

XV
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA



EL PERFIL DEL EMPRESARIO TAMAULIPECO: SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Área de Investigación: Estudio de la Pequeña y Mediana Empresa

AUTORES

Dr. Víctor Manuel Rubalcava Domínguez 1

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Teléfonos: 052 (833) 241-20-10

Correo electrónico: vrubalca@uat.edu.mx

Fax: 052 (833) 241-20-00 Ext. 3706

Calle Altamira N° 911 Oriente 2° piso. CP 89000. Tampico, Tamaulipas.

Dr. Cándido Hernández Limón 2

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Teléfonos: 052 (833) 217-43-21, 241-20-00 Ext. 3706

Correo electrónico: candido@uat.edu.mx

Fax: 052 (833) 241-20-10

Calle Zafiro N° 168 Fracc. Colinas del Sol. CP 89369. Tampico, Tamaulipas. México

Dra. Nazlhe Faride Chein Schekaiban 3

Grado o grados Académicos

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Teléfonos: 052 (833) 216-86-71, 241-20-00 Ext. 3706

Correo electrónico: nchein@uat.edu.mx

Fax: . 052 (833) 241-20-10

Francisco Sarabia N° 1808 – 2 Pte. Col. R. Flores M. CP. 89460 Cd. Madero, Tamaulipas, México

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

RESUMEN

EL PERFIL DEL EMPRESARIO TAMAULIPECO: SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Área de investigación: Estudio de la Pequeña y Mediana Empresa

La Pequeña y Mediana Empresa (PYME) es elemento circunstancial de investigaciones presentándola como ente económico que realiza diferentes actividades lucrativas, sin embargo son escasos los estudios que centran la figura del empresario como bastión de estas organizaciones. Esta investigación realizada en el Estado de Tamaulipas, México, busca mediante un estudio de análisis descriptivo y un muestreo simple aleatorio, determinar las variables más importantes que demuestren el impacto del perfil del propietario de la PYME y su acepción en la toma de decisiones para el crecimiento o desarrollo de la misma. Los resultados obtenidos revelan la importancia de estudiar a esta figura en su trayectoria y capacidad en aportar e innovar ideas, implementar acciones y evaluar aspectos que permitan sobrevivir este tipo de empresas.

Palabras clave: Empresario, perfil, Pequeña y Mediana Empresa (PYME).

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

PONENCIA

EL PERFIL DEL EMPRESARIO TAMAULIPECO: SU IMPACTO EN EL DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Área de investigación: Estudio de la Pequeña y Mediana Empresa

Introducción

Las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) conforman junto con las Microempresas un fuerte bloque representado por un alto porcentaje de productividad en el mundo, diferentes estudios (Mintzberg, Ahlstrand y Lamper, 2003; Freier, 2004; Ventocilla, 2004; Cleri, 2007) consideran a este tipo de empresas como eslabón preponderante de las actividades económicas del país al que pertenecen, sin embargo en la literatura revisada no se encuentran análisis sobre el desempeño del director-propietario de las PYMES.-al que identificaremos como empresario-, como el autor de la funcionalidad de estas. Recordemos que dicho personaje se caracteriza como bastión de toma de decisiones, de espíritu emprendedor y con capacidad de realizar aportes e innovaciones, desde los procesos de producción hasta la colocación integral del producto o servicio en el mercado, considerándosele pieza clave en la estructura operativa y administrativa de la empresa, por lo que es significativo cuestionarse: ¿Qué impacto tiene el desempeño del empresario en las PYMES? ¿Qué variables son importantes en la identificación de su perfil?

Esta investigación tiene como objetivo, conocer y definir a través de un estudio de análisis descriptivo, la obtención de información que nos permita detectar variables necesarias para establecer el perfil del propietario de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME). En la primera parte se analiza la naturaleza del empresario, para posteriormente, realizar el planteamiento de alguna de las definiciones de lo que es ser empresario en la parte siguiente se reflexiona sobre la Teoría del Empresario y por último se visualiza a éste en el contexto de las PYMES para su estudio. A través de un muestreo simple aleatorio, se realizó la aplicación de un cuestionario directo estructurado a 237 empresas, logrando resultados donde se destacan los

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

siguientes: la edad promedio del empresario en Tamaulipas es de 50 años, el 63% de los empresarios tienen nivel de estudios de preparatorio (nivel medio superior), el 37% cuenta con estudios de educación superior (licenciatura). A continuación se presenta la explicación amplia de este trabajo.

La naturaleza del empresario

Existen algunos estudios sobre el empresario como factor social del crecimiento económico (Derossi, 1989; Gallo, 2003; y Skertchly, 2003), debido a los análisis realizados con respecto a los factores humanos en el desarrollo, y como resultante de una cada vez más pronunciada, preocupación por la eficiencia de las organizaciones. Actualmente en México se generan diversas investigaciones, sobre temas como: la cultura laboral, la cultura de liderazgo, las características empresariales y administrativas del mexicano, tanto en universidades mexicanas como extranjeras, impulsadas lo mismo por interesados en la economía, que por historiadores, sociólogos, antropólogos ó administradores. Diferentes avances en investigaciones, destacan que la naturaleza del empresario es compleja, Rodríguez (2009), menciona que el primer avance en el estudio de la naturaleza del empresario se dio con la separación, a efectos analíticos, de quien gestiona una empresa y quien aporta capital.

Por lo que dicha naturaleza podría investigarse de forma discrepante dependiendo del enfoque con el que se le quiera estudiar. Con frecuencia se considera al empresario como el actor de algunas etapas de la industrialización, que está destinado a desaparecer conforme va madurando este proceso. Esto podría considerarse en muchos países donde la industrialización avanza día con día. No obstante de acuerdo con Besosa (2005), el proceso de creación de nuevas empresas debe ser algo gradual, y requiere de madurez paulatina en todas las fases que consideramos como fundamentales, tanto del emprendedor y futuro empresario, como de la institución, equipo o personas acompañantes.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Del mismo modo De la Garza (2006), menciona que al empresario se le considera como un promotor del desarrollo económico, ya que muchas veces por necesidad económica, por deseos de participación o por factores familiares, las personas se enfrentan al reto de emprender, siendo esto el resultado de la dinámica que opera dentro de la sociedad.

El crecimiento de las empresas y el tiempo, son los factores responsables de este cambio, debido a que cuando una empresa ha crecido, o el periodo de operaciones se ha extendido demasiado, el jefe de la misma tiene que compartir sus actividades de planeación, observación y realización de los procesos administrativos y operativos de la empresa, con una o más personas, debido a que el aumento de trabajo lo hace transformarse como un empresariado múltiple, debiendo delegar actividades a sus familiares o empleados, teniendo como consecuencia el desarrollo y crecimiento de la firma. Nueno (1994) considera que las motivaciones empresariales responden a una lógica de aspiraciones que aunque contienen cierta similitud en rasgos, en conjunto es heterogénea.

De acuerdo con Berger (1993), el estudio del empresario se distingue dentro de las ciencias sociales gracias a dos amplios campos; el de los economistas y el de los investigadores de otras disciplinas. El primero se inclina por considerar lo empresarial, como una variable dependiente de factores económicos e independiente de la cultura, y el segundo, lo observa como una variable totalmente identificada con la cultura.

Algunos estudiosos del tema como García-Nieto (2008), quien considera que las motivaciones empresariales están determinadas por la propia situación personal del empresario y por las condiciones sociales, culturales y económicas del entorno.

Sin embargo, en México como en otros países (principalmente los latinoamericanos), observamos que la mayoría de las empresas, pertenecen aún al escenario de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y que un alto porcentaje de éstas, se encuentran

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

identificadas debido a que sus propietarios son considerados personas físicas, fáciles de situar y con un alto grado de comunicación entre sus familiares, empleados, clientes o consumidores.

Por lo que es conveniente indagar la capacidad de las personas que ya cuentan o con deseos de iniciar un negocio, posibles candidatos a forjar una empresa, la cual les hará asimilar, comprender o visualizar todas las actividades requeridas no solo para situarla en el mercado, sino también para sostenerla en el mismo, reflexionando la importancia en determinar la palabra empresario.

La definición de empresario

Debido a que la actividad empresarial se expande y cambia con la transformación de los mercados, el término empresario sufre también evoluciones, convirtiéndose algo confuso, con ciertas divergencias, entre las definiciones actuales podemos considerar las siguientes:

“Es el engrane principal sobre el cual descansa la empresa para su supervivencia” (Rodríguez, 2009).

“Un empresario es la persona que forma parte del sistema económico de un país, debido a que a través de la innovación y el esfuerzo dedica su tiempo a la productividad” (CANACO, 2002).

“El empresario es una persona con atributos sociales y culturales que crea y desarrolla un proyecto empresarial en consonancia con estos atributos” (García – Nieto, 2008).

Sin embargo a través de las definiciones anteriores, observamos como el papel del empresario tienen un sentido positivo en cuanto al armado de la empresa y su objetivo ante la

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

sociedad. Tradicionalmente el empresario, se ha considerado como el iniciador, el innovador, y el que toma el riesgo. En estos papeles, el empresario hace una contribución absolutamente esencial a la organización y también a la economía (Rue y Byars, 2007).

Una definición que consideramos bastante acertada es la de De la Garza (2006): “El empresario por tanto es el dueño de la empresa, en todo o en parte. Es aquel que crea una organización nueva, o bien, al heredarla o adquirirla, la continúa”.

Otras definiciones involucran tanto el aspecto de responsabilidad en el manejo de la empresa, como la virtud de la creatividad y la habilidad de comunicación entre el empresario con el ambiente pleno en que se desenvuelve.

El empresario es el agente innovador, no solo se destaca por la venta directa o la intercomunicación con el cliente o consumidor para satisfacer sus necesidades, a través de las cuales obtendrá circulante. El empresario es el agente que innova, es decir, se preocupa por la realización de nuevos productos, apertura de nuevos mercados, conquista de nuevas fuentes de aprovisionamiento, nuevos métodos de producción, o incluso nuevos métodos de dirección y organización (Parra, 2006).

Otra acepción del empresario es la determinada por Weber (1997), en la cual aprecia el espíritu capitalista como producto de la sociedad, que determina las condiciones posibles para generar las conductas emprendedoras, por lo que el empresario, es la persona que desea obtener el lucro con un sentido ético de amor al trabajo y a las actividades bien realizadas.

Como podemos observar, las definiciones de empresario, aun siendo extensas o limitadas, nos informan sobre el objetivo específico de éste, el cual es el de emprender, en la mayoría de los casos.

Pareciera que el empresario, como actor principal o responsable de sus actividades administrativas y operativas debe desdoblarse el espacio donde la empresa generará todas sus funciones a través del ofrecimiento de productos o servicios, con el afán de que los consumidores adviertan su presencia y lo ubiquen como icono de satisfacción de necesidades. Sin embargo, esta perspectiva no indica el aseguramiento permanente de la empresa en el mercado, por lo que el propietario de la empresa debe aplicar su mayor esfuerzo en encontrar

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

factores que le ayuden a perdurar su distinción ante los clientes. Es por ello la necesidad planteada en esta investigación de indagar en el origen del empresario, haciéndolo de forma estructurada y concreta, por lo que apuntalaremos dicho trabajo con una breve reseña de la Teoría del Empresario la cual se expone a continuación.

La Teoría del Empresario

Los términos de empresario y empresa pareciera que se engarzan desde su concepción, es difícil visualizar a uno sin el otro. Aun cuando la empresa representa físicamente la evolución de productividad o rentabilidad en la economía donde se erige, el empresario será el motor de esa edificación como emblema creador o de continuidad sobre la misión de la misma.

En su Teoría del Empresario, Schumpeter identifica a los empresarios como: innovadores que adelantan el cambio a través de la introducción de un nuevo proceso al producto tecnológico, soñadores, visionarios, creadores, hacedores y destructores del status quo en la producción (Furtado, 1996).

Un ejemplo es la tipificación realizada por algunos autores, entre ellos Schumpeter (1943), se muestra en la siguiente Tabla:

Teóricos:	Empresarios: ¿Quiénes son?	¿Cómo operan los empresarios?	Características de los empresarios
Richard Cantillon (1755)	Figuras claves en la economía del mercado, pues son los que ejecutan las actividades.	Toman acciones requeridas para hacer una ganancia. Llevan a cabo un balance entre las ofertas y las demandas de los mercados.	Tienen la visión para asumir la incertidumbre. Reaccionan a oportunidades de ganancia. Trabajadores independientes con una ganancia incierta.
Joseph Schumpeter (1943)	Innovadores, adelantan procesos de cambio.	Son líderes en cuanto a generación de procesos, gustan de realizar combinaciones.	Amenazan continuamente los procesos productivos.
Israel M. Kirzner (1973)	Creativos intermediarios que facilitan el intercambio entre oferentes y clientes y, mueven la economía hacia un estado de equilibrio.	Alertan las oportunidades de ganancia para que ocurran intercambios. Identifican y explotan oportunidades para el intercambio lucrativo.	Poseen una habilidad para obtener el conocimiento que no poseen otros. Reconocen oportunidades de mercado y proveen funciones de intermediación.
George L. Shackle	Imaginativos intermediarios que adelantan nuevas y subjetivas oportunidades de negocios.	No hay un patrón objetivo determinístico de comportamiento porque la imaginación de una persona	Cada oportunidad depende del inventor. No hay un estado total de coordinación entre oferta y



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

(1979)		no puede ser presentada en una lista finita.	demanda. No hay un equilibrio que represente un sitio de descanso de la economía.
Mark Casson (1982)	Agentes que reasignan los recursos.	Se especializan en tomar decisiones.	A pesar de que comparten las mismas circunstancias, toman distintas decisiones. Tienen distinto acceso a la información, interpretación y criterio.

Tabla: 1.1.
Teorías del Empresario
(Fuente: Revista Universidad Nacional de Colombia, 2001)

Para Schumpeter la característica más importante del desarrollo es que las nuevas combinaciones de medios productivos, es decir las innovaciones, son discontinuas. Este proceso discontinuo de la innovación, revoluciona sin cesar la estructura económica desde dentro, destruyendo la vieja estructura y creando una nueva, este proceso de destrucción creativa es el hecho esencial del capitalismo (Chávez y Goldfrank, 2004).

No obstante este autor no observó al empresario como parte procesadora o administrativa de la riqueza, no lo limitó a un proceso solo de rentabilidad o productividad, lo transportó a una figura participativa, comprometido con sí mismo, su familia y con la sociedad en general.

Schumpeter (1996), en la Teoría del Empresario, trata de demostrar que lo importante son las innovaciones radicales, aquellas capaces de provocar cambios revolucionarios, a través de diferentes aspectos que involucran transformaciones como la innovación e invención. Dichas actividades permiten al empresario ser siempre pioneros en la introducción de nuevos productos, nuevos procesos y nuevas formas de organización o en introducirse en nuevos mercados (Montoya, 2004)

El autor antes mencionado conceptualiza al empresario, como el primero y más importante agente innovador, que lleva a cabo las combinaciones, que imprimen la fuerza en el

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

desarrollo económico, y al mismo tiempo que lidera la creación y aplicación de las mezclas existentes de los recursos, encontrando algunas veces dificultades para financiarse y solicitar el apoyo financiero de los no-empresarios o de los que practican las viejas rutinas, quienes algunas veces lo consideran fantástico o despegado de la realidad (Cárdenas, 2008). Aún con las predicciones de ciertos economistas (Weber, 1997; Robbins, 2005; Rodríguez, 2009; entre otros) en cuanto a la desaparición del empresario como figura circunstancial de la empresa, sucumbido por las ventajas arrolladoras de las grandes organizaciones corporativas y la capitalización, este sigue formando parte de la escena principal en el manejo de la empresa. A continuación se detallan algunas características del mismo.

Algunas características personales del empresario

Entre las características más comunes que podemos identificar en el empresario, de acuerdo a diversos estudiosos en el tema (Koontz y Weihrich, 1998; Arias, 1999; Gallo, 2003; y Whetten y Cameron, 2004), están:

- Actitud individualista. Generalmente el empresario no acepta el liderazgo de un superior, le es imposible avanzar dentro de un patrón de conducta establecido. Esta característica es semejante al beneficio de independencia.
- Visión panorámica de los objetivos y de cómo obtenerlos. Los empresarios tienen un fuerte sentido de pertenencia a las mismas, una vez que las han puesto en marcha, ya que les da la oportunidad de usar sus capacidades y experiencia negociadora, el poder generar nuevas ideas, desarrollarlas y ponerlas en práctica, dentro del tiempo y con los recursos previamente asignados, sabiendo en qué dirección deben aplicar la decisión adecuada.
- Acepta riesgos. Por lo general, el empresario enfrenta riesgos y retos, algunas veces éstos son moderados, lo que le lleva a generar planes razonables y moderados. Aun

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

cuando los riesgos o retos sean peligrosos, el empresario tiene en consideración las consecuencias de un fallo o lo que sucedería si no se alcanza el plan previamente seleccionado.

- Tendencias empresariales visibles a muy temprana edad. Las características empresariales aparecen en el individuo desde el periodo de la preadolescencia, viendo la oportunidad de ser empresario a corta edad. Estas características se pueden observar en los niños o adolescentes en distintos ámbitos como: el campo deportivo, el hogar, la escuela, etc.
- Organización y cuidado del tiempo. Esta característica los distingue de las demás personas, ya que los empresarios organizan su agenda de trabajo con antelación, planean y organizan cuidadosamente sus actividades, de tal forma que les ayuden a cumplir los objetivos y metas propuestos. El empresario se da cuenta de la importancia de establecer prioridades.

Otros autores como Blumer (1982) Lafuente, Salas y Pérez (1985), establecen una tipología de las aspiraciones y motivaciones de los empresarios relacionadas con sus características personales, descritas a continuación:

- Artesanales. Sus aspiraciones están en la propia naturaleza del trabajo, que es su satisfacción personal.
- De riesgo. Tienen una alta propensión empresarial, se adaptan a nuevas situaciones, afrontan incertidumbres, riesgos y retos, se preocupan de los aspectos organizacionales y conceden menos importancia al bienestar económico familiar.
- Familiares. Su principal aspiración es el bienestar económico familiar, tienen una alta propensión para hacerse empresarios, se han formado como empleados de

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

otras empresas o bien son autodidactas, les motiva a hacerse empresarios la independencia y la oportunidad de un negocio, su comportamiento empresarial es rígido y poco adaptativo, pero aceptan retos e incertidumbres. Se les considera los empresarios de menor nivel de instrucción.

- *Manageriales*. Sus aspiraciones se centran en los resultados de su trabajo y en los aspectos organizativos.

Una vez comentadas las diferentes tipologías del empresario, a continuación se desarrolla un breve análisis sobre las PYMES, contexto donde se originan.

La PYME como contexto del empresario

El empresario como pieza clave en la consolidación de la empresa, señala las actividades propias dentro de la misma, la presencia física de ambos (empresario-empresa) apuntala la trayectoria de dicho binomio ante la sociedad y el gobierno. Sin embargo tal recorrido se plantea algo tortuoso y nada sencillo para el individuo que se estudia, sobre todo cuando se trata de obtener ante el mercado la permanencia de una MIPYME.

Dicha permanencia obliga a las MIPYMES a generar nuevos procesos productivos, y al aprovechamiento de los recursos que les proporciona el ambiente interno y externo en el que se desarrollan (insumos o materia prima, mano de obra, finanzas, tecnologías, subsidios, políticas nacionales, e internacionales, etc.), esto como fin de sobrevivir en el umbral globalizador presentado a partir de los años 80s, tiempo desde el cual se realizaron y experimentaron diferentes modificaciones en ámbitos económicos, sociales, políticos y culturales en la mayoría de los países del mundo, considerándose este periodo de cambios como etapa de transición (Rubalcava, Saavedra y De la Garza: 2009).

Para hacer un breve análisis sobre las mismas es necesario conocer la estratificación que se hace en México de acuerdo a su tamaño, por lo que a continuación se presenta la Tabla 1.2.

Estratificación de Empresas por Número de Trabajadores			
Sector	Industria	Comercio	Servicios
Tamaño	Número de empleados		
• Micro empresa	0-10	0-10	0-10
• Pequeña Empresa	11-50	11-30	11-50
• Mediana Empresa	51-250	31-100	51-100
• Grande Empresa	251 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

Tabla: 1.2.
Estratificación de las empresas en México por número de trabajadores

Fuente: (Elaboración propia con información de la SHCP, 2002)

El acceso al que tienen derecho todas las empresas en el proceso globalizador, representa toda una serie de actividades comerciales, entre las que sobresalen las posibilidades de explorar y explotar nuevos procesos de producción ó abastecimiento, así como diversificar las oportunidades de participación que esta economía a nivel mundial les ofrece, con todo y la gama de oportunidades y desafíos que pudiera generar (Rubalcava: 2009)

Los últimos registros del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 2010) así como del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI, 2009), demuestran la amplia existencia de dichas empresas en Tamaulipas, por lo que presentamos la Tabla 1.3.

Organismo	SIEM				INEGI				
	Industria	Comercio	Servicio	Total	Industria	Comercio	Servicio	Otros sectores	Total
Tamaño									
• Microempresa	1,383	11,811	4756	17,950					96,170
• Pequeña empresa	233	458	544	1,235					4,834
• Mediana empresa	133	118	47	298					625
• Grande empresa	113	46	41	200					689
Total	1,862	12,433	5,388	19,683	8,313	48,887	41,794	3,324	102,318

Tabla 1.3.
Clasificación de empresas en Tamaulipas de acuerdo a tamaño y sector

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Fuente: (Elaboración propia con información de SIEM, 2010 e INEGI, 2009)

Como podemos observar en la tabla anterior, para SIEM (2010) las PYMES en Tamaulipas, ocupan un 8 % y para INEGI (2009) representan un 5%, también se aprecia en los registros de SIEM (2010) que un buen número de este tipo de empresas, desarrollan actividades tales como comercio y servicios.

No obstante, este tipo de empresas generalmente se encuentran inmersas en situaciones inesperadas (no programadas), lo cual hace que sean vistas algunas veces como desprotegidas ó de forma contraria, capaces de hacer frente a los embates económicos, capacidad que las fortalece para continuar en el mundo de los negocios (Irigoyen y Puebla, 2001).

Las PYMES como parte importante del conglomerado de empresas representan para Tamaulipas un rango significativo, debido a que se encuentran entre la micro y la grande empresa, ocupan el espacio entre dos pilares muy importantes de la actividad productiva, entre la incipiente y la experimentada visión que llevó a las personas a emprender la realidad, esto no habría sido posible sin el esfuerzo y el valor del empresario.

Dicho esfuerzo y valor lleva actualmente a las PYMES a la participación no solo local, regional y nacional, también lo hace a nivel internacional, mérito que debe ser reconocido por la sociedad, dejando atrás los empresarios sus tabús y prejuicios que durante muchos años afectaron la participación de empresas mexicanas en mercados extranjeros. Existen cada vez más PYMES que se ven involucradas en llevar a cabo actividades de carácter internacional y que a su vez muestran un comportamiento diferente que nunca antes se había visto (Fillis, 2001). A continuación se presenta la metodología utilizada en el estudio.

Metodología

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Con base en el desarrollo de los epígrafes anteriores, es necesario determinar que las empresas son el eslabón más importante en cuanto a la rentabilidad, productividad y sostenimiento de toda economía, aun cuando no se le considere la panacea de todos los problemas al ambiente interno de una nación, sin embargo es preciso reconocer que fijan los senderos del desarrollo y crecimiento sostenido con actividades tan importantes como; generación de empleos, fabricación de bienes o servicios terminados o semiterminados, pago de impuestos, etc., no obstante es importante determinar la presencia del empresario como eje principal de las actividades de la misma, cabe mencionar que son diversos estudios que enfocan esta figura, por lo que se presenta la necesidad de unificar criterios por lo menos a nivel nacional en cuanto a las variables de su estudio respaldadas principalmente sobre las características del mismo, por lo que se hacen indispensables los siguientes cuestionamientos:

- ¿Qué impacto tiene el desempeño del empresario en las PYMES?
- ¿Qué variables son importantes en la identificación de su perfil?
- ¿Las variables identificadas son suficientes para estudiar y determinar el perfil del empresario de la PYME?

En esta investigación se realizó un estudio de análisis descriptivo con el fin de conocer y definir el perfil del propietario de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME) en el Estado de Tamaulipas.

Se contó con un cuestionario validado en la Universidad de Colima y en la ciudad de Dallas TX, haciéndole ajustes de acuerdo a las necesidades propias de esta investigación. El trabajo de campo llevado a cabo, se rigió por un método de investigación general que nos ayudó a comprender mejor los diferentes perfiles con los que cuentan este tipo de empresas en la entidad.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Las variables consideradas para el estudio fueron las relacionadas con la información sobre el propietario principal, nombrando las siguientes; edad, género, estado civil, escolaridad, número de años en la empresa, origen del capital para iniciar la empresa, área con mayor conocimiento o especialidad, etc.

Para la puesta en operación del instrumento de investigación, se siguió una serie de actividades para su aplicación a los empresarios.

En la primera etapa, se obtuvo la cantidad total de PYMES en el Estado de Tamaulipas. Esta información se extrajo del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)¹, lo que arrojó que en este Estado, existen 1,533 de estas empresas (1,235 pequeñas y 298 medianas, ver Tabla 1.3.).

El segundo paso fue la determinación de la muestra. Siguiendo una fórmula matemática se detectó que la muestra más idónea era de 237 empresarios.

A continuación se distribuyeron las 237 encuesta en el Estado de Tamaulipas, mostrando que siete municipios concentran el 92.46% de las PYMES, entre los que destacan; Matamoros, Reynosa, Nuevo Laredo (al norte del Estado), Victoria (Capital del Estado de Tamaulipas), Tampico, Madero y Altamira (en el sur del Estado), ahí mismo, en base al por ciento que aportan estas empresas, se define el número de encuestas aplicadas en cada uno de esos municipios.

Después de la obtención del tamaño de la muestra por ciudad, el siguiente paso consistió en el establecimiento de comunicación telefónica con las cámaras patronales del Estado (CANACO, COPARMEX, CANACINTRA, etc.). Acto seguido se concertaron citas en cada una de las cámaras patronales y empresariales de las ciudades anteriormente

¹ [Sistema de Información Empresarial Mexicano, en línea <https://siem.gob.mx/portalsiem/> , consulta: 25 de Junio de 2009].

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

mencionadas. En dichas reuniones con presidentes y consejeros, se les hizo una breve presentación de la investigación, en la cual se les explicó la importancia de ésta para la universidad, exponiendo de igual manera, los posibles beneficios para los empresarios participantes.

Resultados

Entre los resultados obtenidos del estudio, podemos observar que:

- El 82% de los empresarios encuestados son del género masculino.
- El 76% no provienen de una empresa propia con anterioridad, por consiguiente es la primera vez que participan en el ámbito empresarial.
- El 69% de los empresarios entrevistados son originarios de Tamaulipas.
- El 73% iniciaron sus empresas con poca experiencia
- El 65% de los entrevistados son propietarios del negocio.
- El 83% le dedica jornada completa a su empresa.
- El 63% de los empresarios tienen nivel de estudios de preparatorio (nivel medio superior), el 37% cuenta con estudios de educación superior (licenciatura).
- El 68% de los entrevistados iniciaron el negocio por lo que se consideran fundadores, un 16% lo heredaron, el 11% lo compraron y el 5% son copropietarios.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

- El 100% de los entrevistados, mencionan que la empresa fue formada con capital mexicano.
- El 91% de las empresas fueron iniciadas con ingresos propios del empresario, generados a través de ahorro o aportaciones de algunos de sus familiares.
- El 9% de los empresarios entrevistados, constituyeron su negocio en sociedad anónima con sus familiares (padres, hermanos, tíos).
- Un 54% de los empresarios participa en los procesos de producción y ventas, el 23% solo en producción y un 33% participa en ambos, así como en administración general de la empresa.

Conclusiones

Después de analizar la información anterior podemos discernir que el empresario es pieza fundamental en las actividades de la empresa, su visión y anhelos se ven encaminados al máximo aprovechamiento de los recursos involucrados en la misma, su figura respalda la presentación de la empresa en el mercado, por lo que sería imposible separar ambas figuras. En México como en otros países, se están realizando estudios para determinar las características de los empresarios y la influencia que impulsan estos a determinar culturas, teorías, economías, etc.

El impacto que tiene el desempeño del empresario dentro de la PYME es de fundamental importancia, fija la trayectoria que debe seguir la empresa en todos sus aspectos (operativos, administrativos, sociales, etc). Actualmente el empresario, se destaca no solo por su inversión hacia un medio de producción o servicio, a diferencia del empresario de antaño, hoy se mezcla y participa en la sociedad.

XV

CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Existen variables importantes (edad, grado de estudios, experiencia en el giro o actividad de la empresa, estado civil, etc.) que determinan la viabilidad del empresario tamaulipeco, sin embargo no son suficientes, es necesario que se manejen valores más profundos que se encuentren ligados a su comportamiento y características personales (liderazgo, intuición, capacidades, creatividad, innovación, gusto por los riesgos, etc.) con los que se puedan crear tipologías encaminadas a generar herramientas más confiables y vanguardistas que nos permitan hacer mas estudios que concreten una cultura empresarial en todos los ámbitos, cultura que propicie la razón por la cual los mexicanos conviertan sus actividades emprendedoras en estrategias que los lleve a formalizar su actividad empresarial.

Ensalzar a la PYME mexicana es importante, pero es todavía más mérito reconocer a quien lleva las riendas de la misma, debido a que una gran parte de este tipo de empresas dejaron de ser microempresas para convertirse en pequeñas o medianas, decisión tomada propiamente por el empresario.

La figura del empresario sin diferenciar de género, crea influencia dentro de la economía de cualquier entidad geográfica impulsando el movimiento empresarial. Sin embargo aun no se aplican las bases para estudios uniformes que nos permitan conocer no solo características, sino también determinar a través de encuestas a nivel local, regional y nacional variables que determinen correctamente la trayectoria del empresario mexicano, recopilando información a través de censos, entrevistas, etc., utilizando no solo los recursos de organizaciones gubernamentales, sino también de las no gubernamentales.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

BIBLIOGRAFÍA

- Arias G. Fernando (1999). Administración de recursos humanos. Editorial Trillas. México.
- Berger Brigitte (1993). La cultura empresarial. Editorial Gernika. México.
- Besosa T. Luis C. (2005) en: <http://www.monografias.com/trabajos28/creacion-empresas/creacion-empresas.shtml> consultado el 27 de Junio de 2010.
- Blumer Herbet (1982). El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona: Hora. España.
- Cámara Nacional de Comercio (2002). Reporte económico 2002. Visión emprendedora de Monterrey, N.L. en revista de la Universidad Regiomontana núm. 3. México.
- Cárdenas Manuel J. (2008). Las políticas de competitividad en Colombia. Revista de la Universidad Sergio Arboleda. Colombia.
- Cleri Carlos (2007). El libro de las PYMES. Ediciones Granica. México.
- Chavez Daniel y Goldfrank Benjamin (2004). La izquierda en la ciudad: Participación en los gobiernos locales de América. Icaria editorial. España.
- De la Garza R. Ma. Isabel. (2006). El empresario de tercera generación. Estudio de caso. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México.
- Derossi Flavio (1989) en Salo Gravinsky (2002) El emprendedor mexicano. Revista emprendedores. Núm. 87. Fondo Editorial FCA. UNAM. México.
- Fillis Ian (2001). Small firm internationalisation: an investigative survey and future research directions. Management decision, vol.39, nº 9 en: <http://www.emeraldinsight.com/search.htm?st1=Small+firm+internationalisation&ct=all&qo=Go> consultada el 9 de Junio de 2010.
- Freier María (2004). Garantizar noticias. Revista nº 24. Octubre-noviembre 2004. Argentina.
- Furtado Celso (1996). La economía latinoamericana: Formación histórica y problemas contemporáneos. Siglo veintiuno editores. México.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

- Gallo M., Pablo (2003). El empresario y su desarrollo económico. Ed. Granica. Argentina.
- García-Nieto G. Antonio (2008) Aspiraciones empresariales. Historia de vida de un pequeño empresario. Revista de sociología. Nº 87. Universidad de la Rioja. España.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) (2010) Censo Nacional Económico 2009. México
- Irigoyen Horacio y Puebla Francisco A. (2001). PYMES. Su economía y organización. Ediciones Macchi. Colombia.
- Koontz Harold, O'Donnell Cyril y Weihrich Heinz. (1999) Gerencia: Un libro de lectura. McGraw Hill. México.
- Lafuente F. Alberto, Salas F. Vicente y Pérez S. Ramón (1985). Tipos de empresario y empresa. El caso de las nuevas empresas españolas. Revista de economía industrial Nº 14 Universidad de la Rioja. España.
- Mintzberg H., Ahlstrand B. y Lamper J. (2003). El safari a la estrategia. Ediciones Granica. Argentina.
- Montoya S. Omar (2004) Scientia et Technica. Año X Nº 25 en:
<http://www.utp.edu.co/php/revistas/ScientiaEtTechnica/docsFTP/173857209-214.pdf>
Consultado el 22 de Mayo de 2010.
- Parra R. Juan C. en: <http://www.robertobarrilado.es/contents/asignatu/mateoe/empresario.pdf>
consultado el 14 de Junio de 2010.
- Revista Universidad Nacional de Colombia (2001) en: <http://www.revistas.unal.edu.co/>
consultada el 22 de Junio de 2010.
- Robbins Stephen (2005). Administración. Pearson editores. México.
- Rodríguez Joaquín (2009). Como administrar pequeñas y medianas empresas. Editorial CECSA. México.
- Rubalcava D. Víctor M., Saavedra G. María L. y De la Garza R. María I. (2009). La importancia de la Capacitación en las MIPYMES Metalmecánicas: Estudio en el Sur de Tamaulipas, XI Asamblea General de la Asociación Latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ALAFEC). Guayaquil, Ecuador.



CONGRESO INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA, ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

Rubalcava Domínguez Víctor M. (2009). Capacitación como factor de eficiencia: Estudio en MIPYMES Metalmeccánicas del Sur de Tamaulipas. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Tamaulipas. México.

Rue Leslie W. y Byars Lloyd L. (2007). Administración. Teoría y aplicaciones. Alfaomega grupo editor. México.

Schumpeter Joseph (1996). Capitalismo, socialismo y democracia. T.I. Ediciones Folio. Barcelona, España.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2002) Diario oficial de la federación 30 de abril de 2002. México.

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) (2010). En: www.siem.gob.mx consultada el 15 de Julio de 2010.

Skertchly Ricardo (2003). Las PYMES mexicanas y su situación financiera. Revista El Mercado de Valores. núm. 10. México.

Ventocilla C. Eleodoro (2004). La creación de valor y las PYMES. Documento Organización de Estados Americanos. Venezuela.

Weber Ross A. (1997). The relation of group performance to the age of members in homogeneous groups. Academy of management journal. E.U.A.

Whetten David y Cameron Kim (2004). Desarrollo de habilidades directivas. Pearson Editores. México.