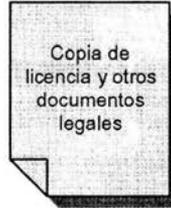
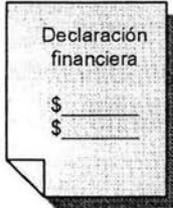
1. Enumere las razones para establecer una empresa.



2. Debe determinar qué tipo de negocio es apropiado para usted, de acuerdo a sus habilidades y los recursos económicos disponibles.



3. Deberá tramitar ciertos documentos.



4. Preparar un plan estratégico básico.



*Descripción del negocio.* Debe identificar claramente las metas y los objetivos y el por qué desea tener un negocio.



**WEB**

*Producto/Servicio.* Describir los beneficios y servicios desde el punto de vista de los clientes. Ésta información es útil para satisfacer a los clientes y desarrollar la lealtad.



*Ubicación.* Establecerlo tomando en cuenta a los clientes, debe ser accesible y debe proporcionar seguridad.



*Plan de mercado.* El elemento clave de un plan de mercado es conocer a los clientes, sus gustos, antipatías y expectativas.



*Competencia.* La competencia es parte de nuestras vidas, debido a ésta competitividad es importante saber quienes son nuestros competidores.



*Fijar precios y ventas.* Determine el tipo de estrategia que los competidores utilizan para fijar precios y así saber si los precios están de conformidad con los de los competidores.



*Publicidad y relaciones públicas.* Desarrolle un material de texto breve y descriptivo que identifique claramente su producto o servicio, su ubicación y los precios.



*Plan administrativo.* Es importante conocer las habilidades que posee y las que no, ya que se empleará personal para aportar las habilidades que falten. Es importante saber administrar y saber tratar a los empleados.



*Plan de administración financiera.* Identificar e implementar políticas que aseguren y resulten en la satisfacción de las obligaciones financieras. Se deben tener en cuenta los siguientes gastos: personal, honorarios legales y profesionales, acta constitutiva de la empresa, licencias y permisos, equipos, seguro, suministros, papelería, publicidad y promociones, salarios o sueldos, ingresos y utilidades.

Estos son pasos esenciales para la creación de una empresa, sin embargo, existen muchos más pero generalmente se van desarrollando conforme se lleva a cabo la guía anteriormente mencionada.

**REFERENCIAS**

**BIBLIOGRÁFICAS**

SÉRVULO Anzola

**Administración de Pequeñas Empresas**

Segunda edición

México, 2002

Editorial Mc Graw Hill

JOAQUÍN Rodríguez Valencia

**Administración de Pequeñas y Medianas Empresas**

Quinta edición

México, 2002

Editorial Thomson

GARCÍA García Enrique, GARZA Castaño Ricardo, Sáenz Belmonte

Laura, Sepúlveda García Lucinda

**Formación de Emprendedores**

Preedición

México, 2002

Editorial CECSA

P. ROBBINS Stephen, COULTER Mary

**Administración**

Sexta edición

México, 2000

Editorial Prentice Hall

HAMPTON David

**Administración**

Tercera edición

México, 1989

Editorial Mc Graw Hill

MARTÍNEZ Chavez Victor Manuel

**Diagnóstico Administrativo**

Tercera edición

México, 2002

Editorial Trillas

VAN Horne James C.

**Administración Financiera**

Décima edición

México, 1997

Editorial Pearson Educación

SANTEMASES Mestre Miguel

**Marketing Conceptos y Estrategias**

Segunda edición

Madrid España, 1994

Editorial Pirámide

STONER James A. F., FREEMAN R. Edward, Gilbert Jr. Daniel R.

**Administración**

Sexta edición

México 1996

Editorial Pearson educación

G. Longenecker Justin, W. Moore Carlos, J. William Petty

**Administración de Pequeñas Empresas un Enfoque Emprendedor**

Onceava edición

México, 2000

Editorial CECSA

GRABINSKY Salo

**El Emprendedor Creador y Promotor de Empresas**

Cuarta edición

México, 2000

Del Verbo Empezar

SÁNCHEZ Lozano Alfonso, CANTÚ Delgado Humberto

**El Plan de Negocios del Emprendedor**

Primera edición

México, 1993

Editorial Mc Graw Hill

**Administrate Hoy**

Año XI Febrero 2005

México, D. F.

**Administrate Hoy**

Año XI Septiembre 2004

México, D. F.

Fuente: [www.organiza.com.mx/home.html](http://www.organiza.com.mx/home.html)

Fuente: [www.emprendetec.edu.mx](http://www.emprendetec.edu.mx)

# **A N E X O S**

Con la finalidad de recabar información para la investigación acerca del comportamiento del consumidor se solicita a usted contestar sinceramente la siguiente encuesta.

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_  
Sexo \_\_\_\_\_ Ocupación \_\_\_\_\_

1. ¿Te gustaría tener un negocio propio?  
SI NO
2. ¿Qué tipo de empresa te gustaría desarrollar?  
Micro Pequeña Mediana Grande
3. ¿En qué sector te gustaría desarrollar una empresa?  
Comercial De servicios Industrial
4. ¿Qué te limita a emprender un negocio?  
Falta de información Rec. económicos escaso Apoyo insuficiente del Gob.
5. ¿Qué te motivaría a crear tu propio negocio?
6. En caso de crear una empresa, ¿cuál sería tu objetivo principal?  
Económico Social
7. ¿Te gustaría asociarte con otra persona para desarrollar una empresa?  
SI NO
8. ¿Conoces los requisitos mínimos (fiscales, legales y contables) para crear una empresa?  
SI NO
9. ¿Qué fuentes de financiamiento conoces para el desarrollo de una empresa?
10. ¿Tienes conocimiento de que algunas pequeñas y medianas empresas de la región exportan sus productos?  
SI NO
11. ¿Crees que las pequeñas y medianas empresas son la base del desarrollo económico de la región?  
SI NO
12. ¿Sabías que las pequeñas y medianas empresas generan la mayor ocupación de mano de obra en el país?  
SI NO