



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

UNIDAD IZTAPALAPA

**“CONOCIMIENTOS SOBRE LAS MIPYMES  
Y LA FORMACIÓN DEL ADMINISTRADOR”**

**TESINA PARA OBTENER EL GRADO DE  
LIC. EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTAN:**

ESCAMILLA NAVA JOSÉ FRANCISCO

MARTELL MENDOZA MARÍA DEL CARMEN

**ASESORA:**

MTRA: ALMA PATRICIA ADUNA MONDRAGÓN

México, D.F. Julio 2015

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco principalmente a mis padres Miguel Martell Bautista y Ma. Del Carmen Mendoza Martínez, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional amor y apoyo en todos estos años.*

*Gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy, ha sido un privilegio ser su hija, gracias por ser los mejores padres, ya que todo este trabajo ha sido posible gracias a ustedes.*

*Quiero agradecer a Dios por haberme dado la sabiduría, el entendimiento y la fortaleza para poder llegar al final de mi carrera, por no haber dejado que me rindiera en ningún momento, e iluminarme para salir adelante.*

*También quisiera agradecer la ayuda recibida de la Mtra. Alma Patricia Aduna Mondragón, asesora de este proyecto, por las sugerencias recibidas, el seguimiento y supervisión; pero sobre todo por la motivación, el apoyo y la confianza brindada.*

*A mi amigo José Francisco Escamilla Nava por su compañía y los buenos momentos que pasamos juntos.*

*María del Carmen Martell Mendoza*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios:*

*Por haberme permitido llegar hasta donde estoy, porque día a día me da una oportunidad de estar con mis seres queridos. Dame la fuerza y el coraje para seguir adelante y nunca me rinda.*

*A mis padres:*

*Por todo su cariño, comprensión, apoyo, ya que sin ustedes, no habría llegado hasta aquí. Han sido y serán un ejemplo a seguir. Soy muy afortunado de tener a los mejores papás del mundo. Quiero que se sientan orgullosos, ya que éste logro también es de ustedes, que gracias a todo su esfuerzo, tiempo, cuidados y amor, me ayudaron a conseguirlo. Los amo.*

*A mis hermanos:*

*Por siempre creer en mí, sin duda soy muy dichoso, ya que la vida me dio la oportunidad de compartir mi camino, con ellos, han estado conmigo en todo momento, apoyándome, buscando siempre lo mejor para mí. Los amo.*

*Mtra. Alma Patricia Aduna Mondragón:*

*Gracias a usted por todo el apoyo, que me brindó durante todo este tiempo, ha sido mi amiga, mi maestra y mi Asesora de tesina. Gracias por su confianza y consejos. Por ayudarme en las buenas y en las malas.*

*Carmen:*

*Has estado conmigo en todo momento, siempre apoyándome y aunque en ocasiones me he caído, me has ayudado a salir adelante. Gracias por haber recorrido ésta etapa conmigo, por creer en mí, por cada momento que hemos compartido. Te quiero.*

*José Francisco Escamilla Nava*

# INDICE

## CONTENIDO

OBJETIVOS .....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
JUSTIFICACIÓN.....	4
CAPITULO 1 “ANTECEDENTES DE LOS EMPRENDEDORES” .....	6
1.1 “ORIGEN DEL EMPRENDEDOR” .....	6
1.2 “¿QUIÉN ES?” .....	7
1.3 “CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR.” .....	8
1.4 “TIPOS DE EMPRENDEDOR” .....	9
1.5 “LOS VALORES DEL EMPRENDEDOR” .....	10
1.6 IMPORTANCIA DEL EMPRENDEDOR A NIVEL SOCIAL.....	13
CAPITULO 2 “MIPYMES” .....	16
2.1 EVOLUCION HISTORICA DE LA EMPRESA.....	16
2.2 CONCEPTO DE EMPRESA .....	19
2.3 ¿QUÉ SON LAS PYMES? .....	20
2.4 CARACTERÍSTICAS GENERALES Y CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES .....	22
2.5 FACTORES QUE PROPICIAN EL FRACASO DE LAS MIPYMES .....	27
CAPITULO 3 “LA ADMINISTRACION Y LAS MIPYMES” .....	30
3.1 LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN MÉXICO.....	30
3.2 EL USO DE LA TECNOLOGÍA, LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES .....	35
3.3 ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS PYMES EN MÉXICO .....	36
3.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN MÉXICO.....	43
CAPITULO 4 “REFLEXIONES FINALES” .....	62
4.1 “IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA”.....	63
4.2 FUNCIONES DE UN ADMINISTRADOR EN UNA ORGANIZACIÓN .....	67
4.3 “RETOS DEL ADMINISTRADOR ACTUAL EN MÉXICO”.....	69
4.4 RELACIÓN FORMACIÓN-ÁMBITO PROFESIONAL .....	71
CONCLUSIÓN .....	74
Bibliografía.....	76



## OBJETIVOS

El presente trabajo, tiene como objetivo general, hacer un análisis de la importancia del conocimiento de las MYPYMES en México y esto relacionado a la formación del administrador.

Como objetivo específico, es crear un análisis acerca de las pymes mexicanas como importantes generadoras de empleo y desarrollo económico interno, para ello es necesario realizar un diagnóstico de la actual situación de las pymes, que nos da una pauta a seguir en el fortalecimiento en la estructura de las pymes, para que estas a su vez, nos permitan analizar cuáles son las habilidades que el administrador adquiere durante su formación y de esta manera aplique sus conocimientos adquiridos y permita desempeñarse profesionalmente dentro de ella, y con estas capacidades pueda diseñar acciones para fortalecer a las pymes de México, en la medida en que las empresas puedan crecer y desarrollarse, estas podrán proveer mayores beneficios a la economía y al desarrollo.



## INTRODUCCIÓN

Las empresas proveen a la economía un importante bienestar en la productividad, conocimiento, generación de empleos, contribuyen a la renta nacional, entre otros, pues la esencia de las actividades del ser humano, son la forma del sustento para sí y su familia, por tanto, una economía en un país como México, su importancia está en las diferentes actividades que su población realiza para auto sustentarse.

Aunque la composición de las grandes empresas, es menor en relación a las pymes, las primeras son empresas altamente desarrolladas en tecnología y en recursos financieros, en cuanto a las segundas son empresas nacionales y a diferencia de las primeras, aunque estas cuentan con capitales y oportunidades menores para desarrollarse, la aportación a la economía y la generación de empleos es mayor para el caso de las pymes.

Una parte fundamental en el crecimiento de las economías, está relacionada con la producción y la aportación a la renta nacional, que en este caso, las pymes contribuyen mediante impuestos y exportaciones.

No puede haber un desarrollo si no hay crecimiento, ya que de este depende de que se dé el crecimiento. El desarrollo que pueden implementar las pymes en la economía mexicana, está en relación a las innovaciones, tanto tecnológicas como innovaciones en los procesos y manejos administrativos y operativos, que generan nuevos conocimientos que pueden ser implementados para generar competitividad y desarrollo.

El apoyo e impulso hacia las pymes, genera beneficios a la economía, ya que estimula la generación de más negocios, que satisfacen las nuevas necesidades que se crean a la llegada o crecimiento de las empresas ya instaladas o de reciente instalación.

Este trabajo consta de cuatro capítulos y conclusiones, en donde exponemos un análisis de las MyPYMES en México y así mismo la importancia de la formación del administrador.

En el Capítulo 1 tenemos un análisis del Emprendedor, y como ha ido evolucionando a través del tiempo, así mismo definiciones y características.

El Capítulo 2 es un análisis del papel que juegan las pymes en el desarrollo y crecimiento de México, así como la importancia que estas tienen en la economía en cuanto a la generación de empleos y aportaciones a la economía.

En el Capítulo 3, vamos a ver los programas y apoyos para las pymes en México, así como los financiamientos otorgan tanto el gobierno, la banca u otros, así como sus ventajas y desventajas.

En el Capítulo 4 se plantean las condiciones a las cuales el administrador se enfrentará al finalizar la licenciatura, buscando adaptarse a los constantes cambios que se presentan en la sociedad, debido a la globalización y las nuevas tecnologías. Además se hace una reflexión



## JUSTIFICACIÓN

### “IMPORTANCIA DE LAS MIPYMES”.

La habilidad administrativa es el ingrediente necesario para el éxito en cualquier empresa. Realmente tenemos que reconocer la importancia de los conocimientos y experiencia administrativa en el manejo de cualquier clase de organismo social.

El éxito de toda empresa depende en gran parte de la efectividad de la administración. Ahora bien esto da paso a lo que es un emprendedor Está orientado hacia la búsqueda y el aprovechamiento de oportunidades, eso en vez de conformarse con los recursos que posee. Esto implica pensar de otra manera, que sean creadores de trabajo, y de esta manera no ser buscadores de empleo. Se asociado a la creación de riqueza y su distribución social.

Los emprendedores crean sus propios negocios en grandes empresas. En tal sentido, estos actores necesitan comunicar sus ideas, tanto informal como formalmente, a través de los planes de negocios, instrumento que además les brinda herramientas que le permiten analizar y evaluar el grado de factibilidad y sustentabilidad de sus ideas.

### Importancia de las Pymes en MEXICO

La fuerza económica eficiente comienza cuando las personas que unen esfuerzos y recursos e intercambian bienes y servicios. El principio de cooperación da como resultado a la empresa, ser la unión de esfuerzos y medios. De esta manera, los administradores buscan obtener mejores resultados en la operación de las empresas, ya sea en eficacia y calidad. No obstante, estas técnicas solo se pensaban que eran funcionales para empresas pequeñas, ya que no se considera el hecho de que toda empresa en sus inicios fue pequeña. También es importante señalar que se tiene poco conocimiento acerca de la importancia económica y social que tiene la pequeña empresa en nuestro país. Sin embargo, cientos de pequeños

negocios inician en todo el país, luchando por su subsistencia, ya que se encuentran con problemas en el área administrativa y la falta de capacitación técnica.

La pequeña y la mediana empresa son consideradas hoy en día, el centro del sistema económico de México. El enorme crecimiento de su influencia actual 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. Estas empresas llevan a cabo una investigación de mercado, y gracias a la obtención de resultados dan paso a la planeación y así mismo elaboran procedimientos para poder llevar a cabo sus objetivos generales.

La pequeña y la mediana empresas proporcionan más de la mitad de todos los empleos del país, ya que constituyen el 97% del total de las empresas, generadoras de empleo del 79% de la población y generan ingresos equivalentes al 23% del Producto Interno Bruto (PIB), lo anterior es una clara señal que debemos poner atención a este tipo de empresas y verlas como lo que en realidad son: la base de la economía mexicana (INEGI, 2005).

A pesar de ser una fuente muy importante en la economía del país, las Pymes no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena y existen en el país grandes problemas que las afectan en gran medida.

Entre las problemáticas de las pequeñas y medianas empresas podemos resaltar que sus inversiones para tecnología, infraestructura, seguridad, entre otras, son muy bajas, por lo que el 70% de las Pymes no cuenta con base tecnológica instalada teniendo temor de no poder solventar los costos de inversión y operación que esto implica; otras razones son la resistencia al cambio, el desconocimiento de los sistemas de información, la falta de infraestructura y la carencia de visión sobre los beneficios que la tecnología puede traer a una empresa (INEGI, 2012).

## **CAPITULO 1 “ANTECEDENTES DE LOS EMPRENDEDORES”**

### **1.1 “ORIGEN DEL EMPRENDEDOR”**

Los emprendedores han existido en todas las épocas, y han sido desde siempre responsables de los avances que han transformado la manera de vivir de la humanidad, por ejemplo tenemos al emprendedor que una vez descubrió la rueda, ya que tuvo la brillante idea de utilizarla como elemento crucial en la fabricación de carretas para el transporte humano y de carga.

La creatividad humana fue crucial para los avances e inventos de la época, ante la escasez de conocimientos. Sin embargo, conforme el mundo se modernizó y los productos, artefactos, y equipos fueron haciéndose más complejos y sofisticados, las características de los emprendedores cambiaron, pues el conocimiento se convirtió en privilegio de unos pocos.

La revolución industrial tuvo como objetivo sustituir el trabajo manual con máquinas que aumentaran la velocidad y la calidad de la producción a niveles superiores a los de la capacidad humana. Los emprendedores capaces de contribuir a la creación de dichas máquinas y productos avanzados, fueron solo aquellos con la educación con los conocimientos suficientes para poder hacer tales contribuciones.

A principio de los años 80, del siglo pasado, se marcó nuevamente otro cambio trascendental, debido a que se hizo posible que el conocimiento dejara de ser privilegio para unos pocos y llegara finalmente al alcance de cualquier persona.

La revolución propiciada por el procesamiento y la transformación electrónica de datos ha derribado todas las barreras y dado origen a la era del conocimiento, la cual ha traído al mundo la oportunidad de lograr grandes avances.

## 1.2 “¿QUIÉN ES?”

“Al emprendedor se le considera como una persona que explora el cambio como un generador de oportunidad para de esta manera crear valor” (García García Enrique, 2008).

“Emprender ofrece al individuo opciones de superación personal y de vida, que van más allá de la tradicional, además un emprendedor busca un camino distinto y generalmente decide crear negocios innovadores y de esta manera poder convertirse en empresario exitoso y que a su vez sea capaz de competir en los mercados internacionales” (Vázquez, 2010).

“Emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo”. (Enrique, 2003)

Los emprendedores hoy en día tienen el mundo en sus manos, debido a que el conocimiento está al alcance de cualquier persona que tenga acceso a una computadora e internet.

De esta manera podemos decir que un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización.

El proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas.

Cuando un emprendedor decide, con toda su pasión y voluntad, lanzarse a la tarea de construir su propio emprendimiento, tiene por delante el desafío de poder sostener con perseverancia y optimismo la tensión de tener que atravesar ese proceso de construcción organizacional que sucede como consecuencia de la detección de una oportunidad o el lanzamiento de su producto, dentro de un contexto incierto y siempre escaso de recursos.

### 1.3 “CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR.”<sup>1</sup>

El espíritu emprendedor juega un papel clave para las economías actuales, sin embargo un emprendedor tiene la capacidad de ver las oportunidades y analizar los recursos para llevar a cabo el proyecto. Existen ciertas características que tiene una persona emprendedora como son:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca retroalimentación.
- Toma de riesgos calculados.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio

A las cuales añade las siguientes:

- Creatividad e innovación.
- Confianza en sí mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo

---

<sup>1</sup> <http://genesis.uag.mx/edmedia/material/DEM/UnidadI.pdf>

## 1.4 “TIPOS DE EMPRENDEDOR”<sup>2</sup>

Los emprendedores pueden ser clasificados tomando en cuenta estos aspectos:

1. Por la razón que emprenden
2. Por aprovechar una oportunidad: porque encontraron una necesidad insatisfecha o un nicho de mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y trabajan en ella. Les gusta lo que hacen; incluso puede decirse que tienen vocación.
3. Por necesidad o porque se encuentran en una situación desfavorable; específicamente, porque no tienen empleo, ya sea por falta de preparación o porque acaba de ser despedido y, requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.
4. Según el tipo de empresa
5. Emprendedor social que busca, mediante su creatividad, entusiasmo y trabajo en su proyecto emprendedor, producir un cambio social, en beneficio de un sector de la población, por lo general sin recibir ganancias económicas para él (sin fines de lucro).
6. Emprendedor que busca destacar en alguna área y ser modelo para otros; por ejemplo, en las artes, el deporte o la política. Emprendedor de negocios. Si emprende dentro de una empresa se le llama emprendedor interno, y si lo hace en su propio negocio con fines lucrativos es un emprendedor externo, que puede iniciar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricando productos, ofreciendo servicios, o tan sólo comercializando algo ya existente.

---

<sup>2</sup> <http://genesis.uag.mx/edmedia/material/DEM/UnidadI.pdf>

## 1.5 “LOS VALORES DEL EMPRENDEDOR”

Hoy en día tenemos la convicción de que solo una vida llena de valores éticos puede conducir al individuo a lograr la plenitud de paz, veracidad y felicidad. Sin embargo, al obtener poder y riqueza se llega a olvidar el bien común y los valores éticos que se adquieren desde nuestro entorno familiar; es importante que el emprendedor tenga bien claro ciertos valores éticos a lo largo de su vida. Asimismo, en el ámbito de los emprendedores existen ciertos principios que se respetan tradicionalmente y cuando no es así, el resultado puede ser el fracaso, tanto personal como institucional.

Durante el ejercicio profesional, los valores éticos suelen hacerse a un lado ya que continuamente no son respetados; en ciertos ambientes laborales se promueve la mentira, el incumplimiento, la traición a los demás, la indiscreción, el abuso de poder, el acoso sexual, la ganancia ilícita etc.

Algunos hombres de negocios creen que los valores éticos no tienen que ver con los negocios, y se dejan llevar por la ambición y adquisición de poder. Pero tenemos que tomar en cuenta que la actividad emprendedora no solo se basa o es responsable de mantener el índice de crecimiento positivo, sino que detrás de estos logros esta la influencia de los valores morales.

En la actualidad, a través de diferentes medios de comunicación, se ha dado a conocer que ciertas instituciones de diversa índole se han ido al fracaso, a causa de la codicia y de obtener ganancias altas de una forma rápida.

Sin embargo, si llevamos a la práctica los valores morales pueden guiar a la obtención de buenos resultados a la empresa ya que vivir conforme a normas éticas proyecta una buena imagen, en cuanto al trabajo la aplicación de valores éticos influye a que se realice lo mejor posible y con calidad.

## Valores Éticos Del Emprendedor

El emprendedor, en el ejercicio de su actividad debe de aplicar ciertos valores los cuales son clave para su formación.

**LIBERTAD.** Es uno de los valores fundamentales en el ejercicio de la actividad emprendedora ya que es como la capacidad de decisión de poder elegir la cual es necesaria para la promoción y crecimiento de la actividad emprendedora.

**JUSTICIA:** Es adecuado pensar y desear el bien común para sí mismo y para los demás. Hablamos de justicia como valor de recibir un buen trato y de vivir una vida más equitativa “dar a cada quien lo que le corresponde”. Es decir este valor nos guía, a buscar la equidad entre los derechos y obligaciones, de hecho este valor es nuclear en todas las relaciones humanas ya que es como la acción y lucha que cada uno de los individuos y comunidades.

Sin embargo, la justicia comienza por uno mismo ya que en algunas ocasiones nos sentimos impotentes a la hora de intentar resolver una injusticia social; pero una sociedad no podrá ser justa si los individuos que la componen carecen del sentido de la justicia o no tienen actitudes positivas hacia el valor de la justicias.

**HONESTIDAD.** Es uno de los valores más apreciados en las personas y con más razón en los emprendedores, es el de la honestidad.

La veracidad implica que la persona no debe engañar, aun cuando puede obtener beneficios personales. La honradez en el actuar implica al rechazo a la acción robar, en otras palabras es la capacidad de auto controlarse cuando se presenta el deseo y la oportunidad de tomar cosas ajenas o de cometer un fraude. La honestidad en el emprendedor es un valor que lo hace permanecer en el equilibrio personal.

**RESPONSABILIDAD.** Este valor permite al emprendedor identificarse como un ser independiente capaz de normar sus decisiones frente a los demás y consigo



mismo. Este valor también ayuda al emprendedor prevenir ciertas situaciones que puedan afectarle o también a los demás.

- En las organizaciones laborales los puestos de más alto rango tienen más responsabilidad, por lo tanto un pequeño descuido puede traer consecuencias catastróficas para muchas personas.
- La persona que tiene su empresa, tiene la responsabilidad de pagar salarios a tiempo, respeto a los horarios de trabajo y otras prestaciones de ley.
- Para un emprendedor, el asumir este valor representa las garantías de estar en el camino exitoso para él y para su institución o empresa.

## 1.6 IMPORTANCIA DEL EMPRENDEDOR A NIVEL SOCIAL

El ser emprendedor es importante en el ámbito social, económico y personal, esto se debe a que estos tres factores se entrelazan para el desarrollo de una persona. Esta actividad emprendedora convierte los sueños de cambio en una realidad social, esto se debe a la capacidad de innovar, y de quitarse esas barreras que impiden ese crecimiento y el ir más allá, desafiando el equilibrio social, político y económico.

La importancia de la actitud emprendedora a nivel social radica en que el proceso implica esa transformación de la gente ordinaria en personas emprendedoras, es decir que son personas capaces de iniciar el cambio, ya que se abren paso con un pensamiento diferente, ya que buscan convertir sus sueños en una realidad, debido a que combinan las capacidades de innovar y desafiar sus limitantes. Son personas que tienen coraje y la seguridad en sí mismas para entrar en todos los niveles de la sociedad e ir transformando.

Es de suma importancia que las personas desarrollen más su capacidad emprendedora, porque cada vez se generan menos empleos de los que se requieren socialmente, lo cual ha dado como resultado que por ejemplo los egresados no encuentren oportunidades laborales y pasen largos periodos desempleados.

Como puede observarse un emprendedor no es necesariamente una persona que tiene una buena idea, alguna habilidad técnica, o un conocimiento específico. En esa categoría se encuentran los inventores, artesanos o artistas. A diferencia de ellos, los emprendedores son gente capaz de proveerse de las herramientas necesarias para construir la organización capaz que le permita concretar un producto o servicio que sea valorado por el mercado.

El emprendedor, a diferencia del artesano o el artista, se propone desarrollar una estructura que haga trascender a el producto, el servicio, o la técnica que da origen al proyecto, y a partir de ese objetivo comienza a surgir la necesidad de

incorporar conocimientos, competencias y recursos para cubrir las funciones de comercialización, administración y producción de una manera diversificada, enfocada a los objetivos de crecimiento.

No se trata de construir un producto o un servicio “que cambiará el mundo”, sino de diseñar el negocio capaz de introducir ese producto o servicio en el mercado, y lograr que sobreviva y crezca. El mundo cambia. Siempre ha sido así. Lo que ocurre es que ahora lo hace mucho más rápido, tanto, que incluso pasa desapercibido entre nuestro ritmo de vida.

Un emprendedor debe reflejar la personalidad de líder. Incluyendo la habilidad para seleccionar apropiadamente miembros del equipo, comunicación, medición, negociación y habilidades de persuasión.

Además es muy importante compartir el crédito del logro o también conocido como éxito, ya que todos son miembros del equipo, de esta manera los emprendedores valoran sus propias fortalezas y debilidades cuando se administra un negocio.

Otra característica del emprendedor es que debe conocer el mercado, ya que continuamente busca una idea sobre la cual tendrá oportunidad y de esta manera tenga una ganancia que valga la pena en esfuerzo y recursos. Se apodera de las oportunidades y además de tener habilidad creativa e innovadora para imaginar cómo pueden crecer y agregar valor.

Así mismo un emprendedor obviamente siempre tendrá incertidumbre, y este es un factor natural, ya que no se sabe lo que le espera.

Aunque un emprendedor siempre irá más allá, arriesgándose, y gracias a la incertidumbre es que identifican, valoran, calculan, administran, y trasladan el riesgo. Sumado a las características del emprendedor, podemos encontrar que el emprendedor contrae un compromiso de búsqueda del bien común y del bien individual, lo que lo lleva a todas acciones y se guían por valores particulares, por ejemplo el valor de la responsabilidad ya que este valor permite identificarse como



un ser independiente, que es capaz de normar sus decisiones frente a los demás y consigo mismo.

## CAPITULO 2 “MIPYMES”

### 2.1 EVOLUCION HISTORICA DE LA EMPRESA

#### **Etapas de la evolución histórica de la empresa**

En la evolución histórica de la empresa se distinguen tres etapas a partir del fin de las civilizaciones antiguas: 1) El tiempo en que el concepto de capital estuvo restringido a objetos y mercancías. 2) El tiempo en que el anterior concepto se amplió y se adiciono con la existencia del dinero. 3) El tiempo en que a los elementos anteriores se sumaron los valores fiduciarios.

#### **1. El concepto de capital restringido a objetos y mercancías:**

Esta etapa se caracterizó por limitar el concepto de capital solo a la inclusión de objetos y mercancías: la riqueza de las personas se basaba en la posesión de estos bienes (cantidad de ganado, trigo, tierra, etcétera).

El método empleado para esas transacciones era el trueque de objetos, el mercader aportaba los objetos que deseaba comerciar y tomaba directamente aquellos por los que hacía el cambio. El desarrollo de los negocios sobre estas bases fue siempre reducido y estuvo limitado a las necesidades más urgentes.

El surgimiento de mercados, donde concurrían periódica y corrientemente los comerciantes, fue un paso progresivo en relación con los mercados ambulantes o esporádicos que en un principio existieron. Los mercaderes concurrían a éstos procedentes de diversos puntos y países, llevando toda clase de mercancías. En ese lugar de reunión se efectuaban numerosos trueques para marcharse después, con los nuevos objetos adquiridos, a otros sitios a fin continuar incrementando sus fortunas a través de ese primitivo medio de transacción.

El arroz, las pieles, el tabaco, el trigo, el aceite, etc., fueron usados para dicho propósito en diferentes países. Estas mercancías servían como patrón de valor para todas las demás, sin que por ello dejaran de tener su valor intrínseco. Pero como la mayor parte de ella era voluminosa, pesada, de difícil manejo, pronto se vio la

necesidad de que esos medios tuvieran durabilidad, divisibilidad y universalidad, por lo tanto, comenzaron a adoptarse los metales como medio de intercambio. Con este importante paso, las transacciones comerciales aumentaron su volumen y se facilitaron en gran medida.

La primera manifestación de este desarrollo fue establecer lugares permanentes para depositar las mercancías, para que después de efectuarse las transacciones pudieran transportarse a otras áreas en grandes cantidades.

Sin embargo, durante esta etapa los metales como medio de cambio no se vieron como riqueza en sí mismos, sino como conveniente medio de intercambio comercial.

## **2. Aparición del dinero.**

El desarrollo económico hizo que los comerciantes emplearan metales para el desarrollo de sus transacciones y, a la vez, encontraron grandes ventajas al valorar todas sus mercancías dinero, llevar sus cuentas por unidades monetarias, pagar sus contribuciones con estas y calcular por el mismo sistema sus ganancias o pérdidas.

Un lote de mercancías se llegó a considerar una inversión de dinero de la cual se esperaba obtener alguna ganancia, porque todavía el concepto de productividad directa del capital no existía, ya que el capital no era propiamente calculable.

La idea de una ganancia derivada directamente del capital es la principal característica del capitalismo y es en este punto donde se opera la división entre capitalistas y trabajadores. Desde este momento, el trabajador actúa solo por demandas u órdenes y mediante un salario, mientras que el capitalista produce libremente, ya sea para almacenamiento o para los mercados.

**3. Aparición de los valores fiduciarios.** En esta etapa surgen las instituciones financieras destinadas al manejo del dinero (bancos y casas de bolsa), y es de estas raíces de donde surge el concepto de valores, es decir, títulos

representativos de dinero, cuya evolución ha llegado al punto de representar valores potenciales, dando lugar a la época del crédito.

El concepto general de valores significa una clase de pale comercial empleado en gran número de unidades, por lo general de igual denominación y clase, que son libremente intercambiables y transferibles, a las que se vincula el derecho a una parte determinada del capital que representan y a una participación a las ganancias de una empresa.

Mientras el dinero no tenía la forma de valores, el empresario que no poseía capital suficiente solo podía adquirirlo por medio de operaciones personales con alguien que tuviera dinero en efectivo para prestárselo.

Con el surgimiento de las empresas modernas (capitalizadas y financiadas por medio de títulos representativos de capitales acumulados y en potencia), el dinero asume una forma elástica que puede satisfacer las necesidades del empresario, poseedor de una pequeña suma monetaria puede invertirlo, participar con las empresas más grandes, por medio de la compra de valores y obteniendo la posibilidad de tener una renta sin necesidad de poner en actividad un trabajo personal.

El uso de los valores como capital para organizar y financiar las empresas no ha limitado su desarrollo a la aplicación general de estos instrumentos; por el contrario, su desarrollo ha llegado al grado en que el capital integro de una empresa puede consistir totalmente en valores expedidos por otras empresas.

## 2.2 CONCEPTO DE EMPRESA

La empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos fijados por la dirección general.

Se considera a las empresas de todo tipo (industrial, comercial, de servicios) y tamaño (micro, pequeña, mediana) como factores fundamentales para el desarrollo económico y social de una nación. Por consiguiente, no cabe duda de que las empresas desempeñan o pueden desempeñar diversas funciones en nuestra sociedad tales como: Responder a las demandas concretas de los consumidores, crear nuevos productos (bienes o servicios), generar empleos, contribuir al crecimiento económico y reforzar la productividad.

Con el fin de lograr estas funciones, no es necesario que la empresa sea muy grande, grande o mediana, también las desempeña bien la pequeña empresa. Sin embargo, la conceptualización general es que mientras unas empresas producen bienes y servicios que son directamente consumidos por los individuos.

### **Importancia de la empresa.**

En una empresa se materializan la capacidad emprendedora, la responsabilidad, la organización del trabajo y la obtención y aplicación de los recursos; además, se promueve tanto el crecimiento económico como el desarrollo social, porque la inversión es oferta y demanda.



### 2.3 ¿QUÉ SON LAS PYMES?<sup>33</sup>

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES), tienen una gran importancia en la economía y en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en países industrializados como en los de menor grado de desarrollo.

Las empresas MPYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales.

Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país; de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

En muchas ocasiones estas empresas no alcanzan su desarrollo y desaparecen pocos meses o años después de ser creadas. Así mismo dan empleo a miles de personas, activan la economía, la mayoría de ellas son empresas familiares que generan riqueza para ellas y para las comunidades donde se instalan.

Encontramos pequeñas y medianas empresas en prácticamente todas las actividades económicas: comercio, industria, servicios, negocios de restaurantes y hotelería, agricultura e incluso en actividades financieras. También hay pymes que son importadoras y exportadores.

Muchas de las grandes empresas que hoy existen, fueron alguna vez una pequeña o mediana empresa, de un solo propietario o de un grupo familiar.

Existen diversas definiciones de micro, pequeñas y medianas empresas, con base a la LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. La definición de Micro y Pequeña empresa es:

---

<sup>33</sup> [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M\\_PYMES.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf)

## Art 2° Definición de Micro y Pequeña Empresa

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Para definir a la pequeña y mediana empresa se considera el número de gente que ocupan (de 5 a 10 personas). Otros la definen como aquella que solamente se desenvuelve en el mercado local. Más aun, la pequeña empresa para algunas otras no es sino un establecimiento pequeño: la farmacia, la peluquería, la tienda de ropa, la joyería etc. Es cualquiera empresa de tipo industrial o comercial con menos de cien empleados asalariados. (Pickle, 1995)

### **Experiencia Reciente En México<sup>4</sup>**

En 1985 la anterior Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), actualmente Secretaría de Economía, estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo con su tamaño.

El 30 de diciembre de 2002, la Secretaría de Economía publicó en el Diario Oficial de la Federación una estratificación bajo los siguientes criterios:

---

<sup>4</sup> [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M\\_PYMES.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf)

## 2.4 CARACTERÍSTICAS GENERALES Y CLASIFICACIÓN DE LAS MIPYMES MICROEMPRESA

Son consideradas como microempresa todas aquellas empresas industriales, comerciales o de servicios que emplean entre 1 y 10 empleados.

Toda organización empresarial denominada Microempresa debe reunir las siguientes características:

- a) Con propietarios y administración independientes. Con excepción de las familiares.
- b) Que no domina el sector de la actividad en que se opera.
- c) Con una estructura organizacional muy sencilla.
- d) Que no ocupa más de quince empleados.
- e) Que sus ventas anuales no sobrepasen los 30 millones de pesos.

### Origen De La Microempresa

Las Microempresas tienen remotos antecedentes y muchas de ellas se puede considerar que iniciaron sus actividades como pequeños talleres artesanales y en algunos casos maquiladoras familiares y medianas empresas. En la década de los noventa las políticas económicas fueron todo menos acertado y no produjeron el esperado desarrollo, en todo este escenario sólo resultaron favorecidas la mediana y la gran empresa, y por la otra parte se generó una grave situación de desempleo con el consiguiente endeudamiento del sector privado.

Esta difícil situación económica por la que atravesaron muchos países y más específicamente México, puso a prueba el ingenio de muchos mexicanos quienes en medio de la crisis encontraron una solución a su situación económica, evitando con esto que dicha situación desembocara en una crisis social provocada por el desempleo; es en este momento que surgen entonces miles de microempresas y pequeños negocios familiares con promedios de diez trabajadores que mantuvieron la economía a flote.

## Problemas De La Microempresa

- Según algunas estadísticas, en México, las microempresas representan 95.5% del
- total de empresas. A continuación se enlistan algunas de las problemáticas a que se enfrentan las microempresas:
- Falta de organización y dirección que limitan su capacidad de negociación
- Falta de tecnología para enfrentar los nuevos retos
- Carecen de una cultura de calidad.
- Rotación del personal.
- Constante aumento en los precios de materias
- Mala calidad de los materiales.
- Poco o ningún acceso a apoyos gubernamentales.
- Incapacidad crediticia por falta de garantías.

## Pequeña Empresa

Es difícil señalar las características de las pequeñas empresas, ya que no existen dos empresas con las mismas peculiaridades ni los mismos problemas. Sin embargo, hay diversas características comunes en las pequeñas empresas, a continuación se citan algunas de las más generalizadas.

La primera característica es que tienen poca o ninguna práctica de la administración, la administración de la pequeña empresa está a cargo de una persona, el cual es el propietario y tiene a su mando pocos empleados y, en la mayoría de los casos no está capacitado para llevar a cabo la acción de administrar, es decir, planear, organizar, dirigir, controlar etc. Otra característica muy frecuente es que tienen o manejan poco capital, esto radica a su vez en dos causas principales:

- 1) La ignorancia del propietario de existen fuentes de financiamiento y la manera en que estas operan.

- 2) La falta de conocimiento acerca de la mejor manera de exponer la posición comercial, financiera y administrativa de su empresa y sus necesidades ante posibles fuentes financieras.
- 3) El contacto personal estrecho del propietario con los empleados en la empresa, esta se refiere a la facilidad con la cual el propietario está en relación directa con sus empleados; esto constituye un aspecto muy positivo porque facilita la comunicación en la empresa.
- 4) Poca posición comercial en el mercado, esto se debe por el tamaño de estas empresas y el volumen de operaciones consideradas en forma individual, se limitan a operar en un mercado muy reducido. Por ello, la cantidad de sus operaciones no repercuten de forma importante en el mercado en que operan. Y por última característica es la esencial relación con la comunidad local, esta característica se presenta debido a los escasos recursos organizacionales, sobre todo en la microempresa, ya que esta establece un vínculo estrecho con la comunidad local de la cual obtiene clientes, personal, materiales, maquinaria, equipo, mercancías, etcétera (Rojas, 1986)

Por su parte (Salvador, 1998) señala las características generales de las pequeñas empresas:

- Sirven a un mercado limitado o, dentro de un mercado más amplio, a un número reducido de clientes.
- El tamaño de estas empresas corresponde al programa de producción de cada una de ellas al número de empleados.
- Fabrican productos con tendencias a cierta especialización y aplican procesos sencillos de fabricación.
- Disponen de recursos financieros limitados
- Su maquinaria y equipo de producción son sencillos.
- Cuentan con personal reducido.
- Utilizan materias primas de la localidad para su fácil acceso, no siempre adecuadas.

- El propietario coopera personalmente en la producción y supervisión, y se apoyan de un reducido número de jefes.
- El propietario tiene a su cargo el área de ventas o bien la supervisa y controla personalmente.
- Sus sistemas de contabilidad y administración son sencillos.

Una empresa que reúna la mayoría de estas características puede considerarse de tamaño pequeño.

### **Ventajas y desventajas de las pequeñas empresas.**

El propietario de una empresa busca generar ganancias por medio de la manufactura, la comercialización de artículos o la realización de un servicio; a su vez, la persona que compra el bien o el servicio busca la satisfacción de una necesidad. Sin embargo, el factor determinante que motiva al empresario a establecer una empresa y aceptar el riesgo que conlleva la toma de decisiones es obtener cierta ganancia mediante la operación de aquella.

A pesar de sus múltiples problemas, la pequeña empresa puede competir de forma satisfactoria en el mercado. Las razones que le permiten no sólo sobrevivir sino también generar ganancias adecuadas para sus propietarios son diversas y, por lo general, depende de situaciones específicas que cada empresa enfrenta. Sin embargo, existen factores comunes que han sido identificados en aquellas empresas que, a pesar de su tamaño, continúan operando y generando utilidades para sus propietarios.

De acuerdo con (Leonardo, 1988) entre las ventajas más comunes están las siguientes:

- Flexibilidad en la dirección. La existencia de líneas de comunicación cortas y el hecho de que la toma de decisiones sea hecho por el propietario. Hacen que la ejecución de tareas sea factible y flexible, permitiendo a la empresa adaptarse rápidamente a los cambios de mercado.

- Contacto personal con el mercado al que sirve. En la pequeña empresa el propietario está en constante trato con los clientes que constituyen su mercado, en posición de obtener un conocimiento detallado y concreto del tipo de cliente que atiende y de los productos que más se venden.
- Aplicación del talento y especialización del propietario. El propietario logra obtener un gran conocimiento en un área especial que aplica tales conocimientos en una actividad que le es agradable.
- Desventajas: También hay que reconocer las desventajas estructurales que por su tamaño, tiene las pequeñas empresas. De manera específica se han identificado diversos factores que hacen que las empresas en muchos casos tengan que operar con desventajas, de acuerdo con (Leonardo, 1988) entre las que podemos citar las siguientes:
  - Capital limitado y restricciones en la habilidad para adquirir recursos adicionales. Esta es una de las desventajas que más afecta el futuro de la pequeña empresa. Es común que el propietario crea una empresa con un capital limitado, y cuando esta tiende a crecer, resulta insuficiente. Debido al tamaño de la empresa, la falta de garantías y poco tiempo de operar es difícil encontrar un “banco” que está dispuesto a asumir el riesgo de prestar el capital requerido para su crecimiento.
  - Falta de experiencia del propietario. En esta desventaja es muy común que el propietario potencial, a pesar de contar con recursos financieros, carezca de la experiencia y el conocimiento necesarios sobre la actividad económica industrial, comercial, de servicios y de cómo operar una empresa del tipo que se pretende establecer.
  - Del tiempo de trabajo requerido. Otra desventaja que identifica en estudios realizados sobre la pequeña empresa es que se refiere al número de horas que el propietario debe dedicar a dirigirla. Para subsistir, los propietarios deben trabajar, en muchos casos, sábados y domingos. Aunque los empleados tengan un horario establecido, el propietario trabaja en actividades de la empresa (registrar datos, elaborar pedidos, planear trabajo, etc.) sin que haya empleados en el establecimiento.

## **2.5 FACTORES QUE PROPICIAN EL FRACASO DE LAS MIPYMES**

Por lo general, un emprendedor es una persona visionaria, con ideas creativas y actitudes constantes, que siempre está viendo oportunidades de negocios donde otros no las ven. A veces, por la falta de experiencia, las nuevas empresas fracasan a pesar de las ganas del nuevo empresario de que siga adelante.

### **1. La falta de experiencia en el sector**

Antes de emprender se debe investigar acerca del mercado en el que se desea ingresar y de esta manera definir si el proyecto es realmente demandado por el público y cuál es la competencia a la que se va a enfrentar, así como tu capacidad para enfrentarla.

### **2. Una mala ubicación**

La ubicación lo es todo para el comercio físico. Si no se está en la ubicación correcta no se podrá convencer a los clientes para que vayan a visitar el negocio.

Antes de alquilar o comprar un local, se debe hacer un estudio de la cantidad de gente que diariamente pasa por ese espacio y las características de ésta.

### **3. La falta de un Plan de negocios**

Es necesario conocer, al menos, los datos claves sobre el proyecto y sobre el sector. Para eso, se debe estudiar el mercado, analizar la política de precios, los costes, la rentabilidad, la inversión necesaria y el financiamiento. El plan de negocios ayudará a entender los puntos clave, evitar errores, hacer proyecciones y sobre todo, a conseguir capital y préstamos para la empresa.

### **4. Perder demasiado tiempo en elaborar el producto y la estrategia**

Ningún producto será perfecto ni tampoco ninguna estrategia será infalible. Es mucho mejor tomar una decisión analizada, equivocarse y corregir. Aunque se debe ingresar al mercado con un buen plan y estrategia, si se demora mucho puede que alguien más implemente la idea y saque ventaja de esto.



## **5. Empezar sin el capital suficiente**

Los emprendedores suelen calcular una necesidad de financiación un poco por encima de la inversión inicial y confían en el éxito de la empresa para autofinanciarse desde el principio. Sin embargo, es frecuente que las cosas tarden meses o años en generar la tesorería suficiente. Un capital inicial demasiado corto puede condenar un proyecto bueno a los pocos meses de su inicio.

## **6. No tener mercado**

La tendencia a buscar un mercado sin competidores lleva al emprendedor a buscar un mercado que no es lo suficiente para comercializar un producto o entregar un servicio. Es muy importante que identifiques a tus potenciales consumidores y asegurar que existe una demanda suficiente para tu oferta.

## **7. Querer empezar a lo grande**

Es un riesgo innecesario. Para eso, es recomendable equipar la empresa con material de segunda mano, alquilar en lugar de comprar, empezar con una plantilla ajustada y abre una sola sucursal.

## **8. Un crecimiento excesivo**

A veces, los emprendedores desarrollan tan rápidamente su empresa que termina muriendo gracias a su propio éxito, lo que en la mayoría de los casos se debe a motivos de finanzas. Si la empresa le empieza a ir bien, se debe desarrollar un plan estratégico de crecimiento sostenido.

## **9. Publicidad insuficiente**

Se debe tener presente que se debe hacer publicidad y promoción de la empresa, pero no en exceso si es que no se cuenta con los recursos para ello. También sucede que algunas personas piensan que los clientes vendrán solos y no quieren hacer ningún tipo de publicidad o estrategia de marketing. Lo importante es que se debe dar a conocer a la empresa a los consumidores.

### **10. Estar demasiado solo**

Una empresa se construye en base al equipo que se forma. De esa manera se pueden enfrentar los retos y desafíos, que se presenten a futuro.

### **11. Abandonar demasiado pronto**

Emprender no es una tarea fácil, se requiere de mucha paciencia y perseverancia para mantener firme la idea de salir adelante. Por lo general, los beneficios no aparecen en el corto plazo.

### **12. No poner al cliente en el primer lugar**

Siempre se debe tener presente que el cliente es lo más importante de la empresa; se debe escucharlo y poner sus necesidades en primer lugar, ya que sus requerimientos son la razón de ser de tu negocio.

### **13. No adaptarse**

Los clientes y el mercado en general son muy dinámicos y cambiantes, por lo tanto, se deben adaptar a ellos y escucharlos para ir mejorando los procesos de forma continua y optimizarlos a medida que avanza el tiempo. Si no se hace esto, la empresa se quedará rezagada y la competencia vencerá.

### **14. Falta de compromiso**

La tarea de emprender es muy dura, debido a que requiere de mucho trabajo, esfuerzo, tomar decisiones difíciles. La decisión de crear una empresa requiere de compromiso en un 100%, si no es así, muchas empresas fracasan por esta misma razón.

## CAPITULO 3 “LA ADMINISTRACION Y LAS MIPYMES”.

### 3.1 LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN MÉXICO

Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.<sup>5</sup>

Es importante promover acciones para mejorar el entorno económico y apoyar a las empresas, esto con el propósito de crear las condiciones adecuadas que a su vez permitan el establecimiento, crecimiento y consolidación de estas.

Algunas de las ventajas de las Pymes:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

---

<sup>5</sup> <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Algunas desventajas de las PYMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

Las micro, pequeñas y medianas empresas consideran que la falta de acceso al crédito es uno de los obstáculos que no les permite desarrollarse, sumado de la inflación, impuestos, tramites, regulaciones, etc. Las altas tasas de interés, la falta de acceso a los mercados de capital y el financiamiento de largo plazo constituyen los principales problemas identificados por parte de las PYMES, afecta especialmente a las pequeñas empresas, debido a que son demasiado grandes para las micro finanzas y demasiado pequeñas para los préstamos bancarios.

El acceso al crédito es fundamental para el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social. Las micro, pequeñas y medianas empresas son capaces de aprovechar mayores oportunidades empresariales sólo cuando existe la disponibilidad de productos y servicios financieros diseñados de acuerdo a sus necesidades.

En los últimos años el desarrollo de las PyMES se ha fortalecido por los grandes avances del gobierno mexicano, y por la implementación de apoyos

financieros y por la Secretaría de Economía. El objetivo de estos programas es promover la creación de las pequeñas empresas en las regiones más desfavorecidas del país mediante concesiones de crédito para emprendedores.

Por lo que el reto de las PyMES en México es crear variedad de programas para apoyarlas es promover el autoempleo y el emprendimiento impulsado por la oportunidad y sustentar la diversificación las economías de las regiones con ingresos más altos del país. En los últimos años en México se han confirmado condiciones favorables por partes de las PyMES en comparación con otros países de la OCDE, esto debido al mejor manejo de las de las finanzas públicas y la política del banco central.

Una de las principales prioridades de México, es estimular a más empresas para aumentar más su innovación, esta prioridad se verá beneficiada con sistemas de innovación nacional, las cuales están constituidas por redes de empresas privadas, instituciones de educación superior de investigación y consultores técnicos.

Por otra parte se creó el Sistema Nacional de Incubadoras de empresas con el objetivo de ayudar a la creación y desarrollo de las PyMES para la mejora sus oportunidades de supervivencia y crecimiento. Ofrece diversos servicios en apoyo a los emprendedores emergentes, modelaje empresarial, asesoramiento, acceso a la información, financiamiento y tecnología, suministro de espacios y equipo de oficina.

Este sistema, desarrolla un taller para emprendedores con un total de 150 horas. Y éste con el fin de que se capaciten antes de ingresar y calificar a su incubadora, en donde se les brindará ayuda de una red de consultores externos para el inicio de una empresa. Después de haber cumplido como mínimo 12 meses en la incubadora, esto dependiendo de cuál se trate y se haya establecido, esta podrá continuar en los programas creados como son fondo para las pymes, programa aceleración de empresas y el programa nacional de pymes.

### **Deficientes en operar y producir**

En este punto se pueden destacar varios detalles que impide que las PyMES compitan en el mercado internacional, con ello se puede decir que se observa una mala organización, retraso tecnológico, nula relación industrial, poca integración y asociación, poco abastecimiento en lo que se refiere a las materias primas y materiales para su producción, desperdician demasiado y con ello gastan al por mayor, mal administración en tiempos, falta de capacitación al personal y a los directivos.

### **Deficiencias financieras**

Se tiene insuficiente criterio para analizar sus estados financieros, hay poca administración para acceder a créditos que le convengan a la empresa, consideran a la empresa como financiamiento familiar, sin una inversión adecuada para su bienestar de la propia empresa.

### **Escasa visión empresarial**

La mayoría de las empresas pequeñas y medianas no realizan una adecuada visión del negocio, al no presentar un plan adecuado de su empresa y carecen de una adecuada mercadotecnia, no tiene sistemas que les permitan disponer de oportunidades en el mercado, poca capacitan en lo que se refiere a las ventas, desconocimiento de lo que se vende en el mercado en el que se encuentran, desconocimiento de las necesidades del cliente, ignorar a la competencia, y el desconocimiento a las propias ventajas competitivas.

### **Deficiencia en la administración de los dueños**

Esto provoca que la deficiencia para la elección de personal competente, escasa experiencia, deficiencia en las políticas de personal, poca capacitación del principal responsable de la empresa, un sistema deficiente en la toma de decisiones para resolver conflictos, administración poco profesional, ignorar las opiniones de externos, del negocio se obtienen grandes cantidades de capital para gastos personales, actitudes negativas frente a los socios, falta de liderazgo del



emprendedor, ante problemas importantes por poca experiencia en el ámbito empresarial. Este enfoque interno tiene la característica de que los problemas son por parte del negocio propio y del sector económico al que pertenece y donde la empresa es responsable de solucionar los problemas y su bienestar.

### **3.2 EL USO DE LA TECNOLOGÍA, LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) PARA EL DESARROLLO DE LAS PYMES**

La aplicación de TIC's dentro de las empresas, desempeña un papel muy importante, esto para su crecimiento, ya que es un factor de competitividad, debido a la rápida comunicación, así como procesos de gestión, generación de información, conocimientos de mercado, apertura de canales de distribución y modelos de negocios.

También ofrece nuevas formas de publicidad y aplicaciones de comercio, siendo el medio para la expansión de mercados en ámbitos internacionales.

Para poder adaptarse a las exigencias de los clientes, las PyMES deben desarrollar nuevos avances tecnológicos, que les permita ser competentes y de ésta manera puedan lograr posesionarse frente a los demás competidores.

Para que las PYMES sean competitivas, se debe contar con tecnología que permita la fomentación de comunicación entre los trabajadores y de ésta manera transmitirles los conocimientos generados a cada uno de ellos. Abrir el acceso de las nuevas tecnologías ligadas a internet, permite entrar a un mercado cada día más abierto y competitivo y así se puede generar autonomía y aumentar el aprendizaje colectivo, y aprovechar las oportunidades que estas ofrecen.

Los ejes básicos son:

- a) Identificar el rol de las pequeñas y medianas empresas mexicanas en una estrategia hacia la competitividad aprovechando las Tecnologías de la Información y Comunicación, de manera que su impacto se refleje en la generación de ventajas competitivas para las empresas, los sistemas productivos locales y el país y;
- b) Analizar la efectividad de la articulación institucional público-privado para desarrollar, incorporar y adaptar nuevas tecnologías.



### **3.3 ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO DE LAS PYMES EN MÉXICO**

#### **Definición, Determinantes y Características de la Estructura de financiamiento PyMES.**

#### **Definición de la Estructura.**

La estructura de capital hace referencia a la combinación de los orígenes financieros a largo plazo, mientras que la estructura financiera es la combinación de todas los inicios financieros de la empresa, sea cual sea su plazo o vencimiento, es decir, la estructura financiera es más amplia, pues abarca todas las partidas del pasivo, mientras la estructura de capital hace referencia solo al pasivo a largo plazo, más las aportaciones de capital de los socios de la empresa.

La estructura de capital se divide en dos dimensiones: fuente y duración, la diferencia que se puede hacer a veces es llamar estructura de financiamiento (o estructura financiera) al lado derecho del balance, que muestra cómo se financian todos los activos, mientras que la estructura de capital incluye sobre los conceptos a largo plazo, es decir, no contempla pasivos a corto plazo. La estructura financiera de la empresa es algo inherente al concepto mismo de ella, no solo es impensable una empresa sin función comercial, sino también lo es sin el manejo de sus finanzas. Una adecuada caracterización y cumplimiento de esta función así como la claridad de los objetivos originales de los más niveles de decisión han sido claves para el desarrollo de emprendimientos exitosos y duraderos.

En la actualidad en nuestro país los estados contables de publicación que se emiten de acuerdo a las normas contables, ofrecen elementos suficientes como para aplicar las técnicas de análisis, es fácil la comparación con estados contables de años anteriores y se incluye además un estado de movimientos en el capital corriente o de origen y aplicación de fondos, los requerimientos en materia de notas complementarias a los estados contables satisfacen las preguntas principales que un analista puede formularse. Si se trata de empresas incluidas en el régimen de oferta pública, la información extra es más rica e incluye datos sobre volumen físico de producción, ventas internas y de exportación, y una explicación sobre las cuestiones principales que se presentaron durante un período dado.

Entre los modelos de estructura financiera se encuentran los modelos afines con los costos de agencia: establecen en la propuesta de que los costos de agencia tienen una influencia enorme sobre la estructura financiera, estos costos se originan por los problemas de intereses entre los agentes que intervienen en la empresa; los principales tipos de conflictos de interés son los siguientes: primero, conflictos de interés entre los administradores y los socios, los administradores tienen sólo una parte de la propiedad de la empresa, por lo que no obtienen todos los beneficios de un desempeño exitoso, pero si asumen totalmente los malos resultados porque afectan su reputación; segundo, conflictos de interés entre los socios y los acreedores, los accionistas tienen responsabilidad limitada sobre las pérdidas de la compañía, sin embargo, reciben la mayor parte de las ganancias, mientras que los acreedores reciben sólo una parte fija e incluso pueden tener pérdidas.

Se establece que los administradores están al tanto de la verdadera distribución de fondos de la empresa, mientras que los inversionistas externos no. En el caso de las PyMES, los administradores-propietarios no desean perder el control de la empresa, por eso evitan recurrir al financiamiento externo. En las PyMES la preferencia por el financiamiento interno se hace aún más relevante, por el alto costo de la deuda para éstas, que se puede explicar por las mayores asimetrías de información. La teoría de la jerarquía financiera, nos menciona que hay ciertas prioridades o cierto orden al recurrir al financiamiento, se inicia con fondos internos, luego se sigue la deuda y, finalmente, el instrumento más riesgoso con el capital social, este orden se basa en que los administradores tienen mejor información, en cuanto a los proyectos de la empresa y su valor, que la que tienen los inversionistas externos, otro motivo la representan los costos de emisión.

Una descripción completa de la teoría de la jerarquía financiera para PyME sería:

- 1) Reinversión de beneficios, lo cual incluiría también el mayor tiempo que dedique a la empresa por un salario menor que el de mercado.

- 2) Financiamiento con deuda a corto plazo, incluyendo crédito comercial y préstamos personales.
- 3) Financiamiento con deuda a largo plazo: empezando posiblemente con préstamos de los dueños y amigos familiares de éstos.
- 4) Nuevos aportes de capital de los dueños, familiares y amigos.
- 5) Aportes de capital de quiénes hasta el momento eran terceros.

Algunas de las causas más comunes que llevan a las empresas a situaciones de crisis, son:

- Excesivo optimismo en los planes de crecimiento y falta de consideración de alternativas.
- Escasa o nula planificación financiera.
- Inadecuada estructuración del fondeo.
- Deficiente manejo de las situaciones de estrés financiero.

En la práctica suele restringirse la función financiera a la actividad de tesorería o simple obtención de fondos generalmente para atender necesidades de capital de trabajo a través de fuentes tradicionalmente escasas y caras, queda poco espacio para el planeamiento gerencial con la maximización del valor de la empresa como objetivo aun cuando este pudiera ser deseable. Lo cierto es que aún el negocio más simple debe ser cuidadosamente planificado y estructurado desde el punto de vista financiero, si quiere ser exitoso y durable. La decisión de estructura de capital abarca dos dimensiones: fuerte de financiamiento se debe elegir entre capital propio, interno o externo y deuda que puede provenir de varias fuentes; las fuentes internas o autofinanciamiento son los generados por el funcionamiento del negocio, las amortizaciones y las utilidades retenidas, entre ellas se encuentran aportes de los propietarios e incorporaciones de los nuevos socios, capital de riesgo.

Las fuentes externas de deuda son: las instituciones financieras que estas otorgan los préstamos comerciales bancarios y otras instituciones; instituciones no

financieras y estado, son los que otorgan los diferentes créditos como comercial, salarios, carga social, tasa e impuestos a pagar; los individuos estos se son a los familiares que les otorgan préstamos.

### **Determinantes de la Estructura de Financiamiento.**

En diferentes países se han realizado diferentes estudios experimentales buscando comprender los factores que intervienen en el financiamiento de las PyMES, aun cuando hay que separar las potencias diferentes de las estructurales de los distintos países entre sí y con respecto a nuestro país, se examinan distintas investigaciones sobre la problemática estudiada, con el objeto de conseguir un panorama general. Algunos principales puntos en los que se ha basado estos diferentes estudios se encuentran los siguientes: La rentabilidad es la variable con más soporte experimental, esta variable generalmente se calcula como la ganancia neta en relación a los activos totales, aunque algunos trabajos toman como medida base de la rentabilidad el margen neto sobre ventas o el rendimiento patrimonial.

Rentabilidad económica: la volatilidad de la rentabilidad económica de la empresa que se toma una proxy del riesgo del negocio o establecimiento influye de forma inversa en el nivel de endeudamiento, lo que suele sobrellevarse diciendo que las empresas que están sujetas a un alto riesgo en sus negocios tienden a mantener razones bajas de endeudamiento, que predice tal relación con base en que las empresas eligen financiarse con fondos internos que con deuda. En este sentido, la rentabilidad de las empresas y, por tanto, la cantidad de beneficios que pueden retener, podría ser un importante determinante de la estructura de capital de la empresa. El tamaño de la empresa ha sido una de las variables más tratadas para explicar su nivel de endeudamiento, quedando numerosos trabajos que el tamaño de la empresa está relacionado positivamente con el uso de la deuda como fuente de financiamiento. A mayor tamaño de la empresa, se espera que exista un mayor nivel de información sobre ella, lo que disminuirá el nivel de asimetrías informativas en el mercado, facilitándose así la posibilidad de conseguir recursos financieros de los prestamistas. Las medidas más tradicionales para esta variable son, número de empleados, volumen de ventas y volumen de activos a valor de

libros. Para reducir el problema de agencia derivado de las oportunidades de crecimiento puede disminuirse la estructura de vencimientos de la deuda.

No existe acuerdo en la forma de operar el crecimiento de una empresa. Por otra parte, midiendo el crecimiento a valores contables como el ratio intangibles / activos totales, se puede medir el crecimiento como cambio en las ventas y en el número de empleados, y descubrir que las empresas con mayor crecimiento histórico están ligeramente más diferenciadas en las fuentes de fondos que emplean, en comparación con las de bajo crecimiento.

Las empresas que cuentan con mayor oportunidad de crecimiento tienen una proporción de endeudamiento menor que aquéllas con menores oportunidades de crecimiento. Costo de quiebra es un análisis que advierte sobre los costos de quiebra, encuentran que los costos de quiebra directos existirían comparativamente insignificantes pero que los costos indirectos existen alrededor del 15% del valor de mercado de la empresa antes de la quiebra.

La relevancia de los costos de quiebra directos empobrecería al aumentar el tamaño de la empresa, lo que estaría mostrando que los costos tienen un mayor peso en el caso de las PyMES. Por el lado de los costos directos, porque éstos serían en mayor proporción fijos, por el lado de los indirectos, por la existencia de mayores irregularidades de información.

## Características de la Estructura de Financiamiento de PyMES

El balance general de toda PyMES muestra dos tipos de estructura: La primera de ellas, izquierda, enseña la clase y cantidad de bienes o activos que posee la compañía; es decir, muestra la estructura de inversión y en ella se reflejan activos corrientes, activos fijos y otros activos.

La participación de cada uno de ellos dependerá del tipo de negocio o actividad a la que se dedique, los activos fijos muestran, en gran parte, la capacidad productora que tiene el negocio y de ella dependerá exclusivamente el uso de los costos fijos. Un nivel óptimo de activos con un buen uso de los mismos, deberá generar excelentes tasas de rentabilidad sobre la inversión además de reducir los riesgos operativos de las PyMES.

La segunda estructura que muestra el balance general representa la forma como la empresa ha financiado la adquisición de esos activos, es decir, pasivos corrientes o circulantes, pasivos a largo plazo y capital (patrimonio). Todo el lado derecho del balance corresponde a la estructura de financiación, sin embargo, de acuerdo al vencimiento de las obligaciones se podría nombrar dos divisiones: primero, estructura financiera de corto plazo y que corresponde a las exigibilidades de la compañía en un periodo menor o igual a un año, y segundo estructura de capital o permanente donde se encuentran las exigibilidades de largo plazo y el patrimonio, también le llaman a esta división capital contable., en teoría, un buen uso de la deuda puede originar incrementos en la utilidad por acción favoreciendo a las expectativas de los accionistas, sobre todo cuando deciden apalancarse con deuda externa aún a sabiendas de que tal decisión originará mayores riesgos de tipo financiero.

Fijando el análisis a la estructura de capital se puede decir que el uso de la deuda puede ser benéfica por las siguientes razones:

- a) Si las PyMES utilizan la deuda con el fin de lograr una estructura óptima de inversión, favorecerá a incrementos en su producción y por



consiguiente a un incremento en las utilidades operacionales cuando se incrementan las ventas de la compañía.

**b)** Los intereses pagados por el uso de la deuda son consecuencia de los impuestos, es decir, las leyes tributarias dan un incentivo por el uso de la deuda en su estructura de capital.

### 3.4 FUENTES DE FINANCIAMIENTO EN MÉXICO

Pueden recurrir a diversas fuentes de financiamiento cuando requieren recursos económicos para su crecimiento o subsistencia. Normalmente se piensa en la obtención de un crédito bancario o en aportación de su patrimonio. Además existen muchas otras opciones para obtener los recursos necesarios que les permitirán un funcionamiento rentablemente o expandir sus proyectos de expansión. Independientemente de que las alternativas de financiamiento son poco utilizadas por las pequeñas y medianas empresas en México, salvo el crédito de proveedores, la importancia de enunciarlas resulta del mismo hecho de su existencia y posibilidad de crecimiento como alternativas viables para las PyMES.

#### **Fuentes Alternativas**

##### **1) El crédito de proveedores:**

Las empresas grandes y exportadoras, al tener acceso a fuentes de recursos externos, han logrado obtener condiciones de financiamiento al crédito más favorables que las alcanzadas por las empresas pequeñas y medianas, orientadas al mercado interno, estas últimas se han visto obligadas a financiar su expansión o a sobrevivir con recursos propios y con préstamos de proveedores. A falta de crédito bancario, se ha desarrollado el financiamiento entre clientes y proveedores, hasta llegar a la problemática en que todo mundo le debe a todo mundo. La mayor parte inicia con negociaciones directas de atrasos de pagos, de créditos a la palabra, la aceptación de cheques sin fondos o posfechados, esto se hace para seguir operando en el mercado.

##### **Algunas de las ventajas que ofrece son:**

Es uno de los procesos financieros más económicos; es un financiamiento directo al capital de trabajo de la empresa; la única condición para obtenerlo es comprar el producto o servicio ha determinado proveedor.



**También existen desventajas:** El proveedor puede incrementar los precios del producto para recuperar el costo del crédito; la empresa debe comprar exclusivamente a ese proveedor; se limita el destino del financiamiento.

## **2) Las tarjetas de crédito de las tiendas departamentales**

Otra de las fuentes alternas de financiamiento que pueden obtener las empresas es a través de las tarjetas de crédito no bancarias que las grandes cadenas de tiendas departamentales, han puesto al servicio de los consumidores y que pretenden promover sus ventas con créditos de 6 a 36 meses para pagar, aun cuando se consideran créditos al consumo, dada la variedad de productos que manejan estas tiendas, puede ser utilizado por las empresas en compra de activos y materiales como equipos de oficina, de cómputo y de papelería para sus operaciones.

Esta opción tiene como ventajas, sobre el uso de las tarjetas de crédito bancarias, el hecho de que las tiendas puedan absorber el costo del financiamiento, sacrificando parte de sus márgenes de utilidad en busca del volumen de ventas, además de que tienen precios competitivos por sus volúmenes de compras, generalmente mantienen el precio de contado en sus ventas con tarjetas de crédito de sus empresas.

## **3) La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos:**

Representa una fuente muy efectiva para hacerse de recursos frescos, ya que además de significar un financiamiento, aumenta la productividad de las empresas al deshacerse de los bienes muebles o inmuebles que no utiliza y que podría significar un gasto innecesario. También se puede rentar la capacidad sobrada de la empresa, como almacenes.

Es ideal que los empresarios utilicen los fondos como capital de trabajo, por ejemplo para comprar inventarios y aprovechar descuentos por pronto pago con sus proveedores. Las ventajas de utilizar este tipo de créditos: hace más productiva la empresa y economiza costos de almacenamiento y mantenimiento

de activos no indispensables; el financiamiento es más barato, no tiene costos financieros; se obtienen recursos frescos de un bien que no se usa y que por lo tanto no es indispensable para la empresa; permite actualizar nuestros activos obsoletos.

Existen algunas desventajas: no es común que las empresas cuenten con exceso de activos para vender o rentar; y los equipos obsoletos se venden generalmente a muy bajo precio. Se debe recomendar al empresario que evite adquirir activos que no sean los indispensables para la operación y mantenimiento del negocio y a mantener la mente abierta a la compra de activos que por su avance tecnológico, permiten reducir costos.

#### **4. Arrendamiento de activos del fabricante:**

Además de las instituciones auxiliares de crédito como arrendadoras financieras, que tienen como único objetivo el prestar el servicio de arrendamiento financiero a las empresas, algunas medianas y pequeñas empresas mexicanas y extranjeras, manufactureras o importadoras de productos como equipos de cómputo, maquinaria, de fotocopiado, de comunicación y equipos especializados, además de vender sus productos al contado y o a plazos, ofrecen estos productos directamente a sus usuarios con una alternativa diferente, por el método de arrendamiento financiero, es decir, en lugar de venderles el bien se los rentan.

El arrendamiento es también el mecanismo ideal para las empresas con necesidad de una flota importante de automóviles o bienes inmuebles, pues la renta de dichos bienes se considera contablemente como un gasto y se deduce de los impuestos, también es muy usado para la adquisición de equipos de cómputo que por su alto grado de evolución tecnológica, son de rápida obsolescencia y difíciles de revender.

Este tipo de crédito ofrece ventajas: preserva el capital para emplearlo en otras inversiones; los pagos son deducibles de impuestos, lo que representa ventajas fiscales; se evita el pago de enganches y elimina pagos de contado; la

empresa puede comprar bienes muebles o inmuebles cuyas alternativas de financiamiento son limitadas; se obtiene pronta respuesta; y los pagos se adaptan a las necesidades de la empresa. Pero además es necesario considerar sus desventajas: el costo de los recursos puede parecer alto, se limita solo a adquirir o usar bienes muebles o inmuebles; y controla el destino del financiamiento.

## **5. Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores.**

Es común que las marcas, en todos sectores, ofrezcan patrocinios o diversos servicios a los negocios que distribuyen sus productos y su marca, como estrategias de mercadotecnia. Los patrocinios, dependiendo de la marca, pueden ser préstamos en dinero o en artículos promocionales que se obsequian en convenciones, ferias, corridas de toros, juegos deportivos, entre otros eventos que concentran gran público.

Por otro lado, existen los apoyos a comercios, para algunas marcas, servicios considerados medios de publicidad, más que patrocinios, como tiendas, supermercados o restaurantes, los cuales consisten en dar la pintura de la fachada, toldos, préstamos de mobiliario como mesas, sillas, hieleras u objetos promocionales.

Tanto patrocinios como apoyos, en muchos casos son las mismas marcas las que ofrecen, normalmente como respuesta a una necesidad o estímulo específicos: la acción de un competidor, un mercado geográfico débil o con ocasión de la introducción de un producto nuevo.

Todas estas estrategias persiguen despertar el interés de la gente, informarla sobre los productos e involucrarla. Con ello, las marcas logran reconocimiento en los mercados y, al final, el aumento de las ventas. Existen otras fuentes de financiamiento como los fondos propios, el crédito de proveedores, el financiamiento de instituciones financieras no bancarias y el mercado de capitales.

Los fondos propios y el crédito de proveedores constituyen dos de las principales fuentes de financiamiento para las PYMES en la región.

**Dificultades de Acceso al Crédito Bancario** Los diferentes resultados de los estudios empíricos previos señalan como principales obstáculos financieros: las altas tasas de interés, imposibles de pagar por los quieren abrir un negocios; los requerimientos específicos que la banca exige a las empresas, como tener un aval o diversos tipos de garantías; la dificultad de acceso a créditos a largo plazo que prácticamente no existen para la PyME; la enorme cantidad de documentos e información necesaria para el trámite, que puede incluir datos del propietario y de la empresa para la obtención de un crédito bancario, lo que comúnmente se llama “burocracia bancaria” y todo lo que puede generar desmotivación de los solicitantes, mencionando incluso, la necesidad de contar con una contacto especial entre los funcionarios del banco para obtener un préstamo.

El acceso al financiamiento puede ser la diferencia entre crecer y desaparecer del marco de los negocios. Sin dinero, no se tiene la capacidad de abrir nuevos negocios, incrementar nuestra producción o expandir nuestra línea de productos y producir nuevos empleos. Al mismo tiempo, las tasas de interés para créditos en México y algunas otras partes del mundo comienzan a ubicarse en categorías más realistas para las posibilidades económicas de las PYMES. Resulta por esto indispensable que se tenga el conocimiento los proyectos de financiamiento a los que la empresa puede tener acceso y determinar si alguno de ellos puede ser la opción que se necesita para ese proyecto que hasta hoy sólo está en el pensamiento de varios emprendedores.

Es común que las pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital necesario para asegurar su éxito a futuro. Generalmente, al preguntar a un empresario que es lo que más necesita, probablemente su respuesta estará relacionada con el requerimiento de recursos, con las dificultades en la obtención de financiamiento para iniciar, desarrollar y conservar su empresa, entre otros problemas con los que se enfrenta como pequeño empresario. Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no

llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que les proporcionan un crédito, por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes.

Independientemente de que los mercados financieros se liberalizaron, actualmente existe un desajuste entre la demanda y la oferta en lo que se refiere al crédito PyMES. Este desajuste tuvo una tendencia a la baja en la década pasada cuando se experimentó un auge en el crédito al sector privado acompañando reformas de liberalización de sus sectores financieros y un crecimiento macroeconómico sostenido.

Las PyMES se beneficiaron del crédito disponible en sistemas financieros como consecuencia de estos cambios, pero el acceso a crédito se ha visto afectado también por las recientes crisis macroeconómicas en muchos países, lo que se ha reflejado en diferentes dificultades de acceso al crédito:

Para acceder al financiamiento de las PyMES desde el punto de vista de la demanda se encuentran el alto costo del crédito, la falta de confianza de los bancos respecto de los proyectos, el exceso de burocracia de los intermediarios financieros, y la petición de excesivas garantías.

### **Demanda Efectiva y Potencial**

El actual acceso de PyMES que han obtenido un crédito bancario en vez de tratar de considerar algún crédito bancario.

### **Dependencia del acoplamiento económico**

La situación al acceso de las PyMES al financiamiento puede ser distinta cuando las circunstancias macroeconómicas tienen variaciones, ya que puede haber un beneficio al incrementar el crédito generando un mayor riesgo para el prestamista; Demanda insatisfecha, esta se refleja cuando al rechazo de solicitudes de algún crédito por parte de las empresas.

Quedan insatisfechas respecto a la disponibilidad del crédito, en la mayoría de las empresas solicitante de algún crédito hay una demanda insatisfecha importante y, por ello ha disminuido sus niveles de crecimiento. Las PyMES al orientarse más hacia el mercado nacional son afectadas por la disminución de la demanda interna de sus productos o servicios que brindan, por ello sufren una desaceleración económica, también se ven afectadas en lo que se refiere a sus ventas, al no tener la oportunidad de crecer, sufren el estancamiento económico por resultado de una baja demanda por un alto nivel de tasa de interés.

El impacto sobre las PyMES en la demanda financiera con altas tasas de interés es muy adverso para que realicen sus proyectos de inversión que no pueden ser rentables y que se financian a diferentes tasas, esto disminuye la solicitud para solicitar un crédito, y este alto nivel elevado de interés es el principal obstáculo para el crecimiento de las empresas chicas y medianas aunque hay varias oportunidades para que se desarrollen pero a esos niveles de interés se desaniman a pedir un crédito. Las condiciones al crédito a PyMES son poco competitivas internacionalmente en algunos países; por el lado de la oferta de crédito esta se caracteriza por tener altas tasa de interés, plazos cortos y elevadas garantías, estas rigurosas condiciones se justifican por la lentitud de las PyMES. Se puede decir que los principales obstáculos son los elevados costos para realizar operaciones sencillas, transparencia en la contabilidad, información adecuada, alto riesgo, poca o nula garantía y exigencia en los pagos del crédito.

Una de las características de la oferta de crédito es que es muy desfavorable ya que desalienta a la demanda y tiene un impacto negativo sobre la inversión y, la competitividad de las PyMES por las altas tasa de interés, ya que impiden que muchos de los proyectos no sean rentables y a parte son una carga financiera para las chicas y medianas empresas, otra característica que le impiden crecer a la PyMES son los plazos cortos ya que se necesita de un periodo más largo para que rinda frutos la inversión; es muy limitado el acceso al crédito por las garantías que disponen ya que los bancos requieren de un valor superior al monto del préstamo,

por ello la demanda se ve afectada, lo que resulta es que se eleven los costos de transacción y oportunidad.

### **Vías de Apoyo Gubernamental al Financiamiento de las PyMES**

El Gobierno es uno de los responsables en brindar apoyo a las pequeñas y medianas empresas para que estas empiecen a tener actividad en el mercado, para ello debe definir programas de apoyo y desarrollo para sectores pequeños como los son las PyMES, en donde se establezca los puntos esenciales de apoyo para impulso a las pequeñas y medianas empresas, en donde puedan participar las distintas dependencias públicas como Secretaria de Economía, Nacional Financiera (NAFINSA), Secretaria de Desarrollo Social, Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), entre otras.

La intervención gubernamental se justificaría por los sistemas de garantía y por la necesidad de alcanzar los créditos necesarios que necesitan las PyMES, ya que son sometidas para alcanzar algún crédito aceptable por parte de los bancos o dependencias públicas, que se niegan a otorgarles ese préstamo debido a la poca información que se tienen de las empresas pequeñas y medianas, sobre su información financiera ya que les sería más costoso otorgar créditos, porque tal vez no cumplirían los contratos establecidos.

En respuesta a esta problemática el gobierno tiene participación en el mercado financiero mediante: subsidios, préstamos directos, algunos fondos de garantía crediticia, incentivos fiscales. En el caso de préstamos directos el gobierno tiene participación como intermediario en lugar de los bancos, percibiendo fondos del mercado de capitales mediante la colocación de títulos de deuda vía impuestos, estos fondos permiten a las empresas contar con un respaldo en caso de no poder cubrir algún pago, de este modo aseguran la total o parcial recuperación del préstamo para cubrir la deuda.

Bajo este formato de pago se garantiza la liquidación de la deuda, el gobierno es y toma la responsabilidad de pagar algún un porcentaje del crédito proporcionado a las empresas pequeñas y medianas, las cuales son discriminadas por los bancos

para otorgarles un crédito, debido a la escasa información financiera para asegurar que podrán cubrir con los plazos de pago establecidos; los bancos administran las garantías llevándolas a cabo en los diferentes proyectos aprobados o bien mediante algunas sugerencias que reciben por parte del gobierno, si los proyectos tienen resultado favorable, el banco recibe el pago del capital más su respectivo interés, en caso de ser negativo el resultado, el banco solo pierde una parte del crédito otorgado y el resto la percibe el gobierno.

Este sistema de garantías de pago es favorable para que les otorguen un crédito a las PyMES, con ello se facilita y se tiene la garantía total o parcial del pago de la deuda e intereses del prestamista (empresa), asumiendo el riesgo a la que incurrir las distintas instituciones financieras (bancos) en su actividad como prestatario del crédito.

Uno de los principales papeles que puede jugar la garantía es conseguir que los bancos, sin que éstos renuncien a sus distintos métodos de evolución crediticia, sea incorporar como clientes de crédito a las pequeñas y medianas empresas que antes no las tomaban como un cliente más, sino que eran discriminadas por sus bajos recursos, esto se lleva a cabo cuando los distintos bancos obtengan una cartera potencial de PyMES con excelentes proyectos y que sean capaces de generar flujos de efectivo para liquidar el préstamo.

### **Políticas Pymes**

La Secretaria de Economía mediante la secretaria PyMES, es la encargada de administrar los programas de apoyos hacia las pequeñas y medianas empresas, por ello la política pública no solo se basa en acreditar capital a las pequeñas y medianas empresas como lo pensaríamos todos, sino que se puede entender que estas organizaciones por su tamaño, necesitaban tratos diferentes para que lograran ocupar un lugar en el mercado financiero, en función de objetivos, estrategias y capacidad productiva de la misma, esta política no del todo es imprecisa, ya que lo primero que se realizó fue reorganizar todo los programas y bases de apoyo a las empresas para impulsar su crecimiento en una sola



organización, ya que los programas estaban aislados y en diferente secretaria de apoyo a las PyMES.

El siguiente paso acertado fue el de agrupar todos estos programas de apoyo en una sola subsecretaría y subdividir por tamaño a las empresas, para crear el programa adecuado para cada empresa dependiendo su tamaño, así como de su capacidad productiva.

Se deben seguir consolidando todos aquellos apoyos dirigidos al fortalecimiento de cadenas productivas, modernización tecnológica, capacitación básica y especializada; dar mayor énfasis a los programas encauzados al desarrollo de proveedores, obtención de certificaciones, apoyos para la exportación, financiamiento para la adquisición de bienes de capital, integración de capital de trabajo y consultoría en organización productiva y dirección de empresas. Debido a la poca participación del sector financiero en cuanto al apoyo de las PyMES, se necesita continuar con el fortalecimiento de todas aquellas alianzas estratégicas entre la Banca Comercial y la Banca de Desarrollo con el Gobierno Federal y/o los Gobiernos de los Estados para promover tasas de interés competitivas, asimismo servir de avales a estas empresas de tal manera que se amplíen sus posibilidades para recibir créditos.

A pesar de que se han conseguido avances importantes es necesario que se continuara con una política integral de apoyo para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, con el objetivo en las de menor tamaño, con el propósito de establecer las condiciones que contribuyan a su creación, desarrollo y consolidación en el mercado. Si los diferentes costos de hacer negocios afectan a todas las empresas, son particularmente costosos para las micro, pequeñas y medianas empresas, mientras que el mismo costo administrativo puede ser una proporción muy reducida de los ingresos de una empresa de gran nombre en el mercado, puede complicar que una cantidad elevada de las ventas de una pequeña empresa tenga que destinarse a cubrir costos de transacción.

Al contar con una menor cantidad de secundaria y tener un historial crediticio más limitado, es más difícil el acceso al financiamiento para las empresas de menor tamaño, como problemas en infraestructura pueden ser resueltos directa o indirectamente por las empresas grandes mediante la reubicación territorial o la realimentación de algunos bienes y servicios, lo cual es permitido por su progresión. Asimismo, están sujetas a mayor riesgo, ya que su ambiente laboral predominantemente local implica que tienen una mayor sensibilidad a las condiciones en la región específica donde estén ubicadas. Por tanto, si bien las diferentes estrategias tienen como objeto promover el crecimiento en todos los sectores y para todos los grupos productivos, su impacto será mayor sobre las empresas de menor tamaño, sin embargo, dada la problemática particular del sector y su importancia en la actividad económica agregada y en la generación de empleos es necesario hacer una agenda de política orientada especialmente al mismo objetivo.

### **Programas De Apoyo A Las Pymes**

La falta de información sobre los programas de apoyos públicos, el total desconocimiento de ellos es una cuestión frecuente en las PyMES, ya que el 86 por ciento de las mismas no conoce ni los programas de apoyo gubernamentales, estatales, ni mucho menos municipales y tan sólo el 12.65 por ciento de éstas los conoce pero no los ha utilizado, únicamente el 1.8 por ciento de estas empresas los conoce y las ha llevado a cabo.

Debido a la escasa información de las PyMES con respecto a los programas públicos, es indispensable difundir más las diversas campañas publicitarias que se han estado realizando, de manera que se vuelva un ejercicio de información permanente tanto en los principales medios de comunicación masivos como en los electrónicos.

Es preciso orientar los programas de capacitación, ya que el 64 por ciento de las mismas son de carácter familiar, por lo que los empresarios deberán conocer su dinámica empresarial y realizar los ajustes necesarios para la administración y

gestión de su negocio diferenciando entre una empresa tradicional y una de enfoque familiar.

De acuerdo con la información de la Comisión Intersecretarial de Política Industrial; actualmente el Gobierno Federal ofrece 134 programas de apoyo a las PyMES, los cuales atienden diferentes problemas y áreas de la empresa. Estos son algunos programas que ofrece a las PyMES, Apoyos y estímulos fiscales, apoyo a las actividades exclusivas de las dependencias y entidades, sistemas de información, Servicios de Orientación y Concertación Interinstitucional, Capacitación, Asistencia Técnica y Consultoría Empresarial, créditos, Capital de Riesgo y Subsidios, Créditos y Servicios Financieros que otorga la Banca de Desarrollo, Desarrollo Regional y Encadenamiento Productivo.

Algunos de estos programas son los que se describen a continuación:

- Secretaría de Economía Red de Centros Regionales para la Competitividad Empresarial (RED CETROCRECE), Consultoría y Asistencia Empresarial.
- Comité Nacional de Innovación y Modernización Tecnológica (COMPITE), Consultoría Empresarial.
- Programa de Capacitación y Modernización del Comercio Detallista (PROMODE): Capacitación para emprendedores. STPS Calidad Integral y Modernización (CIMO).
- Guías Técnicas de Autogestión CONACYT Programa de Modernización Tecnológica (PMT).
- Fondo de Inversión para la Investigación y Desarrollo Tecnológico (FIDETEC). Programa de Apoyo para el Desarrollo de Proyectos Conjuntos (PAIDEC). Programa de Vinculación Academia - Empresa (PROVINC).
- Centros de Desarrollo Tecnológico SEP - CONACYT. NAFIN Programas de Financiamiento a PyMEs (Créditos a tasa fija, Créditos de Primer Piso, Garantías, Créditos para desarrollo tecnológico, Proveedores, etc.)
- Capacitación y Asistencia Técnica BANCOMEXT Apoyo y desarrollo de empresas exportadoras (Cartas de crédito, garantías al proceso de exportación, asistencia técnica, proveedores, comercio electrónico, etc.).

Asimismo, la presente administración, buscando dar respuesta a las necesidades de las PyMES del país ha implementado diversos programas de apoyo enfocados a atender áreas específicas.

- Secretaría de Economía Programa de encadenamientos productivos Programa marcha hacia el Sur (Acciones de desarrollo regional y capacitación laboral)
- Programa de Centros de Distribución en Estados Unidos Fondo de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa Programa de Banca Social y Microcréditos NAFIN Programa de desarrollo de proveedores. Red de Negocios NAFIN BANCOMEXT Programa de financiamiento a PyMES.

### **Programa de Consultores Financieros**

Es un instrumento de apoyo para aquellas empresas que sean sujetas de crédito tengan acceso al financiamiento más conveniente, buscando fomentar la cultura empresarial de financiamiento en el sector. ¿Cuál crédito?, ¿Cuánto se necesita?, ¿En dónde obtenerlo? y ¿Qué tipo de crédito? Son las principales preguntas que una PyME se hace al momento de querer obtener un crédito o apoyo financiero.

A raíz de estas necesidades, el Programa Nacional de Consultores Financieros PyME, busca responderlas y hacer más sencilla y eficaz la gestión de los créditos para las PyMES.

#### **¿En qué consiste el programa de Consultores Financieros?**

La Red Nacional de Consultores Financieros PyME brinda asesoría gratuita durante la misión del crédito mediante un “Consultor financiero” que es un asesor capacitado y acreditado por la Secretaría de Economía, que conoce la oferta disponible de productos de créditos PyME con capacidad de gestión ante las instituciones de crédito.

Un Consultor financiero prescribe las necesidades de financiamiento, identifica si es capaz de cubrir el crédito, asesora en la selección de un producto financiero, realiza la misión ante la institución crediticia, además de que ayuda a

identificar el impacto del financiamiento para aquellas empresas PyME que tengan los siguientes requisitos:

- Estén formalmente constituidas.
- Tengan experiencia en el negocio.
- Mantengan un récord crediticio.
- Cuenten con la información solicitada por las Instituciones Financieras.

### **¿Cuál es el objetivo del programa?**

- Conceder a las PyMES con los elementos necesarios para la obtención de un crédito.
- Proporcionar asesoría del más alto nivel profesional para tramitar créditos que se ajusten a las necesidades de la PyME.
- Negociar más y mejores créditos a PyMES que ayuden a su desarrollo y estabilidad, y por consecuencia, sean generadoras de más y mejores empleos.

### **¿Qué servicios ofrece el programa? Gestión de financiamiento para PyMEs.**

- Programa de Garantías Con el propósito de promover el otorgamiento de crédito por parte de la banca a favor de las PyMES, la Secretaría de Economía, en coordinación con Gobiernos Estatales y Municipales, Banca de Desarrollo, Banca Múltiple, Intermediarios Financieros Especializados y otros organismos, se crea el programa de Garantías sustentado en criterios de transparencia, accesibilidad y competitividad con proyectos novedosos de cobertura de riesgos.
- Incubadoras

### **¿Qué es una Incubadora?**

Es un centro de apoyo a emprendedores que proporciona orientación, consultoría y asistencia completa para la creación de una empresa. Las Incubadoras brindan acompañamiento empresarial para el desarrollo del plan de negocios, el cual resulta en la puesta en marcha de la empresa, evalúan la viabilidad técnica,

financiera y de mercado de los proyectos y en algunos casos, proveen de espacios físicos como son oficinas, acceso a equipos, servicios administrativos, de logística, así como servicios de información y apoyo técnico.

El Sistema Nacional de Incubación de Empresas está integrado por 500 incubadoras, con presencia en 190 ciudades. Éstas son operadas al interior de instituciones educativas, organizaciones de la sociedad civil, organismos empresariales y asociaciones civiles, mismas que cuentan con un Modelo de Incubación de Empresas reconocido por la Secretaría de Economía.

### **¿Cuál es el objetivo del programa?**

Crear más y mejores empresas de alto valor agregado y que permanezcan en el mercado para la generación de más y mejores empleos de alta calidad.

### **¿Qué servicios ofrece el programa?**

Ofrece Consultoría y asistencia técnica con herramientas administrativas a fin de establecer adecuadamente una empresa y un correcto funcionamiento para alcanzar el pronto desarrollo. Los servicios ofrecidos son: consultoría, asesoría y asistencia integral a los emprendedores, desde el desarrollo e implementación del Plan de Negocios hasta la creación e inicio de operaciones de la empresa. Misión, Innovación, Comercialización y Capacitación.

### **Programa de intermediarios financieros especializados.**

Este programa consiste en el otorgamiento de apoyos para el fortalecimiento institucional de los Intermediarios Financieros Especializados en MIPyMES y emprendedores. Con estos apoyos se busca incidir en la eficiencia con que operan estas entidades y que esto se traduzca en un incremento en la oferta de financiamiento para las empresas.

## ¿Qué es el programa de Proyectos Productivos?

Para atender las demandas específicas de los sectores industrial, comercial y de servicios, incluidos agro negocios y ecoturismo surge “El Fondo de Proyectos Productivos para el Desarrollo Económico” (FOPRODE) que tiene como objetivos, apoyar proyectos que fomenten e integren cadenas productivas que fortalezcan la competitividad de más las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) establecidas en México, promover su fortalecimiento y generar negocios de alto valor agregado, a partir de la aplicación de conocimientos y avances tecnológicos.

## ¿En qué consiste el programa de Proyectos Productivos?

El programa de Proyectos Productivos consiste en promover el establecimiento de pequeñas unidades de producción en las zonas populares y rurales, con el objeto de apoyar a personas o grupos con iniciativa emprendedora que no tengan acceso al financiamiento, fortaleciendo la aplicación de políticas de desarrollo que busquen elevar el nivel de vida de las personas, permitiendo la diversificación de las fuentes de ingreso y la incorporación al sector laboral y dotar a la PyME con los elementos necesarios para la obtención de un crédito.

Su representación deberá ser socialista, es decir, la finalidad no es generar ganancias que enriquezcan a un individuo, sino garantizar la producción de bienes y servicios sin explotar a quienes lo producen directamente, garantizándoles una calidad de vida digna. Los apoyos que se otorguen podrán destinarse a la ejecución de:

### **Proyectos productivos:**

- a) Adquisición e instalación de maquinaria y equipo industrial moderno
- b) Instalación y equipamiento de unidades auxiliares a la producción, tales como: laboratorios, equipos y sistemas para centros de diseño y otras instalaciones que agreguen valor a la producción.

- c) Capacitación y asesoría técnica a grupos de base comunitaria que requieren financiamiento para mejorar o aumentar su producción y otras actividades de generación de ingresos.

### **¿Qué es Capacitación y Consultoría empresarial?**

Es el conjunto de procesos mediante los cuales se desarrollan aquellos conocimientos, habilidades, destrezas, experiencias y actitudes que permitan contribuir en forma efectiva, al logro de los objetivos, productividad y desarrollo de la competitividad empresarial, a través de talleres, asesorías y consultorías en sitio, que permiten a las pequeñas y medianas empresas aplicar herramientas metodológicas para mejorar las áreas individuales de su empresa: administración, recursos humanos, finanzas, mercadotecnia, operación, así como prácticas de innovación, mediante la aplicación de servicios especializados que identifican las áreas débiles o de oportunidad y les ayudan a solucionarlas.

### **¿En qué consiste el Programa Nacional de Capacitación y Consultoría?**

Observando la gran variedad de productos de oferta y demanda de servicios de capacitación y consultoría, así como el control del recurso humano que ofrece estos servicios en el país, el Programa Nacional de Capacitación y Consultoría, en cumplimiento de su objetivo de contribuir a las PyMES para ser más rentables y productivas, divide su operación en componentes:

- Programa de Consultoría General.
- Programa Moderniza.
- Consultoría Empresarial PyME-JICA.

### **¿Cuáles son los objetivos del Programa?**

Fortalecer la formación de capital humano, especialista en atención a micro, pequeñas y medianas empresas. Estimular la competitividad empresarial a través de la instrumentación y aplicación de acciones de mejora y apoyo en procesos de certificación. Desarrollar las habilidades de los empresarios en la implementación de mejoras empresariales que hagan más rentables y productivas sus empresas.



## Estrategias

Hay estrategias principales para promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas como favorecer el aumento de la productividad de las PyMES e incrementar el desarrollo de productos acorde con sus necesidades.

La visión hacia las PyMES debe centrarse en la creación de una política de desarrollo empresarial basada principalmente en emprendedores, mujeres y hombres que se encuentran en proceso de creación y desarrollo de una empresa, microempresas tradicionales, pequeñas y medianas empresas, PyMES que tienen un mayor dinamismo en su crecimiento y en la generación de empleos respecto del promedio, aquellas empresas establecidas en el país que, por su posición en el mercado, lideran las cadenas productivas.

Estas políticas deben recibir atención del Gobierno Federal a través de financiamiento, comercialización, capacitación y consultoría, gestión e innovación y desarrollo tecnológico. Principalmente se debe apoyar el desarrollo de proyectos productivos y empresas sociales, que generen empleos y que permitan a los mexicanos tener un ingreso digno y mejores niveles de vida.

El incremento gradual en la escala de operación es parte del proceso que le permitirá a las PyMES asegurar su rentabilidad y ser exitosas en su proceso de desarrollo. En muchas ocasiones ello implicará incursionar en nuevos mercados, lo cual requiere de una información suficiente sobre las condiciones y los precios en los mismos. Otra estrategia sería consolidar los proyectos de apoyo a las PyMES en una sola instancia.

El apoyo a las PyMES se ha llevado a cabo con una gran diversidad de programas que han resultado en un conjunto de esfuerzos y recursos, así como en una multiplicidad de estrategias diversas, no necesariamente compatibles entre sí, esto hace necesario revisar la oferta institucional y reestructurar los esquemas de apoyos, estableciendo mecanismos de combinación que permitan generar asociaciones que conduzcan a un mayor impacto de la política con menores costos de operación.

Para ello, el esquema de apoyo a las pequeñas y medianas empresas se consolidará en una sola instancia que coordine los programas de apoyo integral a estas empresas, de acuerdo con su tamaño y potencial, que sea referente a nivel internacional y que permita impulsar efectivamente a las empresas y a los emprendedores con proyectos viables que favorezcan la generación de empleos

En este sentido, se acelerará la entrega de los recursos para apoyar a las PyMES. Otra estrategia sería Impulsar el desarrollo de proveedores, elevando el porcentaje de integración de los insumos nacionales en los productos elaborados en el país y consolidando cadenas productivas que permitan una mayor generación de valor agregado en la producción de bienes que se comercian internacionalmente, con ello se busca seguir una política general de desarrollo de sectores que resultan estratégicos por su contribución a la generación de valor agregado y el nivel de empleo formal bien remunerado y, la promoción del desarrollo regional equilibrado.

Una estrategia más, se debe revisar y ajustar los programas actuales de apoyo para que permitan lograr un escalamiento de la producción hacia manufacturas y servicios de alto valor agregado. Es clave para conseguir complementar el apoyo directo con recursos financieros mediante un servicio conveniente a mayor capacitación y habilidad administrativa, y programas de asesoría y consultoría que faciliten la expansión de las empresas, la adopción de nuevas prácticas de producción y de las tecnologías más avanzadas.

## CAPITULO 4 “REFLEXIONES FINALES”

La formación de los administradores en general debe estar orientada, al desarrollo del conocimiento y habilidades laborales (saber, saber hacer), así como la promoción de valores y la ética, que permitan una formación integral que permita una visión global de las condiciones del ámbito económico, político y social dentro del cual se desempeña su profesión.

En el desarrollo de los planes y programas de estudio en el campo de la administración se debe tomar en consideración los requerimientos de un contexto de grandes cambios y la generación de nuevas tecnologías.

Para hacer un nuevo diseño de los planes y programas de estudio para la formación de administradores, se tiene que partir de un análisis de las condiciones del entorno, esto con el fin de determinar cuáles son los requerimientos en el contexto actual y las tendencias que se visualizan en un futuro para poder hacer un diagnóstico.

Éste será la base para definir el perfil de egreso de los administradores, con las herramientas, que permitirá establecer las competencias que se pretende desarrollar (conocimientos, habilidades, destrezas), así como actitudes y valores para que se logren satisfacer los requerimientos del entorno profesional, así como las del ámbito social en general.

#### 4.1 “IMPORTANCIA DE LA FORMACIÓN ACADÉMICA”.

La misión y el compromiso de la Universidad se centran en lograr una formación integral de los estudiantes de administración para que al concluir sus estudios, puedan integrarse al campo profesional, permitiéndoles tener un desempeño oportuno y no sólo preocuparse por la generación de valor económico en beneficio del capital financiero; también se debe buscar el desarrollo de un conjunto de competencias profesionales, así como el fomento de valores y un manejo ético, que vayan orientados a generar riqueza, pero no sólo riqueza económica, sino también riqueza humana (Cannac,1984).

Deben analizarse los efectos de los diversos factores tal cómo las tecnologías de la información y la comunicación y su impacto en las organizaciones, así como los nuevos retos de la economía, originados por la apertura de los mercados y la globalización de éstos, buscando analizar los efectos que se dan en la formación del administrador., sobre todo por las presiones que se generan debido a la velocidad con que cambia.<sup>6</sup>

El mundo empresarial es muy dinámico; los cambios constantes que se generan debido a la globalización de los mercados y la aparición de nuevas tecnologías van demandando competencias diferentes que van requiriendo los administradores, las cuales se desarrollan hacia los aspectos de liderazgo, negociación y una visión más amplia en cuanto a las diversidades culturales, costumbres, prácticas y manejo de otras lenguas.

Lo anterior debe ser considerado como fundamental en la formación del administrador.

Se requieren personas educadas y profesionales eficientes para garantizar una buena administración de las organizaciones y la maximización de los beneficios

---

<sup>6</sup> [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422008000200007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422008000200007)

para los diferentes agentes que participan en la actividad económica: los inversionistas, los proveedores, los consumidores, los trabajadores, entre otros.

Administrar una empresa radica en darle forma a ésta, de una manera concreta. Absolutamente todas las empresas cuentan con personas que buscan alcanzar los objetivos de la empresa; en esto caso se trata de los administradores, los cuáles son los responsables de dirigir las diferentes actividades que apoyan a la empresa para alcanzar los objetivos planteados.<sup>7</sup>

Son los encargados de llevar a cabo la administración de la empresa y suelen dirigir las actividades que realizan los empleados; aunque en muchos casos también pueden llegar a tener alguna responsabilidad del tipo operativa. Se pueden dividir en dos grupos:

- Los encargados de la administración de empresas que dirigen las actividades de los empleados.
- Los administradores que trabajan directamente en un puesto y no tienen el trabajo de supervisar las actividades ajenas.

Manejan los recursos de manera útil y efectiva para la empresa, además tienen la responsabilidad de que los trabajos que realicen permitan a las personas hacer sus mejores aportaciones al grupo de trabajo, esto mediante una excelente comunicación.

El número de departamentos que posee una empresa en los cuales va a necesitar del apoyo de un administrador varía según las necesidades de ésta y por lo general, se aplica en aquellos sectores de producción, que va de la mano con el de mercadotecnia, finanzas, recursos humanos y capacitación y desarrollo.

Un administrador de empresas debe conocer por ejemplo, cómo hacer un presupuesto de gastos o bien, como elaborar un organigrama, así mismo interpretar

---

<sup>7</sup> <http://www.gestionyadministracion.com/cursos/administracion-de-empresas.html>

un balance financiero, ya que estos conocimientos, entre otros, son básicos para un buen desarrollo de la administración de empresas.

Muchos pequeños emprendedores no se dan cuenta de la necesidad ni la importancia del conocimiento que se necesita para administrar una empresa, ya que lo ven como una tarea fácil, pero es importante que considere que esto no es así, ya que la administración cumple con algunas condiciones y factores que pueden ayudar o perjudicar a la empresa.

Ante esta situación, se busca que las universidades, capaciten formen administradores que:

- Cuenten con una sólida formación, que les permita interpretar, comprender y anticipar los cambios que se producen en la sociedad.
- Saber manejar plenamente el alcance, repercusiones de las áreas funcionales de la empresa a fin de facilitar la comprensión de estas áreas y la actualización permanente en estos campos del saber administrativo
- Contar con una sólida formación humanística, a través de la cual pueda implementar eficientemente el liderazgo en la empresa.
- Estar plenamente identificado con su crecimiento profesional, saber motivar, persuadir y de ésta forma poder tener una buena relación laboral, con todas las personas que tiene a su cargo.
- Debe construir organizaciones no solo más productivas y eficientes, sino organizaciones inteligentes; de aprendizaje y de renovación que hagan posible el desarrollo integral de la sociedad.
- Es necesario un administrador sepa motivar a su personal a fin de que utilicen su potencial para crear responsablemente los resultados que se desean, donde se den nuevas formas de pensamiento, en donde la aspiración colectiva tengan relevancia y en donde la gente continuamente aprenda a aprender en conjunto.

El plan de Estudios de la Universidad Autónoma Metropolitana “Iztapalapa”, es el siguiente:

## **LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

### **PLAN DE ESTUDIOS**

#### **I. OBJETIVOS GENERALES**

- 1) Formar profesionales de alto nivel con una visión general e integral para crear, adaptar e innovar modelos administrativos que mejoren el desempeño, la conducción y el gobierno de las organizaciones.
  
- 2) Formar profesionales capaces de tomar decisiones, de organizar y trabajar en equipo, así como contar con los conocimientos generales de administración.
  
- 3) Formar profesionales con una postura ética que propicie el desarrollo y la ampliación de oportunidades mediante una participación más equitativa y justa, para enfrentar los retos de una sociedad global y ayudar a resolver los problemas sociales, administrativos y económicos de México.

La orientación del plan de estudios de la Licenciatura en Administración, es lograr la formación de un administrador generalista, sustentada en la capacidad de análisis y reflexión de los alumnos, para propiciar la comprensión y diagnóstico de problemas complejos y el diseño de sus soluciones, así como propiciar la cooperación y el trabajo en equipo.

Este plan de estudios tiene un enfoque interdisciplinario, que permite que los alumnos al final de la licenciatura, tengan un cúmulo de conocimientos teóricos y prácticos que les permita laborar y ser más competitivos en diferentes tipos de organizaciones,

## 4.2 FUNCIONES DE UN ADMINISTRADOR EN UNA ORGANIZACIÓN

La función de un administrador depende de la compañía en la que trabaja. Uno de los deberes principales de un administrador es asegurar que la organización opere con eficiencia. Por lo tanto requiere de ciertas características para que de ésta manera pueda administrar a diferentes personas y situaciones dentro de la organización.<sup>8</sup>

Las habilidades específicas, esenciales para un administrador efectivo, incluyen buena comunicación y que sea organizado.

Ahora bien, entre las demás funciones que debe desempeñar el administrador, se encuentran:

### ➤ **Planificación y organización**

Un administrador debe ejecutar planes a corto y a largo plazo que permitan alcanzar los objetivos de la organización y de ésta manera llegar a lo que tiene planeado.

### ➤ **Dirección**

Después de planear y organizar, el administrador debe establecer la dirección de otros en la organización. Debe dirigir a las personas dentro de la empresa para lograr las metas y esto se puede obtener mediante el buen manejo de recursos y un sistema efectivo que lo respalde. También debe contar con habilidades interpersonales para que pueda manejar las diversas personalidades que existen en una empresa. De esta manera usará las capacidades de los miembros para hacer que el plan tenga éxito. Esto incluye delegar la autoridad, la responsabilidad y el control a otros miembros de supervisión.

### ➤ **Personal**

Se debe contar con el personal adecuado en la organización. Esto requiere un completo conocimiento de la organización y lo que ésta necesita. El administrador

---

<sup>8</sup> <http://pyme.lavoztx.com/cul-es-la-funcin-de-un-administrador-en-una-organizacin-5657.html>



debe coordinar con recursos humanos y otros departamentos dentro de la empresa. Básicamente se encarga del reclutamiento y selección de nuevas personas para la organización. Después debe valorar activamente el progreso de los nuevos empleados.

➤ **Enlace**

Un administrador efectivo es el enlace entre la dirección y el personal. Al relacionar ambas partes, ya que de ésta manera puede encontrar soluciones que cumplirán con los objetivos planteados. Esto puede ayudar a lograr en la organización un ambiente positivo, libre de muchos problemas y conflictos. A esto debe recabar información y de esta manera verificar el desarrollo y las expectativas de cada uno de los trabajadores dentro de la organización y hacer necesarias las correcciones para beneficiar a la organización.

### 4.3 “RETOS DEL ADMINISTRADOR ACTUAL EN MÉXICO”.

Las empresas demandan de un perfil de un licenciado de la Administración más proactivo, visionario, estratega, que maneje adecuadamente el recurso humano de la organización, optimizando ese valioso capital, debe ser altamente productivo, que forme un equipo bien integrado, que identificado plenamente sus responsabilidades y esto permita un salario acorde a las características de los requerimientos económicos que le garanticen una calidad de vida mejor que la que actualmente se afronta<sup>9</sup>.

Hay hechos determinantes que el administrador moderno debe saber interpretar y manejar adecuadamente, tales como:

- Las empresas requieren de una gerencia proactiva, creativa, que conozca y domine los conocimientos modernos de la administración, y de esta manera ser capaz de aplicarlos en función del desarrollo, éxito de la gerencia en donde labora.
- El administrador moderno deberá interpretar los efectos, alcances, repercusiones de una economía mundial dominada por bloques económicos, que exigen a las empresas que los componen, la producción solo de bienes en los cuales éstas demuestran que son altamente eficientes, de forma tal que se logre una mayor eficiencia en el uso de los recursos. Esto hace que la competencia sea mayor.
- Tener presente, que las empresas deben integrarse a la competitividad contando con todos los recursos que ello demanda, así como manejar adecuadamente, riesgos, incertidumbres, amenazas y oportunidades.
- El nivel de competencia es mucho mayor, producido tanto por empresas nacionales como por productos internacionales, en donde es necesario estar preparado ante los cambios y oportunidades que se presentan.
- Se debe enfrentar constantemente a nuevos procesos tecnológicos, los cuáles se modernizan de forma rápida y constante, siendo necesario un

---

<sup>9</sup> <http://www.enplenitud.com/el-administrador-ante-los-nuevos-retos.html>

marco que le permita comprender el proceso en sí, más que el dominio de tecnologías específicas.

- El manejo de empresas que están inmersas en una sociedad crecientemente dominada por la información, en la cual la eficiencia de los negocios estará totalmente determinada por la habilidad que puedan presentar sus ejecutivos en el manejo de la información.
- Las empresas requieren que la gerencia garantice una verdadera responsabilidad social en donde la ética, los valores se manifiesten.
- Las empresas deben buscar la manera en que a través de su personal, se tenga esa capacidad creadora, innovadora que le garantice no solo supervivencia, sino éxito en su misión y visión.
- Las exigencias mundiales cada han aumentado en cuanto a la preservación del medio ambiente, por lo tanto, os administradores deberán saber manejar adecuadamente los recursos.
- Mantenerse actualizado en todo lo concerniente a los conocimientos administrativos modernos, como saber manejar de forma adecuada, todo lo relacionado a cambios.

En la sociedad moderna la administración ha llegado a ser un elemento complementario indispensable para las demás profesiones, ya que todo profesional tiene que trabajar casi necesariamente en alguna organización, por lo que tiene n

#### **4.4 RELACIÓN FORMACIÓN-ÁMBITO PROFESIONAL**

##### **El Administrador Y La Planeación**

La esencia de la planeación es el identificar oportunidades y amenazas en el futuro, las cuales combinadas con información relevante de la organización proporcionan una buena base para tomar decisiones orientadas a contrarrestar las amenazas y a aprovechar las oportunidades.<sup>10</sup>

El papel del administrador en la planeación está en coordinar esfuerzos de planeación, así como en participar en éstos. De fijar objetivos, hacer análisis del medio ambiente, entender lo que sucede dentro de la organización y así hacerse una gente idónea para coordinar y participar en los esfuerzos de planeación.

##### **El Administrador y La Mercadotecnia**

El administrador dentro de la mercadotecnia debe de integrar las diferentes funciones de la empresa, para proporcionar al consumidor los productos y servicios que desee, al precio y en el lugar deseado. Para ello, debe coordinar el precio, el servicio, la distribución, la promoción y publicidad y el producto, ya que estos elementos son la base de la mercadotecnia.

##### **a) Importancia para La Sociedad**

La mercadotecnia es la encargada de suministrar el nivel de vida exigido por la gente, ésta promueve la ocupación.

Cualquier reducción que se haga en lo que se refiere a costos unitarios de distribución, redundará en un beneficio social que se puede ver desde distintos puntos de vista, ya sea para beneficio del consumidor, de la empresa o de la sociedad.

---

<sup>10</sup> [http://www.ejemplode.com/41-literatura/1466-resumen\\_del\\_libro\\_el\\_administrador\\_de\\_empresas\\_que\\_hace.html](http://www.ejemplode.com/41-literatura/1466-resumen_del_libro_el_administrador_de_empresas_que_hace.html)

## **b) Importancia para la Empresa**

Si el departamento de mercadotecnia no es eficiente, la empresa se verá en serio peligro, pues en el momento en que no pueda vender lo que produce no podrá sobrevivir.

Una actividad primordial de la mercadotecnia es servir de canal de comunicación entre la empresa y los consumidores, a fin de conocer sus exigencias y de esa forma orientar la administración, para producir lo que el consumidor desea y demanda.

### **El Administrador y las Finanzas**

Para la realización de la actividad económica son indispensables dos factores: medio ambiente (consumidores, inversionistas, etc.) y la empresa. Con objeto de facilitar la administración de los recursos y de los bienes o servicios, éstos se representan en términos monetarios mediante su precio de adquisición o de venta.

Según su duración éstos pueden ser de dos tipos: de operación (se consumen en la elaboración) y de inversión (permiten la elaboración del bien o servicio).

Las funciones del administrador financiero en una empresa, son la distribución de fondos a activos específicos que determina cuatro aspectos:

- Tamaño de la empresa (total de activos a emplear)
- Utilidades operativas (lucrativita asociada con la operación de los activos)
- Riesgo comercial (probabilidades de recibir diferentes cantidades de utilidades o pérdidas)
- Liquidez (composición de los activos en relación a la facilidad que tengan de convertirse en dinero).

Coordina recursos distribuyendo y obteniendo fondos, a través de seleccionar aquella combinación de decisiones de inversión, financiamiento y dividendos, manteniendo el equilibrio particular entre lucratividad y riesgo que maximice el valor de la empresa, dentro de un marco social y ético.

## El Administrador y las Relaciones Humanas

Uno de los fenómenos más complejos que debe comprender el administrador es el comportamiento humano en la organización. Para entenderlo se apoya en las ciencias de la conducta, para así, además, lograr un liderazgo que le permita una dirección eficaz en su organización.

La posesión de conocimientos de otras ciencias permite coordinar los esfuerzos mediante un sano clima organizacional que propicie al grupo dedicar su energía a obtener resultados de eficiencia y efectividad, en vez de destruirse entre ellos.

El administrador deberá generar el clima que permita la motivación de los miembros del grupo hacia el logro de los objetivos, para ello tendrá que integrar los objetivos individuales a los organizacionales.

Las relaciones humanas en la organización son muy complejas, por lo que deberá de tener un concepto humano del hombre, ya que éste no es una máquina ya demás deberá tener una profunda sensibilidad para entender las necesidades de los miembros de su grupo.

Lo más importante es que el administrador comprenda las variables que entran en el conflicto y las tácticas posibles para su solución y diseñe estrategias de cambios que comprendan la expresión de sentimientos causantes de conflicto (ira, perjuicio, rechazo, ataque) y estrategias competitivas que tienen como finalidad ganar el conflicto, paralizar, interrumpir o desaprobar a otros, formar alianzas, superar al adversario en las maniobras o sacarle ventajas; y el establecimiento de estrategias cooperativas a través de las cuales el administrador logre poner fin al conflicto, como concesiones unilaterales o recíprocas y busque soluciones por eliminación de las diferencias.

## CONCLUSIÓN

En cuanto al plan de estudios se llega a la conclusión que el plan de estudios de la licenciatura de administración de la UAM Iztapalapa, brinda herramientas que permitan el desarrollo del futuro administrador. Esto por medio de las diferentes UEAS que se imparten en dicha institución. Lo cual permite que durante este proceso de formación, el administrador tenga la capacidad para solucionar problemas mediante el diseño, adaptación e innovación de sistemas administrativos y formas de dirección de las organizaciones y en la ejecución y conducción de las funciones de mercadotecnia, finanzas, administración de personal, esto enfocado a los constantes cambios debido a la globalización.

### **Habilidades Que Desarrollará El Administrador**

1. Planear, organizar, dirigir y controlar los recursos materiales y financieros, además de coordinar grupos humanos de las organizaciones, así como tomar decisiones en ambientes complejos.
2. Establecer relaciones interpersonales, trabajo en grupo y negociación y solución de conflictos a través de acuerdos, para que pueda tener un mejor desarrollo dentro de la organización.
3. Dominio de una lengua extranjera así como metodologías de indagación y la utilización de las nuevas tecnologías de comunicación.
4. Integrar, asumir y aplicar los conocimientos que provienen de las distintas disciplinas que participan en la formación del administrador.
5. Diseñar estrategias a partir de una capacidad para integrar y sintetizar la información sobre factores internos y externos de la organización.
6. Crear y mantener todo tipo de organizaciones para propiciar fuentes de empleo y promover el desarrollo de la sociedad.

### **Aptitudes Que El Administrador Mostrará**

- 1- Actitud reflexiva en la comprensión de problemas complejos y en el manejo de situaciones cambiantes que impliquen juicios, valores y confianza para asumir riesgos y compromisos sociales, profesionales y personales
- 2- Solucionar problemas mediante el diseño, adaptación e innovación de sistemas administrativos y formas de dirección de las organizaciones y en la ejecución y conducción de las funciones de mercadotecnia, finanzas, personal y producción en un ambiente de internacionalización y globalización de la sociedad.
- 3- Comprender el desarrollo de las empresas y las organizaciones desde una perspectiva histórica, interdisciplinaria y crítica para mejorar las formas de gobernabilidad de las organizaciones y su contribución y responsabilidad en la solución de los problemas sociales, económicos y ambientales de México.
- 4- Conocer las problemáticas específicas y emergentes en el campo de la administración y de los sectores de actividad económica y social que han venido adquiriendo importancia creciente para construir respuestas creativas y soluciones éticamente sustentables.

Sin embargo, se considera que las herramientas que se brindan durante el proceso de formación del administrador, deberían de enfocarse más a la práctica, ya que cuando se concluye este proceso de formación, ingresa al ámbito laboral, y debido a los constantes cambios que tiene la sociedad implica que las organizaciones también cambien, por lo tanto el administrador deberá aceptar dichos cambios y adaptarse a ellos. Esto puede ser un problema para el nuevo administrador ya que al no contar con la experiencia requerida, le representa un obstáculo para poder desarrollarse profesionalmente dentro de una organización.



## Bibliografía

- Cruz, V. (2010). *Economía Cultural para emprendedores*. Monterrey, México.
- Enrique, G. G. (2003). *Formación de Emprendedores*. México: Grupo Patria Cultural.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Aguilar.
- García García Enrique, G. C. (2008). *Formación de Emprendedores*. México: Patria.
- Joaquín, R. V. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México.
- Leonardo, R. (1988). *Organización y dirección de la pequeña empresa*. México, D.F.: Ibíd.
- Pickle, H. B. (1995). *Administración de Empresas pequeñas y medianas*. México, D.F.: LIMUSA, S.A de C.V.
- Rojas, S. A. (1986). *El comportamiento de la pequeña empresa mexicana*. México, D.F.: ITESM.
- Salvador, M. H. (1998). *Administración de medianas y pequeñas empresas*. México, D.F.: PAC.