

Unidad 6

- Oportunidad en la carrera empresarial

“La microempresa tiene orígenes muy remotos. Muchas de ellas pueden considerarse que empezaron como talleres artesanales y otras como maquiladoras de pequeñas empresas y medianas empresas. En la década pasada, las políticas económicas fueron contraproducentes, ya que la promoción de las exportaciones y sustitución de las importaciones sólo favorecieron a la mediana y grande empresa, generando desempleo y endeudamiento del sector privado y, por tanto, el país”.

OPORTUNIDAD EN LA CARRERA EMPRESARIAL

Nos comentan al respecto los autores M. Robinson y C. Hall, que hay oportunidades prácticamente ilimitadas para que las personas preparadas encuentren un empleo bien remunerado en los negocios. La situación de la persona que desea un empleo es semejante a la del vendedor que quiere un pedido: ambos tienen que buscar a alguien que desee lo que uno piensa vender. Por otro lado, el problema más dificultoso al que siempre se enfrentan los empresarios es el de encontrar empleados en quienes puedan confiar para la realización del trabajo necesario.

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

Cuando un estudiante de administración se gradúa, se plantea el dilema de entrar por sí mismo en el mundo de los negocios o trabajar a cuenta de otro. Si su educación ha sido especializada, puede probar en la empresa de otra persona antes de intentar establecerse por sí mismo. La liga entre una educación esmerada y de una buena experiencia junto con un trabajo inteligente y activo sería la combinación ideal.

- a) *Falta de buenos directivos.* Ya sea que una persona trabaje para otro o participe en los negocios por cuenta y riesgo propio, deberá saber que la capacidad de dirigir con éxito es la cualidad más apreciable en el ámbito de los negocios. La persona que sabe qué hacer, cómo hacerlo eficazmente y el momento de efectuarlo, será siempre necesaria en cualquier empresa. Para tener éxito en los negocios, trabajando para otro o para sí mismo, se debe prestar una atención constante a los principios (de la administración) para un buen funcionamiento de las empresas.
- b) *Ventajas de trabajar para otro.* Las ventajas que se pueden obtener trabajando en una empresa establecida son variadas:

La primera, consiste en la "oportunidad de adquirir experiencia". Con una capacitación sólida, el principiante puede comparar lo que ha estudiado con lo que, de hecho sucede realmente en la práctica. Puede observar los errores que se cometen en la práctica diaria y aportar soluciones para mejorar su realización.

La segunda, es una "responsabilidad limitada". Trabajando para otro; representa una responsabilidad menor a la que ostenta el propietario. Es responsable únicamente de su trabajo y no ha de preocuparse por problemas de importancia, por ejemplo: captar fondos para una expansión, hacer frente al pago de nóminas, buscar nuevos proveedores, etcétera.

Una tercera ventaja es el "riesgo financiero reducido". La persona que trabaja para otra, no tiene ningún tipo de capital invertido en la empresa. Si ésta fracasa, lo único que tendrá que hacer es buscar otra ocupación y habrá invertido su tiempo y esfuerzo, por lo cual le ha sido pagado un sueldo.

Una cuarta ventaja lo representan los "ingresos constantes". Es tal vez de las ventajas más agradables por la seguridad de disfrutar de unos ingresos constantes. La persona que trabaja para otra, sabe que obtendrá puntualmente su sueldo sin importarle las fluctuaciones de la empresa.

Finalmente tenemos la ventaja de "beneficios extras". Es decir, las prestaciones que ciertas empresas ofrecen a sus empleados; por ejemplo, vacaciones retribuidas, servicios médicos, mayor aguinaldo, capacitación constante y programada, dispensa y otros beneficios marginales.

- c) Desventajas de trabajar para otro. También existen inconvenientes que hay que hacer notar, el hecho de trabajar para otro. Algunos de éstos son los siguientes:

La primera es "pérdida de ambiciones". Es decir, el empleado puede quedar sujeto a la voluntad del patrón e ir perdiendo gradualmente las ambiciones y su sentido de independencia.

Otra desventaja es una "menor compensación económica". Es decir, si un negocio consigue un éxito real, normalmente habrá una mayor compensación económica para el propietario que para cualquiera de sus empleados. Por tanto, la persona que decide trabajar para otro debe aceptar el hecho de recibir una compensación económica inferior a la del propietario de la empresa.

Una tercera desventaja es "menor seguridad de empleo". Aunque el empleado realice adecuadamente su trabajo, existe siempre la posibilidad de que sea reemplazado. Hay posibilidad de que la empresa no prospere, de que existan cambios en los puestos de alta dirección, de que el hijo o el pariente del propietario quiera entrar en la empresa. Cualquiera de estos hechos puede originar que el empleado pierda su colocación.

Otra desventaja es la "menor posibilidad de utilizar sus propias ideas". Con frecuencia el empleado de una gran empresa posee buenas ideas, por ejemplo sobre la mejora de un producto, de la realización de la oferta, de la venta del producto, etc. Sin embargo, puede resultar difícil convencer al propietario de la empresa para que ponga en práctica sus sugerencias.

Una última desventaja, es la que se refiere a "las órdenes de los superiores". Toda persona siente alguna vez el deseo de ser su propio jefe. Nos agradecería ser responsables sólo ante nosotros mismos, no aceptar órdenes de nadie. Es probable que el propietario de una empresa logre esa meta, pero el empleado debe conformarse con algo menor. El empleado debe hacer lo que le digan, aceptar la crítica por algunas cosas que hace y responder por otras en las que no ha intervenido. Concluyendo hay personas que encuentran mayor dificultad adaptando la disminución en su independencia; otras trabajan con efectividad dentro de lo establecido por sus superiores y prefieren hacerlo así.

LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN LOS OBJETIVOS NACIONALES

Actualmente el país se encuentra inmerso dentro de un esfuerzo cotidiano por establecer las bases de una estructura económica, cuyo proceso sea dinámico y creciente, es tiempo de hacer conexiones de tal manera que los beneficios obtenidos de ese proceso sirvan para sacar de la marginación y de la miseria a los compatriotas, cuya función social ha sido hasta hoy la de aportantes, más que la de receptores.

Pero, si bien lo anterior es vital para el futuro inmediato y mediato de la nación hace falta, profundizar en la concientización y responsabilidad a uno de los factores de cambio: el empresario de la pequeña y mediana industria. En tal sentido, se les cataloga de propensos al aislamiento, así como de carecer de un auténtico espíritu nacionalista empresarial, elemento básico para adentrarse en un acelerado desarrollo.

Sin embargo, hay excepciones de empresarios identificados y conscientes del desafío nacional; de éstos deben los demás tomar ejemplo para fortalecer el aporte de la pequeña y mediana empresa al modelo de país que deseamos alcanzar.

La función asignada a este importante sector secundario de la economía, comprende el aceptar un solo reto y varias responsabilidades: producir, ser eficientes, generar empleos, participar en el desarrollo regional, promover mayores y mejores niveles de calificación de la fuerza de trabajo, y contribuir a la independencia económica y social del país, sustituyendo importaciones a la vez que se produzcan bienes competitivos para los mercados internacionales.

FUNCION DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN EL DESARROLLO

Existen tres aspectos en que la pequeña y mediana empresa cumplen una función definida dentro del desarrollo general del país y específicamente, en el proceso de industrialización, nos dice el autor Careaga Viliesid J. A. (La Investigación Tecnológica en el Desarrollo Industrial de México, UNAM, México, 1980, pp. 28-31), las cuales resumimos a continuación:

- a) Llenar huecos en la producción. Hay un gran número de productos que tienen

que ser elaborados en pequeña escala, por ejemplo cuando el consumo nacional total es reducido. En este caso tiene que producirse poco y tal vez requiera una fábrica con maquinaria, procesos y organización específicamente adaptados al producto por fabricar; por ejemplo: cuando las demandas totales son pequeñas o bien cuando las demandas totales son en pequeña escala o cuando varias empresas grandes del mismo ramo requieren de una misma parte o material en reducida cantidad, pero les resulta incosteable fabricarla ellas mismas. En estos casos la pequeña empresa se integra perfectamente con las grandes empresas, pues en lugar de competir, las complementa.

- b) Crear y fortalecer una clase empresarial. La pequeña empresa constituye una escuela práctica, de gran valor nacional, para formar empresarios, administradores y técnicos (bien provengan del ámbito comercio o profesional). La pequeña escala de operaciones les permite ir adquiriendo las disciplinas necesarias sin grandes quebrantos económicos, porque además de su reducido tamaño, la pequeña empresa tiene todas las funciones a la vista y el sentido común y la práctica bastan para resolver los problemas que sobre la marcha se van presentando.

Lo anterior no sucede en la gran empresa donde ya se requiere de especialización, de técnicas y de gran experiencia, y donde una mala toma de decisiones puede costarle a la empresa grandes pérdidas de capital.

- c) Proporcionar mayor número de empleos. La generación de empleos para una creciente población es uno de los más grandes problemas del Estado mexicano. El incremento de la productividad en el campo y el cambio de estructuras en las actividades, que son las características esenciales del proceso de desarrollo, establecen una fuerte presión demográfica sobre las áreas urbanas; parte de esta población encuentra acomodo en los servicios (transporte, servicios de salud, vivienda, etc.) pero requiere de la industria una aportación significativa en este aspecto.

Hay ramas de la industria en que los procesos obligan a la automatización y a la gran escala productiva; en este tipo de empresas la capitalización por trabajador es muy elevada y por lo mismo el índice de ocupación relativamente bajo. En la pequeña y mediana empresa es más fácil reemplazar el factor capital por mano de obra con resultados positivos en la economía y la calidad. Es decir, en las pequeñas y medianas empresas se puede utilizar más fuerza de trabajo por unidad del capital invertido, contribuyendo de manera más efectiva a la solución del problema de excedentes de trabajadores del campo, ya sea para que las ciudades puedan observarlos en forma productiva.

En términos generales se estima que el activo de las diversas empresas pequeñas y medianas está constituido en un 49.6% por activo circulante y un 50.4% por activo fijo. Esta composición de bienes representativa de los países subdesarrollados revela una adecuada planificación industrial.

La pequeña empresa se caracteriza, además porque las funciones de planeación financiera, producción, administración de personal y comercialización, pueden estar a cargo de una sola persona con poca especialización.

La mediana empresa, a diferencia de la pequeña, tiene mayor acceso a fuentes de financiamiento; es capaz de obtener asistencia técnica; posee una mayor organización y sus funciones se encuentran a cargo de especialistas.

La pequeña empresa absorbe el 23% de la fuerza total de trabajo y representa el 9% del producto interno bruto generado por la industria. La mediana industria aporta el 35% de dicho producto y emplea el 35% de la fuerza laboral. A continuación se representa esto en las figuras 1-4 y 1-5 (fuente: Centro empresarial para el perfeccionamiento socioeconómico de Puebla).

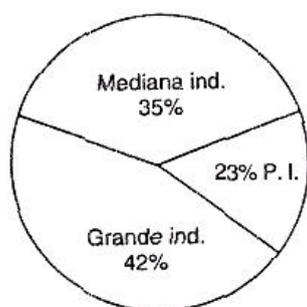


Figura 1-4. Fuerza total de trabajo.

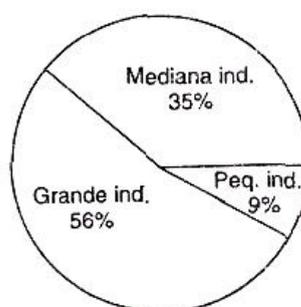


Figura 1-5. Producto interno bruto.

No obstante que la pequeña y mediana industria poseen una posición importante en la generación de empleos en el país, se enfrentan a una serie de problemas que obstaculizan su desarrollo. Esto determina condiciones de desventaja en su competencia con las grandes empresas y sobre todo con empresas transnacionales.

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

- Falta de estudios de preinversión que comprendan un análisis de las principales variables como: mercado, tecnología, costos, localización, financiamiento.
- Asistencia crediticia no oportuna y poco ágil, ocasionada por desconocimiento, trámites complicados y limitaciones para el acceso en la obtención de créditos suficientes a tasas de interés razonables.
- Escasez de mano de obra calificada que eleva los costos y retarda parcialmente la productividad; esto, sumado a una deficiente supervisión, repercute en la mala calidad de los productos.
- Concentración industrial, que limita el aprovechamiento de las ventajas ofrecidas por la zonificación industrial del país, en relación a las exenciones fiscales e incentivos que otorgan los gobiernos de los estados en las zonas económicas conocidas.
- Escasez de bienes de capital, ya que el país no cuenta con recursos ni de tecnología suficiente para generar bienes de capital. Esto obliga a importaciones,

fuga de divisas, dependencia tecnológica, limitación de producción y estructura industrial desequilibrada.

- f) Escasez de recursos económicos, que provoca una limitación en la expansión del mercado. Esto es aprovechado por empresas con suficientes recursos que absorben o detienen el desarrollo y la actividad de este importante sector.
- g) *Factores institucionales*. La pequeña y mediana empresa representan una mínima parte dentro de las decisiones, respecto de las políticas y mecanismos de acción que adoptan las asociaciones industriales.
Tal situación provoca que sus problemas se planteen y se resuelvan de manera independiente, encontrándose en una posición desventajosa ante la fuerza de las grandes empresas.
- h) *Dependencia productiva*. Es una característica particular de las industrias cercanas a las franjas fronterizas. La localización de empresas denominadas "maquiladoras" se presenta como resultado del dominio económico y comercial de empresas que requieren el uso de mano de obra nacional y que aprovechan las circunstancias de una necesaria generación de empleos. Esto provoca que tales empresas, medianas en su mayoría, prefieran este sistema de trabajo en vez de realizar expansiones y penetración al mercado con productos propios.
- i) *Inflación*. La incidencia del proceso inflacionario, en el aumento de los precios y costos de producción, ha provocado que las limitaciones de una pequeña producción dificulten la absorción de los incrementos señalados. Cabe mencionar además que aquellas empresas que presentaban un pasivo fijo en moneda extranjera, en el momento de la devaluación se vieron afectadas en su deuda y en su relación respecto de sus proveedores así como en su propio mercado de consumo.
- j) *Administración*. Uno de los problemas de mayor importancia al que debe enfrentarse y resolver la pequeña y mediana empresa es su incapacidad en la administración. En sí este tipo de empresas cuentan con un administrador, que no es especialista, sino un "generalista". Esta deficiencia no les permite implantar una adecuada función administrativa y de gestión en sus operaciones. Sin una capacitación adecuada para administrar las empresas, nada puede garantizar el éxito de las mismas.

Concluyendo, la pequeña y mediana empresa tienen una importante función que desempeñar; existen de manera predominante y en ocasiones casi absoluta en los países subdesarrollados y coexisten con las grandes empresas aun en los países más avanzados, por lo cual es necesario ir eliminando las causas principales que frenan su desarrollo.

PERFIL DE LA EMPRESA PEQUEÑA Y MEDIANA EN MEXICO

En nuestro país una rama de gran importancia lo representa la empresa mediana y pequeña. El establecimiento y operación de este tipo de empresas es el resultado del deseo humano de poder satisfacer necesidades de carácter material. El propietario de la empresa busca lograr una utilidad a través de la fabricación y venta de un producto o de la realización de un servicio, y a su vez el que compra dicho producto o servicio

busca satisfacer una necesidad.

El factor determinante que motiva al empresario a establecer una empresa por un lado y por otro a aceptar el riesgo que esta decisión implica, es el de obtener cierta utilidad por medio de la operación de su empresa.

Para exponer mejor el relieve de los peligros y oportunidades que se alzan al paso de la pequeña y mediana empresa, es necesario describir su perfil actual.

De hecho, la empresa mediana y pequeña aseguran a sus colaboradores, como consecuencia de su menor grado de especialización, oportunidades mejores de desarrollo. Pero lo que verdaderamente importa en este tipo de empresa es la iniciativa de su *administrador*, su capacidad para hacer frente a los problemas que plantea la Dirección.

El éxito de una empresa depende, en gran medida, de su conocimiento de técnicas administrativas modernas y de su capacidad para ponerlas en práctica.

A continuación se presentará un estudio de los valores y actitudes de la empresa pequeña y mediana en México.

Su autora la Dra. Pilar Baptista (Cambio Organizacional Año 1/19, Joaquín Peón, editorial, S.A., México, 1981), realizó un estudio de la compleja situación de las empresas mexicanas.

En el cuadro 1-6 se muestra de manera adaptada y resumida, un perfil de la empresa pequeña y mediana en México.

<i>Factores</i>	<i>Resultados</i>
DATOS ESTRUCTURALES	Los criterios para establecer el "tamaño" de una empresa gozan de poco consenso. La inflación cambia los valores financieros o de ventas con demasiada rapidez. En empresas pequeñas y medianas la estructura orgánica es familiar.
TECNOLOGIA	La mayor parte "utiliza sistemas de producción tradicional"; aún 40%, ya está aplicando procesos automatizados.
TIPO DE DIRIGENTES	El típico director es un hombre de 44 años, con 14 años de escolaridad y es empresario por herencia. La actitud del "dueño-administrador" en 50% de los casos indicó que el familismo es negativo para la empresa. Hay empresas que mueren con su fundador.
MEDIO AMBIENTE	Su medio es complejo y sostienen relaciones con otras organizaciones: Proveedores, Clientes, Competencia, Asociaciones, Bancos, Gobierno, Despachos Profesionales de Consultoría.

<i>Factores</i>	<i>Resultados</i>
PROBLEMÁTICA A LA QUE DEBEN ENFRENTARSE	En orden de importancia atribuida, son ocho problemas que a juicio de los empresarios, son los más difíciles que actualmente encaran en sus organizaciones: Recursos Humanos, Deficiencias del Gobierno (demasiados controles), falta de seriedad de proveedores, financiamiento, materias primas (calidad y escasez), mercados, competencia, deficiente organización.
VALORES Y OBJETIVOS	Para la mayoría de directores el objetivo principal es maximizar utilidades. Los procedimientos administrativos son sumamente "personalizados", es decir, consisten en la vigilancia estrecha sobre las operaciones. La toma de decisiones es centralizada y la ejecución la realizan Jefes de Área, a quienes se les responsabiliza por los resultados obtenidos.
CRECIMIENTO Y PLANEACIÓN	La mayoría de las empresas han crecido en los últimos años. Un 40% de los entrevistados señaló no querer crecer más; la razón, que se les escape el control de su empresa. Por lo que se refiere a la planeación (estratégica y táctica), ésta es casi inexistente.
ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL	Esta área es un gran problema; la realidad es que existe una actitud muy pasiva en el manejo del personal. El estudio indicó que en reclutamiento, selección, contratación y capacitación se aplican soluciones informales. (Sin técnica). Sobre la Ley de capacitación hay gran escepticismo.
PROCESOS INFORMATIVOS	Lo relevante es estar al día en cuanto a productos y tecnología. Los datos los obtienen mediante: visitas al extranjero, revistas especializadas, información de sus clientes, sobre técnicas administrativas las adquieren por cursos, los aspectos financieros los obtienen con otros industriales y banqueros.

Del cuadro anterior, podemos concluir que la problemática y oportunidad de la pequeña y mediana empresa se generan de las características del propietario, ya que se da una relación de mutua dependencia en donde sus cualidades y defectos individuales se reflejan sobre la empresa que dirige.

La falta de conocimientos técnicos sobre administración da lugar a unas consecuencias considerablemente más graves en este tipo de empresas que en las grandes. Ello supone que la empresa pequeña y mediana depende, esencialmente, de la calidad de su dirigente. Si éste se halla bien impuesto de esta verdad, conseguirá aprovechar al máximo las ventajas específicas que concurren en este tipo de empresas.

SITUACION ACTUAL DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

En gran porcentaje, el futuro económico de México dependerá del crecimiento de las medianas y pequeñas empresas, no únicamente por el volumen del empleo que generan y el volumen de establecimientos (representan el 98% y empleando a más del 50% del personal ocupado en el mismo), sino por tener un tamaño que en ocasiones les permite realizar con eficiencia y flexibilidad la fabricación de insumos que, en buen número de casos la grande empresa efectúa con elevados costos.

Durante 1990, la baja calificación en la mano de obra, los costos elevados y la mala calidad de las materias primas fueron el problema central para su producción, que tuvo una calidad ociosa del 35% en promedio, siendo incluso más alta en aquellas empresas con ventas menores a 1000 millones de pesos y en las que operan como filial de una holding (50% de la muestra).

Durante el año de 1990 muchas pequeñas y medianas empresas desaparecieron debido a la apertura de la economía y a los incrementos en los costos. Sin embargo, las que mantuvieron su posición, registraron un desempeño superior y vieron mejorar su situación financiera en términos globales.

Esta situación contrasta con el año anterior (1989), cuando los resultados en promedio fueron negativos para los participantes. Esto se muestra en el cuadro 1-7 (fuente: Departamento de información y el centro de proceso del grupo editorial expansión).

Como se observa, las Ventas Totales crecieron en 14.3%, una vez descontada la inflación, y lo que generó que los activos totales se expandieran en un 32.8% mostrando que, aunque no por pequeñas o medianas son menos rentables.

En lo referente al empleo, los participantes decrecieron en su aceptación en un 14.7%.

Ventas - Activos - Pasivos - Empleo

Aunque la muestra de este reporte es pequeña, 89 empresas, 52 menos que en 1990, no deja de ser representativa. Durante 1990, las "ventas" sumaron \$ 427,801 millones de pesos, 14.3% más que en 1989.

CUADRO 1-7. LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS				
<i>Concepto</i>	<i>Años</i>	<i>1990</i>	<i>1989</i>	<i>Variación anual (%)</i>
Ventas		427.8	374.4	14.3
Activos		579.7	436.5	32.8
Pasivos		285.0	202.0	41.1
Capital contable		216.1	176.7	22.3
<i>Balanza comercial</i>				
Exportaciones		31.6	34.2	-7.5
Importaciones		52.8	51.1	3.3
Cantidad de Personal ocupado		6.483	7.601	-14.7

El principal problema que enfrentó la pequeña y mediana empresa fue el mercado interno deprimido al tratar de comercializar sus productos. También debieron enfrentar el desconocimiento de nuevos mercados y los precios no competitivos.

Activos y pasivos. Durante 1990, los "activos totales" registraron un crecimiento promedio de 32.8%, apenas dos puntos porcentuales por arriba de la inflación. El uso de pasivos fue la vía utilizada por la pequeña y mediana empresa para incrementar sus activos, ya que el crecimiento de los pasivos (41.1%) fue mayor que el del capital contable (22.3%).

El "capital contable". Durante 1990 el capital contable creció en un 22.3% (siete puntos menos que la inflación) y fue el monto de la inversión directa del capital social.

El "empleo". Por lo que se refiere al empleo, el saldo para 1990 fue negativo en 14.7%, al pasar de 7.601.000 a 6.483.000 trabajadores entre 1989 y 1990. En el cuadro 1-8 se muestra un análisis de personal en la pequeña y mediana empresa. Fuente: Departamento de información del grupo editorial expansión, septiembre de 1991.

Opinaron los encuestados que, la baja calificación de la fuerza de trabajo y la alta rotación de personal fueron los dos principales problemas que, durante 1990, tuvieron que enfrentar la pequeña y mediana empresa en materia de recursos humanos.

Estas empresas consideraron prioritaria la capacitación de sus empleados en las áreas funcionales de producción, mercadotecnia y administración.

CUADRO 1-8. PERSONAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

PERSONAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA					
<i>Tipo de personal</i>	<i>1990</i>	<i>%</i>	<i>1989</i>	<i>%</i>	<i>Variación</i>
Saldo de empleo	6.483.000		7.601.000		-14.7%
Administrativo	1400.328	21.6	1.316.309	17.3	+ 6.0
Técnico	868.722	13.4	792.275	10.4	+ 8.8
Operativo	5457.751	71.7	4.200.984	64.8	- 23.1
De salario mínimo		5.8		6.7	- 16.2

LA MICROEMPRESA

La empresa es el ente donde se crea riqueza. Esta permite poner en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados; de acuerdo con objetivos fijados por una administración, interviniendo en diferentes grados, los motivos de ganancias de utilidad social y de servicio.

Se considera a las empresas (micro, pequeña, mediana) como factores fundamentales para el desarrollo económico. Por tanto, no cabe duda alguna, de que la empresa desempeña, o puede desempeñar, diversas funciones en nuestra sociedad, tales como:

- a) Responder a las demandas concretas de los consumidores.
- b) Crear nuevos productos o servicios.
- c) Generar empleos.
- d) Contribuir al crecimiento económico.
- e) Reforzar la productividad.

Para lograr estas funciones no es necesario que la empresa sea grande; también lo desempeña bien la micro, pequeña y mediana empresa; nos comenta DEMAC (Desarrollo de emprendedores, editorial McGraw-Hill, p. 24).

Definición

Para efectos de este apartado es necesario proporcionar una definición de microempresa, con el propósito de dar una orientación en cuanto a su magnitud.

Programa para la modernización y desarrollo de la industria micro, pequeña y mediana.

Microindustria: "Las empresas manufactureras que ocupen directamente hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas anuales reales o estimadas no rebase el monto que determine la SECOFI" Según la Secretaría de Fomento Industrial y Comercial del gobierno del Estado de Nuevo León.

Microindustria: "Las empresas que ocupan hasta 15 personas y cuyas ventas no excedan los 300 millones de pesos al año."

Nuestra definición

Microempresa "Son las empresas industriales, comerciales o de servicios que emplean entre 1 y 15 asalariados y cuyo valor de sus ventas anuales sea el que determine la SECOFI"

Concluyendo, una microempresa es una organización:

- a) Con propietarios y administración independientes.
- b) Que no domina el sector de la actividad en que opera.
- c) Con una estructura organizacional muy sencilla.
- d) Que no ocupa más de 15 empleados.
- e) Que sus ventas anuales no sobrepasen los 300 millones de pesos.

Análisis de la causa de origen de la microempresa

Llevar a cabo un análisis sobre las causas de la microempresa nos puede llevar a demostrar que, más que tener un origen por un espíritu emprendedor, son el resultado de la profunda crisis económica y política que ha abrumado a nuestro país en las últimas dos décadas.

Habría que recordar que en otros países como Estados Unidos, Italia, Japón, Francia, el desarrollo industrial se dio precisamente a través de la instrumentación de programas de fomento a las pequeñas empresas. Ello llevó a muchas empresas a consolidarse como líderes en la producción, en los mercados internos y de exportación. Tales proyectos, que datan de 20 años atrás, provocaron en esos países el surgimiento de nuevas micro y pequeñas empresas que hoy son grandes emporios.

Las microempresas son auténticos eslabones de la producción, ya que exportan y generan la mayor cantidad de empleos. En los países en proceso de desarrollo, la microempresa es la organización más popular.

Igualmente podemos citar casos de otros países respecto a la microempresa.

- a) Indonesia, cuenta con 85.5% de empresas con menos de 20 empleados.
- b) Brasil, cuenta con 68.4%

- c) Guatemala, cuenta con 71.6%
- d) Perú, cuenta con 63.5%
- e) Venezuela, cuenta con 65.2%

En México se cuenta con 90% de microempresas, 5.8% son pequeñas y medianas empresas y el 2% son grandes. En el cuadro 1-9 se muestra la distribución geográfica de la microempresa (Fuente: Revista Actividad, p. 21, núm. 12,1991).

La microempresa tiene orígenes muy remotos. Muchas de ellas pueden considerarse que empezaron como talleres artesanales y otras como maquiladoras de pequeñas y medianas empresas. En la década pasada, las políticas económicas (industrialización) fueron contraproducentes, ya que la promoción de las exportaciones y sustitución de las importaciones sólo favorecieron a la mediana y grande empresa, generando desempleo y endeudamiento del sector privado y, por tanto, del país.

Sin embargo, la proliferación de microempresas, provocó una gran ventaja, con una salida benéfica a la crisis económica, en lugar de haber repercutido el desempleo en una mayor crisis social. El ingenio y dedicación de muchos mexicanos les ha permitido abatir su difícil situación con la creación de microempresas. Prácticamente, la mitad de las inversiones que tienen que hacerse deben ser microempresas, con un promedio de 10 trabajadores. Esto equivaldría a crear 1 millón de microempresas en 25 años, es decir, 40 mil por año, que vendría siendo 111 por día.

Lo anterior además de la necesidad de crear 10 millones de empleos en los próximos 25 años, 7 millones de ellos en áreas urbanas. Por ello es indispensable aplicar mayores programas de apoyo a las microempresas, considerando que sólo el 4% de las creadas tienen éxito o permanecen activas, durante el primer año porque existen deficiencias sobre cómo debe operar una empresa.

Problemas de la microempresa

En México, las microempresas representan el 90% del total de empresas. Cuando pensamos en empresas de reducida magnitud, es frecuente considerar que esta característica deviene de su incapacidad para desarrollarse y que, además, las sitúa en una posición de desventaja con relación a las medianas y grandes empresas.

Sin embargo, las microempresas se enfrentan a una problemática formada por diversos elementos. En el cuadro 1-10 se muestran los problemas de la microempresa; cabe resaltar que una mayoría de éstos, también se observan en la pequeña y mediana empresa.

**CUADRO 1-9.
NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR ENTIDAD FEDERATIVA
Y ESTRATO EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA, 1992***

<i>Estado</i>	<i>Micro-industria</i>	<i>Industria pequeña</i>	<i>Industria mediana</i>	<i>Industria grande</i>	<i>Total</i>
Aguascalientes	1,559	273	63	37	1,932
Baja California	2,974	716	199	149	4,038
Baja California Sur	526	44	8	2	580
Campeche	626	78	12	1	717
Coahuila	3,258	557	100	100	4,015
Colima	608	66	8	4	686
Chiapas	1,261	92	12	6	1,371
Chihuahua	3,183	514	110	181	3,988
Distrito Federal	18,300	4,921	650	414	24,285
Durango	1,468	361	80	42	1,951
Guanajuato	7,329	1,361	177	89	8,956
Guerrero	1,658	92	9	6	1,765
Hidalgo	1,501	322	50	35	1,908
Jalisco	11,329	2,312	268	146	14,055
México	8,610	2,626	588	456	12,280
Michoacán	2,942	306	38	28	3,314
Morelos	1,204	192	35	24	1,455
Nayarit	1,004	63	5	8	1,080
Nuevo León	7,383	1,716	265	212	9,576
Oaxaca	1,193	90	9	16	1,308
Puebla	3,390	933	165	83	4,571
Querétaro	1,442	280	68	59	1,849
Quintana Roo	488	50	7	2	547
San Luis Potosí	1,927	363	58	51	2,399
Sinaloa	2,726	324	40	20	3,110
Sonora	2,679	340	68	63	3,150
Tabasco	898	88	9	8	1,003
Tamaulipas	3,004	361	86	106	3,557
Tlaxcala	599	152	55	34	840
Veracruz	3,849	442	47	65	4,403
Yucatán	1,556	280	39	29	1,904
Zacatecas	752	59	10	5	826
TOTAL	101,226	20,374	3,338	2,481	127,419

*Datos a junio: estratificado con base en el personal ocupado (Decreto DOF 30/04/1985).

Fuente: Dirección General de la Industria Mediana y Pequeña y de Desarrollo Regional de la SECOFI; con información del IMSS.

De lo anterior concluimos que, para resolver los problemas que presentan la micro, pequeña y mediana empresa mexicana, habrá que considerar lo siguiente:

- a) Las microempresas para que sean eficientes deberán ser dirigidas profesionalmente, para ello hay que capacitar al micro empresario en aspectos administrativos.
- b) Los programas de financiamiento no son la única solución para la microempresa; por el contrario estos habrán de considerarse como última instancia. Hay que otorgar los recursos financieros no desde una perspectiva paternalista, sino con la seguridad de que el trabajo inteligente y lógico ha sido implantado.
- c) La simplificación administrativa en la dependencias públicas que sirvan de apoyo a la microempresa, es indispensable para la subsistencia de las mismas.
- d) Fomentar la formación integral del microempresario, esto implica provocar el enfoque humano y la dimensión trascendente de su labor. El que aporta sólo su capital arriesga lo que tiene, pero el que aporta su trabajo arriesga lo que es su persona.

Esta última es la más fructífera de las inversiones, nuestras capacidades personales, nuestra inteligencia, nuestro esfuerzo serán mejores insumos que los recursos económicos, dice: Admic (Asesoría Dinámica para las Microempresas).

Consolidada la microempresa, debe integrarse a un ciclo dinámico cuya característica será el crecimiento y la paulatina transformación para crecer y que propicie la creación de otras microempresas, de manera que puedan eslabonarse a las cadenas productivas y procuren la ventaja competitiva. Estas cadenas productivas de micro, pequeñas y medianas empresas serán los grandes proveedores.

CUADRO 1-10. PROBLEMAS DE LAS MICROEMPRESAS.

PROBLEMAS DE LAS MICROEMPRESAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitada capacidad de negociación por falta de organización y deficiente dirección. • Escasa cultura tecnológica. • Improvisación y carencia de normas de calidad. • El ausentismo del personal. • El constante aumento de los precios de materias primas. • La mala calidad de los materiales. • Marginación respecto a los apoyos institucionales. • Falta de garantías para acceder al crédito. • Excesiva regulación gubernamental.

Instrumentos de fomento a las pequeñas empresas

En países desarrollados como Japón, Estados Unidos, Francia, Corea, se crearon programas de fomento a las pequeñas empresas, que datan de veinte años atrás, provocando en esos países el surgimiento de nuevas micro y pequeñas empresas que actualmente son grandes emporios.

En México no fue sino hasta 1985 cuando se promulgó la primera ley de fomento

a la pequeña y mediana industria, que no parece haber dado resultados positivos y cuantitativos. A pesar de todo, actualmente se está haciendo un segundo esfuerzo para impulsar este sector.

El gobierno federal, a través de la Secretaría de comercio y Fomento Industrial (SECOFI) ha elaborado el "programa de modernización y desarrollo de la micro, pequeña y mediana industria", el cual se dio a conocer el 28 de febrero de 1991, que tiene por objetivo fortalecer a ese importante sector económico.

El programa se elaboró con base a las opiniones y recomendaciones de las diferentes cámaras que agrupan a los industriales, por lo que éstos deben ser sus difusores. La labor de promoción se extenderá a todo el territorio nacional, y su propósito fundamental es que a medida que la industria vaya mejorando su posición competitiva (desde el punto de vista de producción, calidad y financiamiento), su participación será más activa, tanto en el mercado interno como en el externo.

En el cuadro 1-11 se muestran los objetivos principales que persigue el programa de modernización y desarrollo de la micro, pequeña y mediana industria.

CUADRO 1-11. OBJETIVOS DEL PROGRAMA.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE MODERNIZACION
<ul style="list-style-type: none">• Alterar la organización interempresarial.• Incrementar la eficiencia productiva.• Adopción de normas de calidad y capacitación gerencial y de mano de obra.• Organizar empresas de comercio exterior.• Fomentar la especialización en productos y procesos en los que tengan ventas competitivas.• Impulsar la desregulación, desconcentrando y simplificando.• Convocar a la participación de los sectores sociales.

De los anteriores objetivos, se han desarrollado figuras novedosas como: empresas integradoras de comercio exterior, e incluso las comercializadoras a nivel nacional. Estas figuras van a crear los canales adecuados para que las pequeñas empresas vendan, que era un gran problema que enfrentaban.

En el caso de las empresas integradoras, es todavía una figura más ambiciosa ya que se trata de especializar las industrias, incluso orientarlas a las exportaciones de manera integral. En Italia, por ejemplo, sectores de pequeña y mediana industria dedicados a los muebles, los textiles y la joyería, operan bajo estructuras administrativas de empresas integradoras, y han llegado a ser exportadores importantes dentro de la Comunidad Económica Europea (CEE), nos dice Mireya Suárez (revista Expansión, p. 127, septiembre de 1991). La intención, es crear conciencia en el pequeño industrial de que esta es una alternativa factible para mejorar

su posición competitiva en el mercado nacional e internacional.

En México y muy probable en la mayoría de países en proceso de desarrollo, su crecimiento sostenido de la economía habrá de basarse, en la consolidación y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas eficientes y dirigidas profesionalmente. Esto, en el entendido de que en una economía abierta, como lo es ya la nuestra, una vez ya consolidada la microempresa, cubrirán los "huecos de demanda" nacional e internacional que no puedan, o no quieran hacer las grandes empresas. Ese es campo exclusivo para las microempresas. Lo que si involucra a todas es la integración de eslabones para la competitividad.

El caso japonés, dentro de la cadena productiva, las grandes y medianas empresas son las principales proveedoras y clientes de las pequeñas, y mantienen un periodo de pago y cobranza de 30 días, en promedio.

Al observar este eslabonamiento valdría la pena una mirada al modelo japonés de desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Gran parte de su éxito se basa en la organización industrial: economía dual o sistema satélite.

Sólo existe un pequeño porcentaje de grandes empresas que se diferencian de las holdings por la forma de interdependencia que asumen las relaciones de propiedad. A su alrededor se organiza una gran cantidad de pequeñas y medianas como subcontratantes directos. Las grandes empresas se encargan de apoyarlas financiera, técnica y administrativamente, lo que permite a las medianas poner en marcha sistemas administrativos flexibles y eficientes. Además, no sólo se trata de que una de las partes se involucre, sino que ambas se comprometan.

En Japón, las pequeñas y medianas empresas participan con más del 50% de la producción total, siendo mayor este porcentaje en las industrias de papel, alimentos, textil, cuero y maquinaria en general.

En el caso mexicano, en cambio, el apoyo a la pequeña y mediana se ha enfocado principalmente al aspecto de financiamiento (a través de NAFINSA), soslayando otros aspectos vitales como: la capacitación administrativa y de mano de obra, la modernización tecnológica y la comercialización.

Las expectativas del Tratado de Libre Comercio con Norteamérica y Canadá no puede verse como la panacea ni la desgracia de la economía mexicana; tendrá aspectos positivos y negativos, y dependerá de nuestra capacidad y trabajo personal para lograr resultados positivos.

Lograr que las microempresas operen al ritmo de la modernización y con niveles de eficiencia adecuados, será posible sin promover acciones proteccionistas, pero creando condiciones adecuadas y con apoyos temporales.

LA EMPRESA FAMILIAR

Una gran parte de las empresas ya sea mexicanas, brasileñas, chilenas, argentinas, peruanas, bolivianas, norteamericanas, canadienses e incluso europeas, son familiares. Un gran porcentaje del total de las micro, pequeñas y medianas empresas están catalogadas como familiares, o sociedades entre amigos o parientes.

¿Qué es una empresa familiar?

Gran número de pequeñas empresas es administrada por familias y claro, esto influye en gran parte de la vida cotidiana de todos sus integrantes. Todos ellos suelen trabajar en ella, aunque sea en pequeña escala, para sacarla adelante.

Definición de empresa familiar

Morales López JC. la define así:

"Es aquella en que los dueños y los que la operan toman decisiones estratégicas y operativas, son miembros de una o varias familias".

Viedna J. M. la define así:

"Se entiende aquellas en las que un núcleo familiar controla la mayoría del capital".

Las definiciones anteriores nos indican, por lo tanto, que la dinámica de operación de una empresa familiar está íntimamente relacionada con el grado de unión, apoyo y comunicación de sus miembros.

Importancia de la empresa familiar

Es importante destacar. que la empresa familiar juega un papel muy importante para el desarrollo económico nacional e incluso mundial.

Por tanto, para comprender la perspectiva de la empresa familiar en México, vamos a citar algunas estadísticas recientes.

De 1.316.952 empresas actualmente en operación en México, el 98% son controladas por una familia o tienen una fuerte intervención por parte de los miembros de ésta. Se puede argumentar que los grandes grupos (Alfa, Bimbo, Vitro, etc.) del país, en gran parte son grupos familiares.

De acuerdo a los sectores económicos la empresa familiar se distribuye en su mayoría en el sector comercial, después en el sector de servicios y por último en el

sector industrial.

La gran mayoría de las empresas familiares son micro, pequeñas y medianas empresas, muchas de las que se denominan tiendas (atendidas por mamá y papá). Existen cientos de miles de pequeños comercios, talleres, maquiladoras, dirigidos por el "padre o madre" con la ayuda de sus hijos y otros parientes que apenas logran obtener recursos para poder vivir medianamente.

Además existe otro sector, mal denominado informal (economía subterránea), el cual está formado por gran cantidad de empresas familiares, y no existe duda alguna de que éstas, siendo menos legales, continuarán creciendo y que merecen una especial atención de parte de todos.

El gran reto de las empresas familiares es el de apoyarla técnica y administrativamente para que se estructuren correctamente, crezcan sanamente y sirvan como base para las nuevas generaciones que las lleguen a heredar.

Aspectos clave de la empresa familiar

Gran cantidad de micro y pequeñas empresas son administradas, y esto influye en la operación cotidiana, por todos sus integrantes; por tanto, existen diversos aspectos clave de la empresa familiar que debemos considerar, estos son los siguientes:

1. *Propiedad familiar.* La evolución de una empresa familiar queda definida con el paso de las diferentes generaciones mediante tres círculos: empresa, propietario y familia.

El origen tiene lugar cuando el empresario joven crea su empresa, la desarrolla hasta que llega a una edad avanzada y luego planea su retirada de ésta. En ese momento pueden coexistir tres generaciones a la vez en la empresa.

En la primera etapa el fundador cuenta con una edad (25 a 35 años), con hijos (entre 1 y 10 años), los objetivos de este nuevo empresario serán crear un equipo administrativo, establecer planes y controles necesarios, obtener recursos organizacionales para darle continuidad a la empresa y dirigir adecuadamente al personal. Sus hijos estarán dentro de los planes y deben ser influenciados por la empresa.

En la segunda etapa el empresario es mayor (40 a 55 años) y sus hijos por igual (entre 18 a 25 años), además de concluyendo sus estudios universitarios, y están llamando a la puerta de la empresa. Los hijos deben adquirir experiencia en otras empresas antes de integrarse a la de su padre. Se debe permitir que los gerentes familiares tengan un papel fundamental. Además deberá crearse un consejo de familia.

En la tercera etapa el empresario cuenta con una edad aún más avanzada (55 a 70 años), con hijos más maduros (entre 25 y 35 años). Las dos generaciones están

trabajando en la empresa, siendo el mayor reto el lograr una relación de cooperación y coordinación entre ambas. Para lograr el éxito en esta etapa se requieren dos aspectos vitales:

- La segunda generación deberá tener asignados puestos con planes y objetivos claros y con responsabilidades, deberes y obligaciones detallados.
 - Elaborar un plan de desarrollo para los familiares entrantes.
2. *El plan patrimonial.* Es necesario visualizar el efecto que tiene un patrimonio bien planeado y controlado en un área tan importante como lo es la sucesión y herencia.

Un empresario al final de su carrera productiva debe tomar decisiones críticas tales como decir si la empresa seguirá o no dirigida por su familia, o en caso extremo, se venda o bien se cierre.

La sucesión en la empresa familiar

La decisión del sucesor debe estar basada en las necesidades futuras de la empresa y no en una réplica de los requerimientos del pasado.

La revista (*Themos family business advisor*) indica en uno de sus artículos una serie de etapas que debiera cumplir el sucesor de una empresa familiar, con el propósito de que la sucesión se realice adecuadamente, estas etapas son las siguientes:

1. Preparación de la actitud del interesado (10-25 años).
2. Entrada a la empresa (25-30 años).
3. Desarrollo empresarial (25-35 años).
4. Desarrollo del liderazgo (30-40 años).
5. Selección del sucesor.
6. Transición.

Una sucesión mal planeada provocará graves problemas. Por tanto, hay que discutir la transferencia de poder con los afectados (hijos, parientes). En caso de tener dudas habrá que pedir consejo a personas externas de la empresa que tengan una visión más objetiva y racional (el contador, un licenciado en administración, consultor).

Cuando el propietario ha llegado al momento de transferir su propiedad, pueden analizarse y ponderarse las opciones siguientes:

- Vender la empresa;
- Fusionarse con otra;
- Transferirla a la familia;

Transferir la empresa a los ejecutivos clave y empleados;

Protocolo familiar

El protocolo es un documento en el que se especifica toda la filosofía, los objetivos, planes y políticas de una determinada empresa familiar. Tal documento puede suscribirse en escrituras públicas adquiriendo así mayor legalidad y formalidad. En este documento deberá quedar asentada la razón de ser de la empresa familiar, así como una exposición de los siguientes aspectos:

Tipo de empresa familiar

- Condiciones que deberán observar los familiares que entren en la empresa
- Políticas que deberán aplicar los ejecutivos no familiares
- Organos de administración
- Razones o causas por las que la empresa dejaría de serlo

La propiedad

En México, desde el punto de vista jurídico, las empresas pueden ser propiedad de una sola persona (empresa individual) o de varias personas (asociaciones o sociedades) con fines lucrativos (mercantiles).

Los propietarios de empresas familiares preguntan con frecuencia: ¿Cuál es la mejor forma de propiedad? no existe una respuesta única para esta pregunta, ya que depende en su totalidad del tipo de empresa de que se trate.

El tipo de propiedad más adecuado para cada empresa estará determinado por sus propias necesidades y características, Pickle H. y Abrahamson L (Ob. cit. p. 54) presentan algunos de los factores que se deberán considerar al escoger algún tipo de propiedad. A continuación se muestra en la figura 1-6 las características de cada empresa que determinan la mejor forma de propiedad.

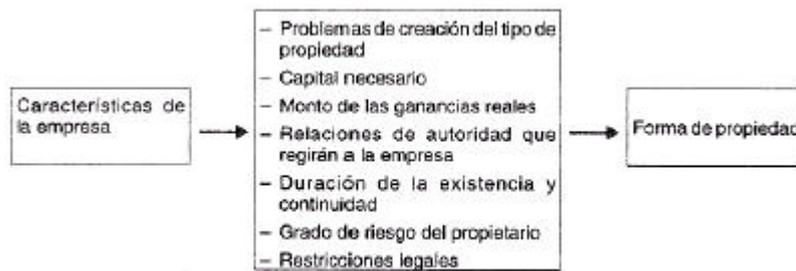


Figura 1-6. Características para determinar la forma de propiedad.

La acción de crear una sociedad y activarla a trabajar consiste en que dos o más personas van a dedicarse a trabajar, unir recursos y arriesgarse para crear una empresa.

Los socios pasan más tiempo juntos que con sus respectivas familias y esa coexistencia es bastante complicada. Por ello se parte de las premisas siguientes:

- Debe haber razones importantes para asociarse.
- Los objetivos deben ser iguales para todos.
- Las decisiones se deben tomar por consenso.
- Todos los socios deben trabajar parejo.
- Las familias de cada socio van a aceptar siempre las decisiones de los socios.
- A través del tiempo los socios deberán evolucionar de manera igual.

¿Por qué se asocia la gente?

Una sociedad está compuesta por dos o más personas. La sociedad puede establecerse casi sobre cualquier base que los socios deseen. Debido a su naturaleza voluntaria, una sociedad se forma con mucha rapidez. Reúne los talentos comprendedores y el capital de los que se unen como socios.

Las razones principales para buscar socios en un negocio son: - La amistad

- La falta de recursos financieros
- La complementariedad de actividades
- Otras razones

EDUCACION Y ESPIRITU DE EMPRESA Espíritu de empresa

La formación, en materia de espíritu de empresa, representa un factor básico para la promoción del desarrollo económico. Es importante que cada país reconozca que su población constituye el recurso más valioso. Cada nación está integrada por personas "claves" capaces de crear, mantener y fomentar el crecimiento económico. Estas personas son denominadas "empresarios". Maslow A. psicólogo conocido por sus teorías sobre las necesidades del hombre (Readings in the economics of education p. 62.3 UNESCO 1968), indicó que "Las cien personas más valiosas que habría que introducir para administrar a un país en declive, no deberían ser ni economistas ni ingenieros, ni políticos, sino cien empresarios."

La importancia atribuida a cualquier trabajo depende del contexto social y de la actitud de la persona que debe ejecutarlo. Así como de la creación y promoción de una "filosofía del emprendedor". Por ésta debe comprenderse los lineamientos, reglas o maneras básicas de pensar que hacen que aquellos que queremos y podamos, emprendamos el camino para convertirnos en hombres de empresa, nos indica Grabinsky S. (El emprendedor p.17 Edit. FCA. UNAM 1988).

Se es empresario porque se tiene el deseo de crear riqueza para uno y su familia. De ahí puede venir el objetivo mayor de crear riqueza para un grupo de empleados, obreros, la comunidad donde se habita o el país, pero esencialmente es un afán individualista de creación de plusvalía o riqueza, lo que impulsa a la gente a ser promotores de nuevas empresas.

Un empresario pone en juego de manera obsesiva y constante, a través de un periodo, todos los recursos con que cuenta, y se ingenia para obtener otros. Un empresario es por naturaleza una persona que asume riesgos en forma constante. El sabe que emprender algo requiere arriesgarse, fracasar y volver a empezar, tiene metida una idea en la cabeza y la va a lograr, aunque esto le cueste salud, problemas familiares, económicos, entre otros. Lo importante es que él sabe que hay que arriesgar.

La educación en materia de espíritu de empresa

En el pasado el espíritu de empresa, la propiedad y la administración de empresas no constituían una parte importante de los programas de enseñanza a nivel medio y superior. La mayor parte de los programas de estudios universitarios enseñan cómo convertirse en gerentes o empleados administrativos de grandes y muy grandes empresas. Desde la década de los '80 ciertas instituciones de educación superior a nivel mundial se han preocupado por aumentar el número de cursos y programas relacionados con el espíritu de empresas (simulación empresarial, programa de emprendedores) administración de pequeñas y medianas empresas, microempresas.

En Estados Unidos la Universidad de Colorado del Norte, en Greeley, desde 1957 creó un curso sobre administración de pequeñas empresas. Al final del curso se obtiene el título de Licenciado en Administración de Empresas con una especialización en Administración de Pequeñas Empresas. Después de haber cursado las materias obligatorias relacionadas con la planeación, organización, dirección y control de

empresas, los estudiantes se especializan en todas las disciplinas que se han desarrollado en favor del pequeño empresario. El programa de estudios incluye igualmente tres cursillos relacionados únicamente con los problemas que se plantean en la pequeña empresa. Estos cursillos se refieren a la creación, explotación y administración de pequeñas empresas. Entre las demás universidades que imparten cursos de este tipo cabe mencionar la Universidad de California del Sur, la Universidad Metodista del Sur, la Universidad de Texas, la escuela de Wharton de la Universidad de Pennsylvania.

En Italia, los cursos de administración de pequeñas empresas, son impartidos por universidades como las de: Turín, Nápoles, Bari, Milán. Estas crean programas para la formación y capacitación empresarial como parte de los programas formales de los sistemas educacionales de niveles medio y universitario, con una orientación apropiada para la administración de pequeñas empresas y capacitación. para aquel empresario que eligió esa función por vocación, cuyo aprendizaje es empírico y requiere del conocimiento de factores internos y externos que afectan el destino de su empresa, internamente, sobre planeación, organización, control, diseño, control de calidad e innovación tecnológica. En lo externo, conocimiento del mercado, de las fuentes de financiamiento, de la comercialización y de los mecanismos de crédito y cobranza.

En México, la Licenciatura de Administración de Empresas se crea en el año de 1943 por el Instituto Tecnológico de Monterrey. En la UNAM se aprueba la carrera de Administración de Empresas en 1957. En ese mismo año en la UIA y en 1959 en la Universidad Autónoma de Puebla, proliferando su creación en otros estados.

En la segunda parte de la década de los 80 se observa que las universidades estatales y privadas se han preocupado por aumentar el número de cursos y programas relacionados con el espíritu de empresa y el desarrollo de pequeñas y medianas empresas (administración de pequeñas y medianas empresas, formación de microempresas, simulación empresarial, teoría moderna de la empresa, filosofía empresarial).

Sin embargo, un hecho relevante e histórico es la creación de la primera maestría en "Administración de Pequeñas y Medianas Empresas" en 1995, por la Universidad Autónoma de Puebla, empezará a funcionar a principios de 1996, siendo la primera maestría de este tipo a nivel nacional. El programa de esta maestría incluye 20 materias relacionadas con la creación, desarrollo y administración de pequeñas y medianas empresas, así como tres seminarios de análisis y diagnóstico, de estrategia administrativa y de estrategia empresarial.