

Artículo 17. Percepción de los directores de las mypes sobre los procesos del sistema

Perception of micro and small enterprises directors about system processes

Contreras Ocegueda, Erandi Lizzete; Aguilar Rascón, Oscar Cuauhtémoc
Instituto Tecnológico de Matamoros

Problema de investigación

La importancia de hacer el estudio de las mypes en Heroica Matamoros, Tamaulipas, radica en que es una de las ciudades más grandes del estado y tiene frontera con los Estados Unidos de América. Según datos del Inegi de 2018 cuenta con 520 367 habitantes, y con 20 508 unidades económicas, de las cuales 17 903 son mypes; es decir, 87.3% de las entidades económicas son mypes. De acuerdo con este organismo, la principal fuente de empleo en Matamoros, en Tamaulipas y en México son las microempresas.

Por lo anteriormente mencionado, es de suma importancia conocer los procesos que tienen las mypes, sus características y deficiencias, a fin de poder aportar sugerencias teóricas, pero además para crear estrategias que puedan apoyar a las mypes y, por ende, a la economía del municipio, del estado de Tamaulipas y del país.

Por lo que se planteó la siguiente pregunta:

¿Cuál es la percepción de los directores de las mypes de Heroica Matamoros, Tamaulipas, sobre los procesos del sistema?

Objetivos del estudio

Objetivo general

- Identificar la percepción de los directores de las mypes sobre los procesos del sistema (la empresa vista desde el punto de vista sistémico).

Aspectos claves de la revisión de la literatura

Percepción. Se tomará la opinión de los directores con respecto a cómo se manejan los diferentes procesos de la empresa.

Teoría de sistemas. De acuerdo con Cummings esta teoría es “una serie de conceptos y relaciones que describen las propiedades y los comportamientos de eso que llamamos sistemas: empresas, grupos e individuos” (Cummings, 2008, p. 29).

Desempeño organizacional. Es la medida en que se cumplen las metas y se satisfacen las necesidades de cada una de las partes interesadas (Lusthaus, Adrien, Anderson, Carden & Montalván, 2002). En este trabajo se tomará como desempeño organizacional la valoración que da el administrador de las mypes acerca de los procesos de la empresa: ámbito de ventas, ventaja competitiva, satisfacción en la empresa y productividad.

Mype. Abreviación de micro y pequeñas empresas.

Insumos. Son las entradas de un sistema. Para este estudio los insumos serán los proveedores, el análisis de mercado y el recurso humano.

Proceso. De acuerdo con Cummings es la transformación de entradas o *inputs* en salidas u *outputs* (Cummings, 2008). Dentro del cuestionario de estudio se evalúan como parte del proceso los siguientes subprocesos:

dirección, finanzas, gestión de ventas, producción-operación, innovación y mercadotecnia.

Salidas o resultados. Son el resultado de lo que fue transformado o procesado dentro de un sistema y que es enviado al ambiente o entorno. En una empresa es común que se mida con resultados financieros como utilidades, ventas, rendimiento, ganancias, la productividad y la satisfacción del cliente (Cummings, 2008). Para este estudio, las salidas serán la satisfacción de la empresa, la ventaja competitiva y el ámbito de ventas. Desde el punto de vista sistémico, la empresa está formada por partes o procesos que se relacionan entre sí directa o indirectamente para conseguir un bien o servicio. La finalidad de la empresa es la obtención de *outputs* (salidas) mediante un proceso de transformación de *inputs* (entradas). En este proceso de transformación se hace necesario una etapa de retroalimentación para que la empresa se pueda adaptar a los cambios que se hayan producido en el ambiente (Gil & Giner, 1996).

Contexto de las mypes

Las empresas en México se clasifican en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. En cada país puede variar las categorizaciones y dentro de una misma nación puede haber diversificaciones, dependiendo el organismo que las estudie. Saavedra señala la existencia de diferentes variables que sirven para catalogar la dimensión de una empresa; por ejemplo, algunos clasifican con base en el número de trabajadores, el tipo de producto, el tamaño de mercado, la inversión en bienes de producción por persona ocupada, el volumen de producción o de ventas, el trabajo personal de socios o directores, la separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la

empresa, la ubicación o localización, así como con base en el nivel de tecnología de producción, orientación de mercado, el capital invertido, así como por el consumo de energía (Saavedra & Hernández, 2008).

De acuerdo con Posada, Aguilar y Ahumada (2016), en México se utilizan tres criterios para clasificar a la empresa que consisten en el número de empleados y las ventas, así como en un criterio en el que se valora el producto de ambos, como se observa en la tabla 7.1.

Estratificación de las empresas por tamaño en México.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de ventas anuales (mdp)	Máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4,6
	Comercio	Desde 11 hasta 30	De \$4.01 hasta \$100	93
Pequeñas	Industria y Servicio	Desde 11 hasta 50	De \$4.01 hasta \$100	95
	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
Medianas	Servicios	Desde 51 hasta 100	\$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Tabla 7.1 Tope máximo combinado= [(trabajadores) x 10%] + [ventas anuales x 90%]

Fuente: Secretaría de Economía (2009).

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son organizaciones empíricas financiadas, que son organizadas y dirigidas por sus propios dueños y que proveen sus productos o servicios a un mercado pequeño. Producen en bajos volúmenes y los empleados que trabajan en la empresa son familiares del propietario, razón por la cual son llamadas empresas familiares (Fischer & Espejo, 2011).

En este trabajo se hablará acerca de las micro y pequeñas empresas (mypes), sin incluir a las medianas empresas, porque sus estructuras y capacidades son más parecidas a las empresas grandes que a las micro y pequeñas empresas (Vázquez, Zuazo & Sevares, s. f.).

De acuerdo con datos de la OCDE de 2013 en México las mypes representaron 99.8% de las unidades económicas, por lo que hasta ese año generaban 72.3% de los empleos. Según el Inegi en 2014, en Tamaulipas, las mypes constituyeron

98.7% de la población y emplearon 46.9% de las personas.

Análisis sistémico

Posada, basado en la teoría de sistemas, analiza a la mype como un sistema abierto, donde el ambiente influye en los diferentes procesos y, a su vez, cada proceso tiene interrelación con los demás (Posada, Aguilar & Ahumada, 2016). Uno de los subsistemas son las “entradas” o “insumos”, en las cuales tenemos selección de proveedores y recursos humanos. El siguiente subsistema es “procesos”, que es el área donde se analiza la organización de las empresas, sus características, la infraestructura, la estructura y las herramientas de las empresas. El último subsistema sería “salidas” y aquí se encuentran los criterios del mercado, la satisfacción de la empresa y la responsabilidad social. Según esta visión sistémica, el medioambiente impacta en cada uno de estos subsistemas, como ejemplos del ambiente podemos tener el entorno empresarial, la inseguridad, así como los indicadores económicos del municipio (Posada, Aguilar & Ahumada, 2016). Esto se muestra en la figura 7.1.



Figura 7.1 Visión sistémica de la organización

Fuente: (Posada, Aguilar & Ahumada, 2016).

Justificación y contribución del estudio

El presente trabajo tiene significado al estudiar a las mypes, sus características, procesos, deficiencias y su análisis sistémico, lo cual permite identificar áreas de oportunidad para dar capacitación a las mypes del municipio. Larios en

su trabajo de investigación señala que “para que actores como el Estado y el sector privado puedan contribuir al desarrollo de las MiPyMes, es necesario identificar la situación actual del sector empresarial para poder obtener datos que sirvan de base en la toma de decisiones” (Larios, 2017).

La relevancia de este trabajo de estudio sobre las micro y pequeñas empresas (mypes) radica en el impacto que tienen estas pequeñas empresas en la economía de los países, puesto que son las empresas con más índice de mortalidad. Ocegueda, Villafañez, Guzmán y Mora (2017) señalan que la probabilidad de la mortalidad de las empresas aumenta entre más pequeños son los negocios y la probabilidad disminuye entre más grandes son las empresas. Se hace necesario detectar cómo funcionan los procesos y resultados de las mypes para crear estrategias que ayuden a disminuir su mortandad.

Propuesta metodológica

Tipo de estudio

El estudio es de enfoque cuantitativo, ya que para probar la hipótesis se utiliza una medición numérica. Es no experimental debido a que no se manipulan las variables. Es descriptivo dado que indaga la incidencia de las variables. Se considera de campo, porque los datos fueron tomados directamente de los objetos seleccionados. Y es de tipo transversal, porque los datos se recolectan en un solo momento.

Población y muestra

La investigación fue hecha en el municipio de Heroica Matamoros, Tamaulipas, con una población de 520 367 habitantes. Dicha entidad cuenta con 20 508 unidades económicas, de las cuales 17 903 son micro y pequeñas empresas,

que representan 0.87% (Inegi, 2019). Se tomó una muestra estadísticamente representativa, con un porcentaje estimado —proporciones— de 50%, con un nivel deseado de confianza de 95%, llegando a un tamaño de muestra de 468 micro y pequeñas empresas del municipio de Heroica Matamoros, Tamaulipas. La recopilación de la información se llevó a cabo por alumnos capacitados, tanto en la aplicación del cuestionario como en su captura en la plataforma. El cuestionario se sometió a estudios de validez utilizando el programa SPSS. Para todo el cuestionario, el Alpha obtenida fue de 0.937, lo cual se muestra en la tabla 7.2.

Alfa de Cronbach	Número de elementos
0.937	132

Tabla 7.2 Estadísticos de fiabilidad para el cuestionario (insumos, procesos y resultados)

Fuente: elaboración propia.

Resultados del estudio

De acuerdo con Larios, la teoría menciona como desventaja de las mipymes su administración, debido a la falta de conocimiento de herramientas de gestión (Larios, 2017); sin embargo, en el trabajo encontramos que tienen buenas herramientas de gestión y tienen claro el valor de los activos de su empresa.

Además, en la teoría se encontró de acuerdo con la Secretaría de Economía (CIFI 2001, citado en Palomo-González, 2005), que las pymes no tienen una cultura de innovación de procesos y desarrollo tecnológico. Esto se confirmó de acuerdo con el trabajo de tesis realizado, debido a que es una debilidad de las mypes de Matamoros, Tamaulipas.

Dirección	1. No de /NA	2. Muy desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
1. Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de lo que está haciendo mi competencia	7.1	3.8	15.6	35.7	37.8
2. Me endeudo con instituciones y conocidos para hacer funcionar bien mi empresa	11.8	27.8	32.5	18.8	9.2
3. Procuro tener dinero disponible, en efectivo o en el banco para operar bien la empresa.	2.1	2.8	9.4	49.4	36.3
4. Invierto muchas ganancias de mi empresa para hacerla crecer.	2.1	4.3	14.5	48.7	30.3
5. Tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla	6.8	3.2	12.6	42.3	35.0
6. Planeo con anticipación lo que voy a gastar y cuánto debo vender para no perder dinero	1.5	1.5	8.5	44.2	44.2
7. Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa	4.5	3.0	11.8	45.1	35.7
8. Cuando tengo un problema o una idea, consulto con expertos en el tema	7.9	7.7	21.2	33.8	29.5

Tabla 7.3 Características de dirección

Fuente: elaboración propia.

En la tabla 7.3 se muestra que los empresarios manifiestan planear con anticipación lo que se va a gastar y cuánto debe vender para no perder dinero (88.4%). Asimismo, 85.7% afirma tener dinero disponible para operar bien la empresa, y 80.8% plantea objetivos concretos para la empresa. Además, 79% señala que invierte las ganancias de la empresa para hacerla crecer. Y los empresarios señalan con 60.3% que no se endeudan con instituciones ni conocidos.

En lo concerniente a las finanzas, en la tabla 7.4 podemos ver que los dueños tienen muy claro cuánto dinero tienen disponible (90.6%). Además, tienen muy claro el valor de lo que cobran cada mes (88.9%), así como lo que pagan a proveedores mensualmente (88.5%), y lo que compran a proveedores en ese mismo periodo (88.3%). El área más baja es el conocimiento de cuánto deben en préstamos y familiares los dueños de las mypes.

Finanzas	1. No se /NA	2. Muy en desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
9. Tengo muy claro cuánto dinero tengo disponible	2.4	1.9	5.1	36.1	54.5
10. Tengo muy claro cuánto dinero me deben mis clientes	6.2	2.8	5.3	38.0	47.6
11. Tengo muy claro cuánto vale mi inventario	4.5	1.3	9.8	41.5	42.9
12. Tengo muy claro cuánto valen los bienes de mi empresa.	2.8	1.5	10.0	44.0	41.7
13. Tengo muy claro cuánto debo a mis proveedores.	11.1	2.4	5.3	41.5	39.7
14. Tengo muy claro cuánto debo en préstamos a familiares y conocidos.	21.4	2.8	6.8	35.5	33.5
15. Tengo muy claro cuánto debo al banco y a otras instituciones	20.3	2.8	5.3	35.0	36.5
16. Tengo muy claro cuánto obtendría por vender todo lo que tengo en mi empresa.	7.7	3.2	10.0	36.8	42.1
17. Tengo muy claro el valor de lo que vendo cada mes.	2.8	3.0	8.1	39.7	46.4
18. Tengo muy claro el valor de lo que cobro cada mes.	2.8	1.1	7.3	44.0	44.9
19. Tengo muy claro el valor de lo que compro a proveedores cada mes.	4.7	1.9	5.1	41.5	46.8
20. Tengo muy claro el valor de lo que pago a proveedores cada mes.	4.3	1.9	5.3	44.7	43.8
21. Tengo muy claro el valor de lo que gasto	1.8	1.5	7.3	41.2	48.1

Tabla 7.4 Análisis de las finanzas de las mypes

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la gestión de ventas, los porcentajes son más bajos que en finanzas o dirección, no llegando a 70 por ciento. Con respecto al porcentaje más alto, 69.1% corresponde a la pregunta: “Hago descuentos a algunos clientes para cerrar las ventas”. El área más baja (45%) de acuerdo con los dueños de las mypes es que no realizan actividades para vender en un área más grande o en más lugares, por lo que se concluye que no buscan expandir su negocio fuera del mercado local, como se muestra en la tabla 7.5.

Gestión de ventas	1. No se /NA	2. Muy en desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
22. Realizo actividades para detectar y agregar nuevos clientes a la empresa	7.7	6.2	21.2	32.5	32.5
23. Realizo actividades para vender en un área más grande o en más lugares.	14.3	10.9	29.7	26.3	18.8
24. Realizo actividades para promocionar las ventas.	8.1	6.6	23.3	34.0	28.0
25. Hago descuentos a algunos clientes para cerrar las ventas.	8.8	6.8	15.4	41.5	27.6
26. Hago cambios y adaptaciones en mis productos o servicios para cerrar algunas ventas.	8.8	7.5	20.5	40.0	23.3
27. Invierto tiempo y dinero en mejorar las relaciones con los clientes aun cuando no pretendo	7.9	7.9	21.6	35.9	26.7

Tabla 7.5 Características en la gestión de ventas de las mypes en Matamoros

Fuente: elaboración propia.

En producción-operación los empresarios señalaron enfocarse en la calidad de los productos (92.8%), en el servicio al cliente (90.6%), en adaptar sus productos o servicios para satisfacer a sus clientes (88.7%), en reducir el tiempo de entrega de los productos (85.2%), y por último, en reducir los costos en todas las áreas de su empresa (79.9%). Siendo esta última

el área más baja, como se puede observar en la tabla 7.6.

Producción-Operación	1. No se /NA	2. Muy en desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
28. Me enfoco mucho en la calidad de mis productos o servicios.	1.3	1.1	4.9	36.8	56.0
29. Me enfoco mucho en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe su producto o servicio	4.3	2.1	8.3	41.0	44.2
30. Me enfoco mucho en entregar mi servicio siempre en tiempo y forma.	2.8	1.3	5.3	38.9	51.7
31. Me enfoco mucho en adaptar mis productos o servicios para satisfacer a cada cliente.	3.6	1.7	6.0	35.9	52.8
32. Me enfoco mucho en reducir mis costos en todas las áreas de la empresa.	5.6	4.5	10.0	40.8	39.1

Tabla 7.6 Características de producción-operación de las mypes de Matamoros

Fuente: elaboración propia.

En innovación es un área con debilidades de las mypes. Los empresarios señalan que sólo 40.7% desarrolla o paga por innovar la forma en que organiza la empresa. Sólo 43.8% desarrolla o paga por innovar la forma en que vende sus productos. Y otra debilidad es que sólo 46.4% asiste a cursos, congresos o actividades relacionadas con el negocio, como se puede apreciar en la tabla 7.7.

Innovación	1. No se /NA	2. Muy en desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
33. Promuevo que los empleados propongan cambios en mis productos o servicios o procesos	13.4	6.4	15.4	38.5	26.3
34. Ofrezco con frecuencia productos o servicios nuevos a sugerencia de los clientes	6.8	3.4	15.6	42.7	31.4
35. Me enfoco en ofrecer productos o servicios innovadores que distinguen la empresa	11.6	2.8	16.2	40.4	29.1
36. Desarrollo o pago por innovar los procesos de producción o distribución	16.0	9.8	23.3	33.1	17.7
37. Desarrollo o pago por innovar los productos o servicios que ofrezco	15.1	10.9	21.6	31.4	20.9
38. Desarrollo o pago por innovar la forma en la que vendo mis productos o servicios	16.6	9.2	20.3	31.6	22.2
39. Desarrollo o pago por innovar la forma en que organizo la empresa	16.8	8.8	23.1	32.7	19.0
40. Asisto a cursos, congresos o actividades relacionadas con el negocio	18.4	11.3	23.9	27.6	18.8

Tabla 7.7 Características de las mypes de Matamoros en innovación

Fuente: elaboración propia.

En mercadotecnia los resultados fueron en enfoque un muy buen servicio a los clientes (98.9%), fijan sus precios de los productos o servicios en función de los clientes y la competencia (82.7%), realizan acciones para que sus clientes sean fieles a la empresa (69.7%). A su vez, como debilidades tienen que no venden a mayoristas o intermediarios (42.8%), no tienen estrategias para dar crédito a sus clientes (43.8%), y consideran que sus

ISSN: 2594-1674

clientes no tienen un poder de negociación muy fuerte en su empresa (42.5%), como se puede observar en la tabla 7.8.

Mercadotecnia	1. No se/NA	2. Muy en desacuerdo	3. En desacuerdo	4. De acuerdo	5. Muy de acuerdo
41. Me enfoco principalmente en dar un muy buen servicio a mis clientes.	0.2	0	0.9	29.7	69.2
42. Fijo los precios de mis productos y servicios en función de mis clientes y mi competencia.	1.7	3.0	12.6	42.1	40.6
43. Busco crear, desarrollar y usar una marca para que mis clientes identifiquen mi empresa.	7.9	6.0	19.4	27.4	39.3
44. Como estrategia de distribución, vendo principalmente al usuario final.	13.9	5.6	12.2	36.8	31.6
45. Como estrategia de distribución, vendo principalmente a mayoristas o intermediarios.	22.2	13.5	29.3	22.2	12.8
46. Tengo como estrategia dar crédito a mis clientes.	11.3	17.7	26.1	26.3	18.6
47. Realizo actividades de publicidad y promoción sobre mi producto o servicio.	10.0	10.3	21.8	32.3	25.6
48. Hago pruebas de mis productos o servicios antes de lanzarlos al mercado.	15.4	7.7	20.1	31.2	25.6
49. Realizo acciones concretas para que mis clientes sean fieles a la empresa.	7.9	7.3	15.2	39.1	30.6
50. Mis clientes tienen un poder de negociación muy fuerte sobre la empresa.	13.2	12.4	30.1	28.2	16.0
51. Hay una competencia fuerte en el sector de mi empresa.	8.8	6.4	16.2	34.0	34.6

Tabla 7.8 Características de mercadotecnia de las mypes de Matamoros, Tamaulipas

Fuente: elaboración propia.

Conclusión

Se encontró que las mypes tienen buenas herramientas de gestión, pero carecen de cultura de innovación de procesos y desarrollo tecnológico. Otra área de oportunidad es la gestión de ventas, ya que obtuvieron porcentajes más bajos que en las otras áreas. Principalmente carecen de estrategias para expandir su negocio. En mercadotecnia las debilidades que se detectaron fueron no vender a mayoristas o intermediarios, no tienen estrategias para dar crédito a sus clientes y consideran que sus clientes no tienen un poder de negociación muy fuerte en su empresa.

Referencias

- Cummings, T. (2008). México: Cenage, Learning.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*, p. 273. México: McGraw Hill.
- Gil, M. de los A., & Giner, F. (1996). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa: conceptos e instrumentos*. Recuperado de <https://www.casadellibro.com/libro-como-crear-y-hacer-funcionar-una-empresa-conceptos-e-instrumentos/9788473561297/507931>.
- Larios, R. P. (2017). Ingeniería de negocios, Business Engineering. *Ingeniería Industrial*, (35), 113-137. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3374/337453922006.pdf>.
- Lusthaus, C., Adrien, M. H., Anderson, G., Carden, F., & Montalván, G. P. (2002). *Evaluación organizacional: marco para mejorar el desempeño*. Banco Interamericano de Desarrollo (ed.). Canadá: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ocegueda, C. G., Villafañez, A., Guzmán, I., & Mora, A. A. (2017). Diagnóstico para el diseño de un modelo de competitividad para las mipymes de Matamoros, Tamaulipas. En R. O. Perez-Nieves (ed.), *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa latinoamericana: productividad de la mype como función de la dirección de la organización* pp. 3-14. Recuperado de www.ecorfan.org.
- Palomo-González, M. A. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las pymes. *Ingenierías*, VIII(28), 25-31.
- Posada, R., Aguilar, O., & Ahumada, N. P. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México*. Recuperado

ISSN: 2594-1674

de

<https://www.researchgate.net/publication/313908611>.

- Saavedra G., M. L., & Hernández C., Y. (2008). Caracterización e importancia de las mipymes en Latinoamérica: un estudio comparativo. *Actualidad Contable FACES*, 11(17), 122-134. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784011>.
- Vázquez, M. R., Zuazo, A. G. G., & Sevares, E. (2016). Análisis sistémico de las MiPEs en Manzanillo, Colima. (314), 1–15. INEGI. (2014).
- INEGI. Retrieved November 1, 2019, from Censos Económicos website: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2014/doc/minimonografias/mtam_ce2014.pdf
- Longenecker, J., Palich, L., Petty, W., & Hoy, F. (2012). *Administración de pequeñas empresas* (16a.ed.). México: Cengage Learning.
- Maseda, A., García, Arosa, B., & Iturralde, T. (2007). *Familia empresa y empresa familiar: estructuras de gobierno*. Universidad del País Vasco. Recuperado de https://www.ehu.eus/documents/2819611/2882007/Familia_empresaria_y_empresa_familiar.pdf.
- Rodríguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Cengage Learning.
- Romero, J. (2000). El sector servicios en la economía: el significado de los servicios a empresas intensivos en conocimiento. Recuperado de <http://www.economia.unam.mx/lecturas/in-ae3/romeroaj.pdf>.