



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

---

---

**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“CAUSAS DE MORTALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
COMERCIALES DEL MUNICIPIO DE CHICOLOAPAN”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

**PRESENTA  
JESÚS EMILIO NICOLÁS GUADALUPE**

**DIRECTOR  
M. EN FIN. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ**

**REVISORES  
L. EN M. ADELFO SÁNCHEZ LEMUS GALINDO  
L. EN A. GRACIELA MARÍA ANTONIETA CHÁVEZ RAMÍREZ**

**TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, JUNIO DE 2015.**

Texcoco, México a 29 de abril del 2015.

**M. EN C. E. VIRIDIANA BANDA ARZATE**  
**SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO.**  
**PRESENTE:**

**AT`N LIC. EN I. CINTHYA TERESITA ISLAS RODRÍGUEZ**  
**RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN**

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "Causas de mortalidad de las micro y pequeñas empresas comerciales del Municipio de Chicoloapan" que para obtener el título de Licenciado en **Administración** presenta el sustentante **Jesús Emilio Nicolás Guadalupe** con el número de cuenta **0720991** respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo **continuar con la etapa de digitalización** del trabajo escrito.

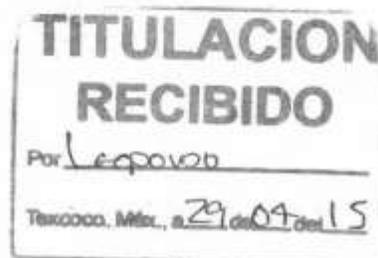
**ATENTAMENTE**

  
Lic. en M. Adolfo Sánchez Lemus Galindo  
**REVISOR**

  
Lic. Graciela María Antonieta Chávez Ramírez  
**REVISOR**

  
M. en Fin. Guadalupe Lizeth Arce Chávez  
**DIRECTORA**

c.c.p. Jesús Emilio Nicolás Guadalupe  
c.c.p. Director M. en Fin. Guadalupe Lizeth Arce Chávez  
c.c.p. Titulación Lic. en I. Cinthya Teresita Islas Rodriguez



## **Dedicatoria**

La presente tesis se la dedico a mi familia y amigos que gracias a su comprensión, consejos y palabras de sabiduría madure como persona. A mis padres por su apoyo, confianza y amor. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos como persona y estudiante perseverando a cada momento de mi vida.

A mi padre por brindarme el seguir estudiando y estar a mi lado a cada momento de mi carrera profesional y aconsejarme cuando lo necesite. A mi madre por hacer de mí una mejor persona a través de sus enseñanzas, valores, principios y su cariño.

A mis hermanos por estar siempre presentes y darme ánimos para terminar la carrera. A mis amigas por estar siempre conmigo a lo largo de este tiempo, brindarme su amistad y cariño para terminar esta etapa de mi vida.

A mi directora y revisores quienes me apoyaron para redactar y concluir esta tesis.

A todos ellos, gracias por haber estado conmigo a cada momento, en este proceso que la verdad no fue fácil pero no imposible, gracias se los digo con el corazón.

## **Agradecimientos**

A dios

Gracias Dios por estar conmigo a cada momento de mis logros, por ser sabio y absuelve mis fallas que hecho durante esta vida, y te pido con humildad perdones e ilumines mi camino con sabiduría.

A mis padres

Gracias por su amor y apoyo son lo más sagrado que tengo en esta vida. Su sabiduría han sido suspiros en mi pasaje a mi profesión. Sus consejos y orientación han hecho de mi la mejor persona y mejor hijo.

A mi asesor de tesis

Primero como más importante, me gustaría agradecer sinceramente a mi asesora de tesis, por su esfuerzo, dedicación y conocimientos, que fueron fundamentales para la culminación esta tesis.

A mis revisores

Les agradezco por su orientación y paciencia, deseo reconocer su trabajo y dedicación que mostraron durante esta investigación, así como sus sugerencias y observaciones.

# CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
CONCEPTOS GENERALES DE EMPRESA .....	3
1.1.- Conceptos de empresa .....	3
1.2.- Evolución de la empresa .....	4
1.3.- Antecedentes de las micro y pequeña empresa.....	5
1.4.- Clasificación de las empresas.....	5
1.4.1.- Empresas industriales .....	6
1.4.2.- Empresas Comerciales .....	6
1.4.3.- Empresas de servicios .....	7
1.5.- Clasificación de acuerdo a su tamaño.....	7
1.5.1.- Clasificación de acuerdo al número de personal ocupado .....	8
1.6.- La microempresa.....	9
1.6.1.- Concepto de microempresa.....	9
1.6.2.- Función de la microempresa.....	9
1.6.3.- Características de la microempresas .....	9
1.7.- Pequeña empresa .....	11
1.7.1.- Concepto de Empresa .....	11
1.7.2.-Características de la pequeña empresa .....	11
1.8.- Ventajas y desventajas de la micro y pequeña empresa .....	15
1.8.1.- Ventajas.....	15
1.8.2.- Desventajas .....	16
CAPITULO II .....	17
MORTALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.....	17
2.1.- Situación actual de las Pymes .....	17
2.2.- Factores Internos .....	21
2.2.1.- Problemas estructurales .....	22
2.2.1.1.-Organización y estructura de la empresa .....	22
2.2.1.2.- Dirección y objetivos establecidos.....	23

2.2.1.3.- Falta de un proceso administrativo .....	25
2.2.1.4.- Responsabilidad social del empresario .....	27
2.2.2.- Ausencia de un Sistema Contable y Control de costos .....	29
2.2.2.1.- Concepto de contabilidad .....	30
2.2.2.2.- Control de costos .....	32
2.2.3.- Falta de mercadotecnia .....	33
2.2.3.1.- Definición de mercadotecnia .....	33
2.2.3.2.- Mercadotecnia para las Pymes .....	34
2.2.4.- Financiamiento.....	38
2.2.4.1.- Dificultades de Acceso al Crédito Bancario.....	40
2.2.4.2.- Tasas elevadas de crédito .....	43
2.2.4.3.- Alternativas de Financiamiento para Pymes.....	43
2.3.- Factores Externos.....	44
2.3.1.- Factores Políticos .....	45
2.3.2.- Factores Económicos .....	45
2.3.3.- Factores Sociales .....	46
2.3.4.- Factores Tecnológicos.....	47
2.3.5.- Factores Ambientales.....	47
CAPITULO III .....	48
INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS.....	48
3.1.- Investigación .....	48
3.1.1.- Objetivo.....	48
3.1.2.- Área de investigación.....	48
3.1.3.- Metodología de la investigación .....	49
3.1.4.- Características de las pymes donde se desarrolló la investigación .....	50
3.1.5.- Características de la muestra .....	50
3.1.6.- Personal que ocupa las Pymes entrevistadas .....	50
3.1.7.- Antigüedad en el mercado.....	52
3.2.- Resultados de la investigación .....	54
3.2.1.- Causas internas y externas de mortalidad de la pymes en el Municipio de Chicoloapan análisis por área .....	54
3.2.2.- Administración .....	55

3.2.3.- Contabilidad .....	56
3.2.4.- Mercadotecnia .....	57
3.2.5.- Cultura empresarial.....	58
3.2.6.- Financiamiento.....	59
3.2.7.- Inseguridad.....	61
CONCLUSIONES .....	62
RECOMENDACIONES .....	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66
ANEXOS .....	69

## GRAFICAS

Grafica 1 .....	51
Grafica 2 .....	53
Grafica 3 .....	53
Grafica 4 .....	54
Grafica 5 .....	55
Grafica 6 .....	56
Grafica 7 .....	56
Grafica 8 .....	57
Grafica 9 .....	57
Grafica 10 .....	58
Grafica 11 .....	59
Grafica 12 .....	60
Grafica 13 .....	60
Grafica 14 .....	61

## IMÁGENES

Imagen 1. El personal ocupado publicado en el Diario Oficial de la Federación. ....	8
---	---

# INTRODUCCIÓN

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

Las empresas micro, pequeñas y medianas representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90%, o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por las micro, pequeñas y medianas empresas. (INEGI, Censos economicos , 2009)

La mortalidad de las micro y pequeñas empresas, es un tema muy fundamental, no solo; porque generan una parte sustancial del empleo en el país, sino por que actualmente se está llevando a cabo importantes esfuerzos de promoción y apoyo en este sector.

Toda empresa es una parte significativa de su medio ambiente que directa e indirectamente, afecta de manera especial la estructura económica y social de un país. Así cualquier organización que carezca de perfil de trabajo, que toda empresa requiere para su crecimiento y desarrollo; a largo plazo, tiende a estancarse y gradualmente a desaparecer.

El proceso de apertura económica que vive actualmente el país, es un llamado a las empresas a adoptar y desarrollar alternativas en un avance sostenido e incorporarlas competitivamente a mercados nacionales e internacionales.

De esta manera los establecimientos dedicados a la manufactura, el comercio y servicios representan el 98.4% del total de unidades económicas del Sector

privado y paraestatal de nuestro país, según los resultados de los Censos Económicos 2009. (INEGI, Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa, 2009)

El número de micros y pequeñas empresas que operan en nuestro país en todos los sectores de la economía y dado que sus crecimiento y desarrollo sostenido puede asegurar un cambio radical del país; el objetivo de esta investigación fue poder detectar las principales problemáticas que enfrentan este tipo de empresas, especialmente en la forma de administrar y afrontar su entorno, para poder detectar las carencias que las llevan a no ser competitivas.

Para tal efecto partiendo de las causas de la mortalidad de las pymes, se desarrollara un marco teórico que sustente aspectos básicos que el microempresario debería tener en cuenta para la investigación de campo para detectar las incidencias y errores que los microempresarios están cometiendo.

De esta manera una vez que se reconozca y se atiendan debidamente cuáles son las áreas del problema que enfrentan las micro y pequeñas empresas, se podrá evitar los tropiezos comunes de las pymes y así poder revolve.

# CAPÍTULO I

## CONCEPTOS GENERALES DE EMPRESA

### 1.1.- Conceptos de empresa

Como acción conjunta, empresa es toda la asociación industrial o de otra índole, creada con el fin de realizar obras, negocios o proyectos de importancia.

Una empresa es una organización económica creada por la libre iniciativa, constituye una comunidad de personas e intereses que, al perseguir objetivos económicos específicos, forja ideas y actitudes, crea oportunidades de progreso, fuentes de trabajo y de seguridad social, solidariamente responsable al desarrollo del país.

La empresa es un negocio, un conjunto de actividades cuya finalidad es múltiple, desde el punto de vista económico, ha de ganar dinero para poder asegurar su subsistencia, pero el fin de ganar dinero no tiene límites y los fines han de tenerlos. De esta manera, el beneficio que se obtiene revierte en los propietarios, y, a veces, también en los directivos y empleados, en la medida en que éstos consiguen los objetivos (dirección por objetivos). (McGraw-Hill)

Existen, además, otras finalidades, aparte del lucro, que mueven a la creación de empresas, como, por ejemplo: el autoempleo, fines sociales (creación y mantenimiento del empleo y la riqueza para determinadas capas de la población o regiones), prestación de servicios a los ciudadanos (empresas municipales de servicios, como el transporte o la limpieza viaria), etcétera

De esta manera se puede considerar a la empresa privada; como “ un organismo social con vida jurídica propia, que opera conforme a las leyes vigentes, organizada de acuerdo a conocimientos de propiedad pública y con una tecnología

propia o legalmente autorizada para elaborar productos o servicios con el fin de cubrir las necesidades del mercado, mediante una retribución que le permite recuperar costos, obteniendo una utilidad por el riesgo que corre la inversión, y en algunos casos pagar la explotación de una marca, patente o tecnología, y para canalizar recursos en el mejoramiento continuo de sus procesos, productos y de su personal". (Rodríguez, 1994)

El Diccionario de la Real Academia Española define la empresa como: Entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad.

## 1.2.- Evolución de la empresa

El desarrollo de la empresa lo podemos considerar similar al desarrollo experimentado por la especie humana, el cual ha sido fundamentalmente el resultado de tres grandes cambios, las cuales se pueden dividir en tres épocas.

- **Época artesanal.** Eran aquellas personas en donde una persona realizaba todas las labores ya sea uno propio, su familia o un grupo de personas, las herramientas eran limitadas y solía ser un legado familiar.
- **Época industrial.** La llegada de la máquina de vapor en 1750, la cual facilitaría la creación de instrumentos que remplazara la mano de obra y se permitieron las primeras formas de automatización en la producción lo cual aumento el volumen y la demanda de materia prima y se creó un mercado más complicado por la leyes de la oferta y demanda.
- **Post-industrial.** Es la que se vive hoy en día, esta engloba el desarrollo de nuevas formas de producir energía y el crecimiento de nuevas tecnologías.

### **1.3.- Antecedentes de las micro y pequeña empresa.**

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

En México la mayoría de la micro y pequeña empresa empezaron como talleres artesanales y otras a prestar servicios a otras empresas, en estas empresas el administrador era solo un hombre el cual iniciaba su taller, ya sea, con algún tipo de ahorro que hubiese tenido o bien simplemente porque lo heredo de sus padres.

Los establecimientos dedicados a estas actividades representan el 98.4% del total de unidades económicas del Sector privado y paraestatal de nuestro país, según los resultados de los Censos Económicos 2009.

La importancia que tuvieron muchas de estas microempresas hizo que fueran creciendo, muchas de ellas por méritos propios. Y otras por el fomento y el financiamiento con el fin de que crecieran y surgieran nuevas empresas.

### **1.4.- Clasificación de las empresas**

Teniendo en cuenta la actividad económica que desarrollan, las empresas pueden clasificar como:

- Industriales
- Comerciales
- De servicios

### **1.4.1.- Empresas industriales**

La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industriales a su vez son susceptibles a clasificarse en:

- *Extractivas.* Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no, tales como la extracción de minerales, maderas, petroleras, etc.
- *Manufactureras.* Cuando transforma materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos: empresas que producen bienes de consumo final, producen bienes que satisfacen directamente la necesidad del consumidor. Las empresas que producen bienes de capital son la que satisfacen preferentemente la demanda de la industria de bienes de consumo final.
- *Agropecuaria.* Su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

### **1.4.2.- Empresas Comerciales**

Es tipo de empresas son intermediarios entre productor y consumidor, su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Es decir, comercializa los bienes y servicios. Por ejemplo restaurantes, boutique, mueblería. Se puede clasificar como:

- *Mayoristas.* Se dedican a la compra de bienes, y a su venta a las empresas minoristas, a las industrias y a instituciones de diversa índole. Las empresas mayoristas tienen almacenados grandes volúmenes de bienes, lo que permite su entrega en el momento indicado. Hay mayoristas generales y especializados, los generales tienen diversidad de bienes y servicios, y las especializadas satisfacen necesidades específicas.

- *Minoristas*. Se consideran empresas comerciales minoristas aquellas que adquieren bienes de consumo a los productores o mayoristas, y los venden a los consumidores, al menudeo. Los minoristas son intermediarios básicos a los consumidores finales.
- *Comisionistas*. Los comisionistas se encargan de vender mercancía que los productores le dan en consignación percibiendo por esta función una ganancia o comisión (de allí su nombre).

### **1.4.3.- Empresas de servicios**

Como su nombre lo indica, son aquellos que brindan un servicio a la comunidad, otras empresas y pueden tener o no fines lucrativos y han tenido un gran auge en las últimas décadas y las empresas de servicio pueden clasificarse en sectores:

- a) Transporte (autobuses, camionetas, mudanza, etc.)
- b) Turismo (hoteles, restaurantes, etc.)
- c) Instituciones financieras (bancos, financieras, etc.)
- d) Servicios públicos varios (agua, luz, gas etc.)
- e) Servicios profesionales (asesorías, despachos, etc.)
- f) Educación (escuelas, academias, institutos, etc.)
- g) Salud (clínicas, hospitales, etc.)
- h) Comunicación (periódicos, tv, radio, etc.)

### **1.5.- Clasificación de acuerdo a su tamaño**

Las empresas pueden clasificarse por su tamaño y la magnitud de sus recursos económicos. La empresa es el ente donde se crea la riqueza, esta permite poner en operación los recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros

y técnicos), para transformar insumos en bienes o servicios terminados, de acuerdo con objetivos fijados por una administración, interviniendo en diferentes niveles, los motivos de ganancias de utilidad social y de servicios en ellos.

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de la empresa, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en: (Thompson, 2006)

- Microempresas
- Pequeñas empresas
- Medianas empresas
- Grandes empresas

### 1.5.1.- Clasificación de acuerdo al número de personal ocupado

Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país, de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos. (INEGI, Censos económicos, 2009)

*Imagen 1. El personal ocupado publicado en el Diario Oficial de la Federación.*

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación  
30 de junio de 2009**

Cuadro 4

Sector	Estratificación								
	Micro			Pequeña			Mediana		
	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Industria	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	De 51 a 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250
Comercio	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93	De 31 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
Servicios	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	De 51 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235

Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) x 10% + (Ventas Anuales) x 90.  
mdp= Millones de pesos.

## **1.6.- La microempresa**

### **1.6.1.- Concepto de microempresa**

Se considera microempresa a la organización de negocios que cuenta con 1 a 10 trabajadores en su lista de integrantes. Independientemente del giro de la empresa (comercio, industria o servicios), las microempresas representan uno de los motores de crecimiento económico más importantes del país.

La mayoría de las microempresas están dedicadas al comercio, a los servicios, manufactura y en menor medida a la transformación de productos.

### **1.6.2.- Función de la microempresa**

Las microempresas desempeñan diversas funciones en nuestra sociedad tales como son:

- Responder a las demandas concretas de los consumidores.
- Crear productos y servicios.
- Elaborar productos de buena calidad.
- Generadora de empleos.
- Contribuir al crecimiento económico.
- Tener precios favorables sin dañar la calidad.
- Dar garantía de los productos.

### **1.6.3.- Características de la microempresas**

Las características de las microempresas son parecidas a las de la pequeña empresa, entre ellas se pueden anotar:

En relación con su recurso humano:

- No posee más de 10 empleados
- La mayor parte de la mano de obra proviene de la familia de los propietarios.
- No existe claridad en cuanto a las relaciones laborales.
- Las prestaciones son bajas, o no existen.
- La utilización de la mano de obra es excesiva.
- La remuneración ofrecida es relativamente baja; en algunas ocasiones no se remunera directamente.

En relación con sus recursos financieros:

- La inversión de capital es baja
- Los créditos obtenidos son utilizados para el capital de trabajo, renovación de equipo.
- Su capital está destinado a la satisfacción de necesidades de supervivencia.
- Generalmente los dueños no se fijan sueldo y toman los gastos personales de las entradas de dinero del negocio.

En relación con sus recursos materiales y productos:

- La utilización de maquinaria es mínima y es, generalmente obsoleta.
- Algunas microempresas sus instalaciones físicas son reducidas, y generalmente la producción se lleva a cabo en la vivienda de los propietarios.
- No existe una línea definida de productos y se trabaja fundamentalmente sobre pedidos.
- La mayor parte de sus productos son bienes de consumo final.
- Sus ventas anuales son limitadas en cuanto a monto y volumen.

En relación a su tecnología:

- La tecnología empleada es esencialmente artesanal, debido a la utilización intensiva de mano de obra y al empleo de herramientas y equipos sencillos.
- El conocimiento de un procesos de producción elemental es básico para la creación de este tipo de empresas

- El consumo de energía es bastante bajo.

En relación con su administración y forma organizativa:

- El dueño hace las veces de gerente, administrador, operario, vendedor, finanzas.
- En la mayor parte de las microempresas no utiliza asesoría de ningún tipo.
- No se llevan a cabo un registro, ni estadísticas y generalmente no lleva registros contables.
- Se han constituido principalmente como empresas individuales o familiares.
- No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales.

## **1.7.- Pequeña empresa**

### **1.7.1.- Concepto de Empresa**

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad. (Thomson, 2007)

### **1.7.2.-Características de la pequeña empresa**

En su gran mayoría las pequeñas empresas están dedicadas a la actividad comercial. Además es notorio que las empresas dedicadas a la transformación de sus productos lo comercializan ellas mismas, logrando una relación más directa entre el productor y el consumidor final.

La pequeña empresa está dedicada a la venta al detalle, aun siendo este uno de los sectores más competidos y que deja menor margen de utilidades; pero considerando que este tipo de pequeña empresa se hace relativamente fácil y que los riesgos en sus operaciones son menores, resulta atractivo.

La actividad comercial tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80 % de estas empresas se dedica al comercio o a la prestación de servicios y el resto a diferentes actividades. (INEGI, 2014)

### **Características principales:**

- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la microempresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa) originada por una mayor complejidad de las funciones; así como la resolución de problemas que se presentan; lo cual, requiere de una adecuada división de funciones y delegación de autoridad.
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.

Para complementar ésta lista de características principales, vamos a añadir las siguientes:

- El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. Por ejemplo, en México oscila entre 11 y 50.
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa (Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.
- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan y además, sienten pasión, disfrutan y se enorgullecen con lo que hacen.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico. (Thomson, 2007)

Para que se pueda catalogar como una pequeña empresa debe tener por lo menos algunas de las características anteriormente señaladas. En la pequeña empresa existe un gran desconocimiento con respecto a la existencia y el funcionamiento de organismos de apoyo financiero y técnico, ya sean públicos o privados.

La pequeña empresa debe tomar en cuenta las siguientes características al momento de entrar en contacto con alguna de estas instituciones.

- Conocer los objetivos para los cuales fue creado el organismo.

- Conocer las políticas, procedimientos, normas y reglamentos que aplican para llevar a cabo los programas, proyectos, investigaciones, estudios y asesorías a favor de la pequeña empresa.
- Conocer los servicios que el organismo ofrece mediante sus programas publicitarios y promociones.
- Una vez otorgado el servicio, o apoyo, realizar un seguimiento adecuado para lograr los buenos resultados.

En los últimos años se ha buscado el desarrollo de la pequeña empresa, principalmente por su capacidad de generar empleo a corto plazo, ya que la creación de un nuevo puesto de trabajo exige menos costos. Entre las características generales de la pequeña empresa, se destacan las siguientes:

En relación con su recurso humano.

- Posee entre 11 y 50 personas.
- Los salarios ofrecidos son bajos en comparación con los de la mediana y gran empresa.
- El nivel de las prestaciones ofrecidas a los trabajadores es más bajo que el de la mediana empresa.
- El trabajo del hombre es decisivo en el proceso de producción, debido al poco grado de mecanización.
- Todo el personal de la organización se conoce.

En relación con sus recursos financieros.

- La inversión del capital es baja a comparación de la mediana empresa.
- La capacidad de acumulación de capital para la expansión de las actividades de la empresa es limitada.
- Los créditos conseguidos son utilizados esencialmente para financiación de maquinaria y equipo.

En relación con sus recursos materiales y productos.

- Sus instalaciones no son muy amplias y en ocasiones no se dispone del espacio físico necesario.
- Generalmente su maquinaria es obsoleta.
- La mayor parte de sus productos son bienes de consumo final.

En relación con su tecnología.

- Su nivel tecnológico es sencillo y a veces rudimentario.
- Su consumo de energía es poco intensivo.
- No existe diversificación tecnológica en los procesos productivos y administrativos.
- Por falta de recursos, tanto financieros como humanos, se dificulta la investigación y el mejoramiento de las técnicas actuales para la generación de una tecnología propia.

En relación con su administración y forma organizativa.

- Su estructura organizativa es elemental, y se le da especial relevancia al área de producción.
- Se presenta una gran centralización administrativa, ya que se concentran en el propietario los procesos de dirección, planeación, control y toma de decisiones.
- Está constituida por empresas individuales, familiares, inversionistas, así como por sociedades delimitadas.

## **1.8.- Ventajas y desventajas de la micro y pequeña empresa**

### **1.8.1.- Ventajas**

Es importante conocer las ventajas que presentan las micros y pequeñas empresas para poder considerar su estudio.

- Flexibilidad en la estructura: por lo que se adaptan con facilidad al tamaño del mercado, aumenta o reducen su oferta cuando se hace necesario.
- Conocimiento de mercado: tiene un contacto más directo con sus clientes, platica con ellos, se entera de las problemáticas lo cual le da una ventaja competitiva.
- Capacidad de generar empleos: absorben una parte importante de la población económicamente activa.
- Planeación y organización: no requiere de grandes erogaciones de capital, inclusive los problemas que se presentan se van resolviendo sobre la marcha.
- Producen y venden a precios competitivos: ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas.
- Contacto más directo: existe el contacto con el personal y consumidor final.
- Talento: generalmente los dueños tienen un gran conocimiento del área que operan para aplicar sus capacidades para la adecuada marcha del negocio.

### **1.8.2.- Desventajas**

Las desventajas permiten analizar las fallas y las oportunidades que se presentan en estas empresas para su estudio.

- Financiación: falta de financiación hace que sea más complicado competir y contar con mayores herramientas o tecnología.
- Nivel educativo: sus empleados no cumplen con las reglas de modelo corporativo por tener un a bajo nivel de estudios.
- Prestaciones: pagan compensaciones en efectivo y las prestaciones laborales relativamente son bajas.
- Administración: su administración no es especializada, es empírica y por lo general lo llevan a cabo los propios dueños.

## CAPITULO II

### MORTALIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

#### 2.1.- Situación actual de las Pymes

Las cifras de fracaso de las Pymes son abrumadoras en cualquier país que se analicen. Como es lógico, las mismas varían según el país, pero se mantienen en altos niveles negativos muy similares.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), publicó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2015), basado en los últimos cinco años, reveló la esperanza de vida de los negocios en México, donde se registró en 2010 4.3 millones de negocios, de los cuales 1.6 millones murieron.

En España, para García Ordóñez, de la Universidad de Cádiz, “el 80% de las empresas quiebran en los primeros cinco años”. Estas cifras son confirmadas por “Emprendedor XXI”, de La Caixa, que advierte que “las estadísticas nos hablan de una elevada mortalidad en las empresas de nueva creación: según datos de 2003, más del 70% de los negocios no llegan a los cuatro años de vida”. De acuerdo con la CEPAL “en los países subdesarrollados entre un 50 y un 75% dejan de existir durante los primeros tres años”.

En los Estados Unidos de América, según Samuelson y Nordhaus, “el promedio de vida de las empresas es de seis años y más de un 30% no llega al tercer año”. La Asociación Argentina para el desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa afirma taxativamente que: “Sólo el 7% de los emprendimientos llega al 2º año de vida y sólo el 3% de los emprendimientos llega al 5º año de vida”.

Finalmente, para no abrumar con más cifras, en Chile, según informa Rodrigo Castro F., un estudio en el que se le dio seguimiento a 67.310 empresas creadas

en 1996, indicó que el 25% de ellas desapareció en el primer año, un 17% en el segundo año, el 13% en el tercer año y un 11% en el cuarto año. (UniversoPYME, 2013)

Cada año el gobierno mexicano recibe unas 100.000 solicitudes para crear nuevas empresas. Pero de acuerdo con especialistas, el 80% de éstas muere antes de cumplir el primer año, y de las que sobreviven la mayoría cierra sus puertas antes de un lustro. La causa del fenómeno es la escasa cultura empresarial que hay en México, el desconocimiento del mercado y el insuficiente apoyo gubernamental para mantener con vida a los negocios. (Nájjar, 2010)

La mortalidad de las micro y pequeñas empresas, es un tema muy importante, no solo porque generan una parte sustancial del empleo del país, porque en la actualidad se están llevando esfuerzos de fomento y de apoyo a este sector; y el entender por qué estas empresas desaparecen. De esta manera siendo las micro y pequeñas empresas es el sector que más establecimientos tiene en el país.

También el tema consiste en cuestionar si se puede analizar las microempresas como si fuera un conjunto equilibrado de entidades. Se señala que hay por lo menos una distinción que debe hacerse, y que modifica sustancialmente la integración de los datos que se pueden aportar. Existen microempresas de manutención y microempresas con una visión de crecimiento.

Las microempresas de manutención generalmente tienen como único objetivo el sostenimiento del empresario y su personal, sin pretensiones de un mayor desarrollo. Y las microempresas con una visión de crecimiento, el empresario considera la suya como una situación transitoria, como una etapa necesaria al principio, pero no pretende ser microempresas en forma permanente, el empresario tiene la visión de llegar a tener una empresa de mayor tamaño y orientar sus actividades al logro de objetivos.

Por otro lado, se presentan contantes cambios en el entorno que no dependen de la empresa, de las cuales algunas son ocasionadas por cambios

circunstanciales, y podrían cambiar en el futuro. Otras tienen que ver con cambios en la estructura económica del país y por lo tanto a no poder enfrentarse y adaptarse al ambiente en el que operan.

Con base a las consultas de los analistas empresariales, aun tomando en consideración el entorno negativo en que operan las Pymes, se orienta más a encontrar las causas del fracaso y la mortalidad de las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables. Así, tomando como punto de partida una primera síntesis elaborada en Conamype, se puede agrupar las diversas causas de fracaso en cinco grandes áreas: (UniversoPYME, 2013)

- Problemas para vender. Resistencia a acatar las preferencias de los clientes, deficiente orientación y servicio a los clientes, mala ubicación, falta de enfoque en segmentos o nichos de mercado precisos, inexistencia de planes formales de marketing y ventas, no disponer de sistemas que les permitan detectar las oportunidades de mercado, renuencia a invertir en actividades publicitarias y promocionales, deficiente capacitación de la red de ventas, miopía mercadológica, no tomar en cuenta las quejas de los clientes, desconocimiento de lo que se vende y a quién se vende, ignorar al cliente, ignorar a la competencia, desconocimiento de las propias ventajas competitivas, y similares.
- Problemas para producir y operar. Falta de capacidad técnica para manejar la producción y las operaciones, desconocimiento del sector en que se opera, negligencia y poco interés en el negocio, dificultades de suministros (materias primas y materiales), altos costes de operación, mal manejo de las compras, poca experiencia previa con los productos gestionados, falta de sistemas de información eficaces, deficiencias graves en los procesos internos, altos niveles de desperdicios y despilfarros, mala gestión del tiempo, error en el cálculo del punto muerto o de equilibrio, operar en un sector con un punto muerto o de equilibrio muy alto, desconocimiento de los ciclos de vida de cada actividad y similares.

- Problemas para controlar. Manejo inadecuado de los créditos y las cobranzas, fraudes, desconocimiento del verdadero estado financiero de la empresa, gastos innecesarios, errores graves en materia de seguridad, mal manejo de los inventarios, fallos graves en los controles internos, deficiencias en el control presupuestario y de gestión, mala gestión en materia de endeudamientos y liquidez, mala gestión de los fondos y similares.
- Problemas en la planificación. Deficiencias graves en el establecimiento de las estrategias, inexistencia de planes alternativos, establecer objetivos y expectativas poco realistas, inexistencia de un plan de negocios, planificación inadecuada, crecimiento no planificado, falta de previsión, falta de estudios de pre inversión y similares.
- Problemas en la gestión. Incapacidad para rodearse de personal competente, falta de experiencia, excesivas inversiones en activos fijos, deficiencias en las políticas de personal, ausencia de políticas de mejora continua, falta de capacitación del responsable máximo de la empresa, deficientes sistemas para la toma de decisiones y la solución de problemas, gestión poco profesional, resistencia al cambio, renuencia a consultar a externos a la empresa, sacar del negocio mucho dinero para gastos personales, mala selección de socios, no conocerse a sí mismo, dejarse absorber por la parte agradable del negocio, tener actitudes negativas frente a los colaboradores, nepotismo, mala gestión de los riesgos, incumplimiento de obligaciones impositivas y laborales, falta de liderazgo del emprendedor, poca claridad en la definición de los objetivos, desaliento ante los primeros obstáculos importantes, pobre cultura empresarial, falta de experiencia en la parte administrativa del negocio.

La investigación anterior puede ser utilizada por los actuales empresarios como una guía de cómo evitar algunas de las causas de mortalidad. Todo ello con el fin de que introduzcan a tiempo las medidas correctivas en el lugar donde está el problema. Este es el propósito de este breve análisis. Y es que, como se ha dicho

tantas veces, crear una pequeña empresa es fácil si se tiene o se encuentran los fondos necesarios; lo difícil es mantenerla viva y conseguir que crezca.

Es preciso subrayar, que no hay una única causa de mortalidad de las micro y pequeñas empresas, ya que estas atienden a diferentes problemas, entre las que encontramos algunas que tienen que ver con la estructura de la empresas; las cuales dependen de la naturaleza misma de la pyme, sobre todo debido a la pequeña escala en que opera, que asociado a la sub-administración, es decir una administración deficiente en algunas de sus áreas.

En el fondo, todos los factores de fracaso antes señalados conducen a una única gran conclusión: la necesidad de que los empresarios de Pymes se capaciten en los aspectos clave de la gestión de sus empresas. Y es que, como también se ha dicho, sólo el trabajo inteligente conduce a resultados positivos.

Un dato que confirma esta afirmación es que, según informa el Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América, al cabo de los 10 años apenas sobrevive el 27% de las empresas no franquiciadas, mientras que sí lo hace el 90% de las que operan bajo el sistema de franquicias. Sin lugar a dudas, los conocimientos, sistemas de gestión, enfoques de marketing, modelos operativos, y demás, que aportan las cadenas de franquicias determinan la gran diferencia entre uno y otro porcentaje. Tal y como también afirma la Asociación Argentina: “En el 97% de los casos, el fracaso se debe a una mala gestión. El éxito de una micro, pequeña o mediana empresa está fuertemente condicionado por los conocimientos de su dueño.” (UniversoPYME, 2013)

## **2.2.- Factores Internos**

Al formar una empresa sea cual sea su tamaño, una de las primeras cosas que debe de tomar en cuenta el microempresario son los factores internos. Una de las principales razones por la que se debe conocer los factores internos es el

encontrar las fallas y evitar las amenazas, y encontrar las oportunidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

Los factores internos afectan la vida de la micro y pequeña empresa, lo que está dentro de la empresa es la estructura, organización, procesos administrativos, dirección, objetivos, contabilidad, por mencionar algunos.

Todos estos factores afectan a la administración de la empresa y sin un análisis de estos problemas la empresa no lograra sobrevivir lo suficiente o no crecerá, también existen factores externos que afectan a la empresa e incluso su supervivencia en el mercado.

## **2.2.1.- Problemas estructurales**

### **2.2.1.1.-Organización y estructura de la empresa**

Los objetivos y la estrategia para lograrlos constituyen la función de planificación, mientras que su desarrollo requiere establecer la estructura orgánica que lo permita. En la estructura de la empresa conviven, en armonía o conflictivamente, la organización formal y la organización informal.

La organización formal es la configuración intencional que se hace de las diferentes tareas y responsabilidades, fijando su estructura de manera que se logren los fines establecidos por la empresa. Esta organización formal supone ordenar y coordinar todas las actividades, así como los medios materiales y humanos necesarios. En una organización estructurada correctamente cada persona tiene una labor específica. La organización informal se conforma mediante una red de relaciones informales que se producen en el ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección ni establecidas con anterioridad.

La falta de una estructura administrativa en muchas de las pymes, operaran en una completa desorganización, por lo cual es necesario que cada una de ellas

tenga presente de que tan importante es contar con una estructura administrativa. (Mcgraw-hill)

La estructura administrativa es el acomodo o disposición de las diversas áreas de la empresa. En ellas se expresa el nivel jerárquico de cada puesto que está integrado en la organización, también se determinan las obligaciones de autoridad y responsabilidad. La autoridad se encuentra en una sola persona, como ocurre en las micro y pequeñas empresas, en el cual el propietario es el que toma todas las funciones y responsabilidades de la empresa.

La forma más sencilla de representar esta estructura es el organigrama, en donde se definen las funciones, lo cual en las microempresas no existe, ya que el empresario realiza las funciones de manera empírica, sin estar al tanto de todos los elementos esenciales de la administración, utilizan su sentido común, además de que copian el modelo con el operan todos los competidores en la rama en que se desenvuelven. Así funcionan muchos negocios tales como ferreterías, zapaterías, papelerías, tiendas, farmacias, alquiladoras, fondas, etc.

En medida que las empresas crecen y empiezan a formalizarse y a tener una mejor estructura administrativa basada en la división formal del trabajo, con base a la reagrupación de las actividades comunes y pertinentes a determinadas funciones u operaciones, con la adopción de una estructura administrativa el microempresario lograra que su empresa tome un curso diferente que lo lleve al fracaso.

#### **2.2.1.2.- Dirección y objetivos establecidos**

El objetivo de maximizar el valor de las empresas puede resultar alterado por la separación entre propiedad y dirección. Surge así el problema de control, dado que las funciones de utilidad de la propiedad y la dirección pueden divergir. Se

considera un método para lograr la mayor eficacia y eficiencia en el logro de objetivos el considerar gestionar una adecuada dirección por objetivos, la cual se puede consolidar tanto una forma del sistema de dirección, como un sistema de liderazgo o una filosofía de la administración de la empresa.

En definitiva, la dirección por objetivos es un proceso de dirección completo que integra las actividades administrativas y directivas básicas, de una manera sistemática y enfocada conscientemente hacia el logro eficaz y eficiente tanto los objetivos de la empresa como los objetivos individuales, forma que se logre el autocontrol y actúe como técnica de motivación de las personas que participen en dicho proceso. (Aragón, 2013)

Una de las fallas más importantes en las empresas es la dirección y los objetivos que tienen, ya que esto ocurre por falta de conocimientos administrativos, lo cual conlleva a una desorganización de toda la información de la empresa. La empresa la maneja de manera errática, sin que se realicen labores administrativas, la falta de control de sus operaciones hace que se eleve costo de producción, lo cual hace perder gran parte de su utilidad neta.

Es frecuente encontrar a empresarios que no solicitan o buscan asesoría debido a su mentalidad individualista y empírica con la que se forjaron, lo cual los lleva a no entender que si no evolucionan y se adaptan a las nuevas formas existentes, esto los llevara al fracaso y mortalidad de su empresa.

Al no tener un sistema administrativo eficiente que permita visualizar donde se está originando el problema las empresa no podrán afrontar y resolver las problemáticas que se pudieron impedir desde un principio.

El micro y el pequeño empresario tiene una serie de objetivos y funciones que cumplir, que no las lleva a cabo por falta de conocimientos y por lo tanto es incapaz de ponerlas a prueba y darle una mejor visión a su empresa.

El microempresario es quien pone en movimiento, capital, trabajo y dirección; le da responsabilidad que le permite actuar en diversas actividades para lograr el

éxito del fin propuesto. El empresario debe estar dotado de cualidades especiales para descubrir dónde está el ingreso, donde están las oportunidades de crecimiento, e ir a buscarlas, con el fin de cumplir y satisfacer las necesidades de la sociedad.

### **2.2.1.3.- Falta de un proceso administrativo**

Dentro de una empresa, la administración consiste en todas las actividades que se comprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como lo son el proceso administrativo.

La administración de una empresa implica la coordinación e integración de todos los recursos para lograr los objetivos propuestos y su estudio se fundamenta en las funciones básicas que desempeña un administrador.

Para que el pequeño empresario pueda entender mejor la administración, es necesario que conozca los cuatro puntos principales del trabajo de un administrador. Partiendo del trabajo del industrial francés Henri Fayol, los manuales de gestión empresarial de todo el mundo condensan las funciones principales del directivo en las siguientes: planeación, organización, dirección y control. (Fuentes Fuentes & Cordón Pozo, 2014)

- Planeación. Los directivos definen los objetivos que se persiguen, se fija la estrategia global para lograr dichos objetivos y se establecen planes que integren y coordinen las actividades de forma coherente.
- Organización. Una vez establecida la planificación, los directivos tienen que diseñar una estructura organizativa que incluye las tareas que tienen que realizarse, asignando a las personas más idóneas para hacerlas,

estableciendo como organizar las tareas, quien reporta, a quien y donde se tomaran las decisiones, a esta función se le llama organización.

- Dirección. Consiste en dirigir y coordinar a los integrantes de la organización. Cuando los directivos motivan a sus subordinados, dirigen las actividades de otros, seleccionan el canal de comunicación más efectivo o resuelven los conflictos que existen entre los miembros, están ejerciendo la función de dirección.
- Control. Después de establecer los objetivos, los planes son formulados, se delimita la estructura organizativa y los directivos tienen que asegurarse que las cosas van como deberían ir, vigilando el desempeño de la organización. El desempeño actual debe ser comparado con los objetivos anteriormente planteados. Si existen desviaciones significativas, el trabajo de los directivos será devolver a la organización a la senda establecida. Este proceso de monitorizar, comparar y corregir es lo que se denomina control.

Para la planeación implica que el pequeño empresario debe planear sus objetivos con orden y sentido común. Se basa primordialmente en un plan o método. Planear hoy lo que se tiene que hacer mañana, al planear se define: ¿Qué hacer?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Cuándo hacerlo?, ¿Quién lo va a hacer?, ¿Dónde lo hace?, y la planeación se basa en la fijación de un estado futuro deseable.

En la organización el pequeño empresario debe coordinar a las personas y a las cosas de su empresa, en busca de un objetivo común, lo cual implica la asignación organizada de las funciones a cada persona y las relaciones entre ellas, la organización facilita la integración de habilidades para lograr los objetivos.

La dirección permite al pequeño empresario como debe dirigir a sus empleados e influir sobre ellos, de tal manera que estos contribuyan al logros de los objetivos establecidos y para el éxito de la dirección está determinado por la

capacidad del dueño para orientar, guiar, aconsejar y motivar a sus empleados a cumplir con las funciones asignadas de la manera más eficiente.

En el control es la supervisión del trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que las actividades desarrolladas en la empresa estén de acuerdo con los planes trazados y en el caso que se presenten desviaciones, adoptar acciones correctivas que sean oportunas.

La mayoría de las Pymes tienen la idea errónea de no necesitar un sistema de control administrativo el cual es muy útil para diagnosticar fallas, como también muestra lo aciertos de usarlo. Resulta vital conocer las fallas y aciertos que tiene la empresa para lograr una ventaja en el mercado, ya que si no se tiene un buen control de la misma esto ocasionaría el fracaso y por consecuencia la desaparición de su empresa.

#### **2.2.1.4.- Responsabilidad social del empresario**

La Responsabilidad Social Empresarial, RSE, es una opción a considerar por el micro emprendedor a la hora de diseñar la imagen y fortalecer la competitividad de su empresa, no es un plan estratégico reservado para las grandes corporaciones.

Los ciudadanos y consumidores preocupados por su entorno demandan cada vez más una economía sostenible, la preservación del medio ambiente, transparencia y ética en los negocios y consideran muy positivas las actuaciones acometidas por las empresas para lograr estos objetivos.

El micro emprendedor debe tener en cuenta esta demanda a la hora de definir sus planes de negocio y dentro de sus posibilidades financieras optar por soluciones que produzcan impactos positivos en la sociedad; unas pequeñas acciones pueden contribuir a la obtención de mayores beneficios (Hernandez & Sanchez, 2009).

El micro emprendedor no solamente va a tratar de cumplir la legislación sino que va a ir más allá y poner en marcha acciones:

- que produzcan unos impactos positivos sobre el medio ambiente.
- que favorezcan un buen clima laboral: medidas que fomenten la seguridad y la salud en el trabajo, la igualdad de oportunidades, la formación, la inclusión social.
- que beneficien a la comunidad.

Las actividades enfocadas a la RSE dan a la empresa un sello diferenciador que será apreciado por los clientes, socios, proveedores, colaboradores e incluso por las entidades micro financieras a la hora de otorgar un crédito.

La Responsabilidad Social Empresarial compete a las empresas de todos los tamaños, incluida la microempresa. Las microempresas son empresas de participación pertenecientes a la economía social y mantienen una gran presencia en las comunidades locales constituyendo en sí mismas un factor clave para el desarrollo y bienestar social regional y local, y por tanto situándose en primer plano de relevancia en términos de RSE.

Ahora bien la microempresa tiene unos rasgos que la diferencia de la gran empresa y de los que se derivan ciertas ventajas e inconvenientes a la hora de abordar políticas de Responsabilidad Social Empresarial. Asimismo el hecho de que la gerencia coincida con la figura del propietario del negocio o microempresa genera una mayor identificación con el compromiso y valores del empresario, favoreciendo una mayor credibilidad de las acciones de la microempresa.

El empresario tiene una gran responsabilidad no solo desde el punto de vista del desarrollo técnico, sino también integral: obreros, empleados, etc., también tiene responsabilidad con los consumidores ya que los productos y servicios que ofrecen tienen que ser de mejor calidad y con su respectivo costo de adquisición y con esto lograr la supervivencia del negocio.

### **2.2.2.- Ausencia de un Sistema Contable y Control de costos**

Una contabilidad adecuada es vital para la operación y ampliación de una empresa. Sin ella, corre el riesgo de enfrentar problemas de flujo de caja, despilfarrar el dinero y desperdiciar oportunidades de ampliación. Al crear o actualizar su rutina contable, recuerde que el propósito de la contabilidad es ayudarlo a administrar su negocio y permitir que las autoridades tributarias evalúen sus operaciones. En la medida que logre estos dos objetivos, esto puede y debe ser un proceso sencillo.

El sistema contable, además de dejar constancia del proceso de la actividad económica desarrollada por las empresas, pretende ser un instrumento de información que permita establecer conclusiones sobre las consecuencias de la actividad desarrollada, es decir, por la gestión realizada,

La contabilidad dispone de una técnica de representación y registro y una metodología propia con el objetivo de proporcionar a los distintos usuarios de la información contable la imagen del fenómeno económico y financiero que tienen lugar en una organización, con o sin ánimo de lucro. (Valderrama, 2014)

Un sistema de contabilidad es una estructura organizada mediante la cual se recogen las informaciones de una empresa como resultado de sus operaciones, valiéndose de recursos como formularios, reportes, libros, etc. y que presentados a la gerencia le permitirán a la misma tomar decisiones financieras.

Un sistema de contabilidad es su conjunto de normas, pautas, procedimientos, para controlar las operaciones y suministrar información financiera de una empresa, por medio de la organización, clasificación y cuantificación de las informaciones administrativas y financieras que se nos suministre.

Para que un sistema de contabilidad funcione eficientemente es preciso que su estructura cumpla con los objetivos trazados. Esta red de procedimientos debe estar tan profundamente ligada que integre el esquema general de la empresa, que pueda ser posible realizar cualquier actividad importante.

Ya que sin el análisis e interpretación de un sistema contable eficiente no podrá lograr los objetivos fijados por la empresa, logrando caer en la mala utilización de los recursos monetarios, sin la medición de la información recabada durante un periodo el empresario no podrá identificar las deficiencias que tiene sus operaciones, lo cual es importante para la supervivencia de cualquier empresa.

### **2.2.2.1.- Concepto de contabilidad**

La contabilidad es una ciencia económica que realiza un proceso de identificar, medir y comunicar información económica apta para emitir juicios y tomar decisiones destinados a los distintos usuarios de dicha información. Es un sistema de información que garantiza la fiabilidad y la precisión de esta a través de métodos rigurosos de medida, organización y distribución de la información para la adopción de decisiones. (Wanden-bergue Lozano & Fernandez Daza, 2012)

La información contable es básica para la toma de decisiones de los propietarios y directivos de las entidades, además de otros usuarios, lo que determina que la información sea de uso general. La contabilidad tiene diversas funciones, pero su principal objetivo es suministrar, cuando sea requerida y en fechas determinadas, información razonada, con base a registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente público y privado.

Algunas herramientas básicas que pueden utilizar el micro y pequeño empresario para llevar sus registros contables son:

- Libro diario. Es un libro de registro cronológico de todas las transacciones que se realizan en la empresa.

- Los mayores. Es un complemento del diario y suministra una clasificación total de categorías de diarios similares, como las distintas cuentas de mayor para las ventas, cuentas por cobrar, inventarios, etc.

Los empresarios de las micro y pequeñas empresas necesitan tener información financiera actualizada para tomar decisiones correspondientes para futuras operaciones y la información financiera se encuentra registrada en las cuentas de mayor. Todos los cambios deben reportarse periódicamente en los estados financieros. Los principales estados financieros básicos que ayudan a conocer la situación financiera de una empresa son los siguientes: (emprendepyme.net, 2015)

- Balance general. Es el estado financiero que muestra los activos, pasivos y el patrimonio neto de una empresa a una fecha determinada. Es decir muestra la situación patrimonial de una empresa referido a un momento determinado del tiempo. Generalmente se utilizan periodos anuales, ya que se muestra de forma resumida las variaciones patrimoniales que se han producido a lo largo de todo el ejercicio.
- Estado de resultados. Es un documento contable que muestra el resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como medida los ingresos y gastos efectuados, proporciona la utilidad neta de la empresa.
- Estado de cambios en la situación financiera. Refleja el movimiento o circulación de cierta variable en el interior del sistema económico. Muestra las salidas y entradas en efectivo que se dan en una empresa durante un periodo determinado. Tal periodo normalmente se divide en trimestres, meses o semanas, para detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.

- Estado de cambios al capital. En este estado se verá reflejada la utilidad y como lo menciona el título, el capital se verá modificado quizá por alguna pérdida al final del estado de resultados o se verá aumentado al final del estado de resultados pues la utilidad es la que aumentara nuestro capital o los retiros y las obligaciones que adquiriera la empresa será lo que lo mermara. La fórmula que determinara este cambio será:

$$\text{Capital inicial} + \text{utilidad neta} - \text{retiros} = \text{cambios al capital contable}$$

#### **2.2.2.2.- Control de costos**

Actualmente, tanto las grandes como las PyMEs, buscan ser más competitivas y, para lograrlo, principalmente en los mercados internacionales se podrían adoptar sistemas de costos diferentes a los denominados “tradicionales” y Técnicas de Gestión que les permitan optimizar la reducción de costos y tomar mejores decisiones. El principal reto de las Pymes es hacer frente al entorno competitivo en donde, como ya se señaló, los sistemas de costos juegan un papel fundamental. Adicionalmente, los beneficios que se aprecian al adoptar un nuevo sistema, así como los efectos que tiene el uso de sistemas de costos “no tradicionales” como el ABC y Técnicas de Control de Gestión en el rendimiento de la empresa.

Adicionalmente, se reconoce que dentro de los principales obstáculos para que las empresas cambien sus modelos y técnicas de Contabilidad de Costos y de Gestión está la falta de especialistas en costos al interior de las empresas. Los denominados “tradicionales” comprenden: el costo completo, el costo variable y el costo estándar. Algunas empresas no han reparado en la utilidad que puede tener la Contabilidad de Costos y, por consecuencia, la Contabilidad de Gestión; ya que pueden representar la base para obtener una ventaja competitiva. El uso que se le ha dado en muchos casos, prácticamente, es sólo para satisfacer información financiera, comúnmente para empleo externo y, a veces, únicamente para cumplir aspectos legales que los organismos gubernamentales exigen. Todo esto describe por qué la implantación de un buen sistema de costos parece representar, en un

momento inicial, un fuerte gasto y no una inversión que puede repercutir en mayores rendimientos. (López Mejía & Marin Hernández, 2010)

El control de costos es un factor crítico para la supervivencia de la empresa, ya que el hecho de no tener un control de sus recursos, no se podrá precisar con claridad si la empresa está obteniendo una rentabilidad adecuada en toda su línea de productos o servicios. Es necesario establecer el uso de la contabilidad de costos como medio de llevar un mejor control de costos dentro de las micro y pequeñas empresas.

La contabilidad de costos es muy importante dentro de una empresa, ya que se trata de la información relacionada con el funcionamiento de la misma en cuanto a los costos y los gastos que implica realizar las actividades internas. Se toman las decisiones más trascendentales para el éxito o mortalidad de la misma.

### **2.2.3.- Falta de mercadotecnia**

#### **2.2.3.1.- Definición de mercadotecnia**

Una definición de marketing más técnica es la ofrecida por la Asociación Americana de Marketing (AMA): es la actividad, conjunto de instituciones y de procedimientos para crear, comunicar, suministrar e intercambiar ofertas que tengan valor para los consumidores, clientes, colaboradores y la sociedad en general. (Santesmases Mestre, Valderrey Villa, & Sánchez Guzmán, 2014)

Esta definición trata de recoger la necesidad de que los responsables del marketing consideren no solo las necesidades de sus clientes (en sentido amplio), sino también del conjunto de la sociedad. La mayoría de empresas se han preocupado tradicionalmente por sus accionistas, sin embargo, el punto de partida de cualquier empresa debe ser identificar y satisfacer a todos los grupos clave que

posibilitan su existencia (accionistas, clientes, empleados, suministradores, distribuidores, etc.), con la finalidad de desarrollar intercambios que realcen el bienestar a largo plazo de todos estos grupos clave y de la sociedad en su conjunto.

### **2.2.3.2.- Mercadotecnia para las Pymes**

Uno de los grandes obstáculos de nuestro tiempo es que la mercadotecnia no solamente es muy cara sino que no se sabe bien como se debe llevar a cabo. Se piensa también que las PYMES no pueden o deben hacer mercadotecnia porque ésta pertenece únicamente a las grandes empresas que desplazan grandes volúmenes de mercancía. Nada de más equivocado. La mercadotecnia está al alcance de todos y cualquier empresa por muy pequeña que esta sea, la puede (y debe) realizar. Es uno de los preceptos para el verdadero desarrollo del negocio y mejor aún, de la región. La competitividad tiene su fundamento en la mercadotecnia.

Algo que debe quedar muy claro es que la mercadotecnia no es exclusiva para productos de consumo o servicios a clientes. La mercadotecnia es también fundamental para sectores e industrias como son la cultura, el deporte, la ciencia, la educación e incluso, la religión. En los países de Latinoamérica es muy común que a las industrias mencionadas, los gobiernos estatales no les desarrollen planes de mercadotecnia por no entender su verdadera utilidad, sin embargo es importante observar, en el entorno de la competitividad, lo que se está haciendo en otros países que van desde los Estados Unidos hasta China pasando por los países europeos como los que fueran parte de las repúblicas democráticas o España, Irlanda, Finlandia, Croacia y Turquía o en otras latitudes como los casos de Sudáfrica, India, Australia, Nueva Zelanda y muchos más que han decidido entrar al mundo de la competitividad a través de estrategias de mercadotecnia perfectamente planeadas con objetivos y tiempos muy claros aunque cada uno de ellos con planes y acciones diferentes al resto de los demás países, por lo que es en extremo interesante observar las tácticas utilizadas por cada uno de ellos.

Las estrategias de mercadotecnia para Pymes pueden ser realizadas mediante la puesta en marcha de planes de acción muy sencillos como: (Stefano Niro)

1. Describir cuál es la misión y visión del negocio. Para tal efecto baste pensar que es lo que en realidad se quiere del negocio y para ello, antes de todo, hay que entender que es lo que el negocio hace. Esto se llama Utilidad e Identidad de la empresa o en palabras más comunes, quién sé es y para qué es útil lo que el negocio produce. Se debe tener siempre en cuenta que la competencia hace lo mismo (por eso es competencia) por lo que hay que encontrar el verdadero diferenciador ante los demás.
2. Encontrar el diferenciador ante la competencia. Esto es encontrar el valor único que nadie más tiene. No es sencillo ya que se puede caer en querer encontrar el diferenciador en cuestiones tangibles cuando pudiera estar en algo más intangible. El valor único diferenciador no está en lo que él hace por los demás sino en lo que él puede hacer por los demás.
3. Escribir y describir los objetivos del negocio. Habrá que realizar un objetivo general, y los que sean necesarios, como objetivos específicos. O sea, habrá que describir que es lo que se quiere alcanzar en el corto, mediano y largo plazos y cómo se piensa alcanzar dicho objetivo a través de diferentes acciones tácticas.
4. Definir el grupo objetivo que se quiere alcanzar. Por grupo objetivo se entiende al grupo de personas que son los principales consumidores o usuarios de los productos o servicios que la empresa comercializa. Es importante saber que los grupos objetivo cambian constantemente de hábitos y costumbres por lo que el conocimiento a través de la investigación previa, es fundamental.
5. Desarrollar el plan de comunicación. Si se sabe que es lo que los productos pueden hacer por los consumidores entonces se debe saber qué es lo que

se les quiere decir a dichos consumidores o grupo objetivo. Cuando se sabe que se quiere decir se deberá definir el cómo decirlo. En pocas palabras: saber qué decir, a quién decirlo y cómo decirlo.

6. Planear los medios. Los medios es el dónde decir lo que se quiere comunicar. En Latinoamérica cuando se habla de medios se da por entendido que son los medios de comunicación masiva a los cuales muy pocas empresas tienen acceso por los altos costes que implica llevar a cabo una planificación que dé resultados a corto plazo. Los resultados a corto plazo son fundamentales para la supervivencia de cualquier Pyme ya que la mayoría de estas, vive el día a día con base en las ventas. Es por ello que cuando se deba hacer una planificación de medios, se recurra a alternativas que puedan ser igual o más efectivas que los medios tradicionales.
7. Desarrollar la creatividad conceptual. La comunicación de la empresa, la marca y sus productos entre más utilice las fórmulas con base en estereotipos de la creatividad más posibilidades tiene de pasar desapercibida. Hay que romper los esquemas de la comunicación de estereotipos, hay que innovar en la comunicación y por lo tanto en los medios en donde ésta interactuará con el público objetivo. Las tendencias en la comunicación y su creatividad indican que en los próximos años, si un anuncio no deja en claro lo que quiere decir en menos de cinco segundos, probablemente nadie lo recuerde.
8. Ejecutar la creatividad en cada material gráfico. Lo más conveniente es buscar el apoyo de un buen diseñador o creativo para que realicen los diferentes materiales gráficos y electrónicos. Con las nuevas tecnologías los costes de producción son muy accesibles pero es necesario conocer los procesos llamados de pre-prensa y pre-producción así como lo de producción y post-producción para que el material final tenga la calidad deseada. Esta parte es de lo más importante ya que define la imagen de la empresa ante los demás y la marca está en juego. También es importante ya que el desconocimiento en los procesos y los costes de producción, al final pueden

resultar mucho más altos de lo pensado: “lo barato sale caro” dicen los mexicanos atinadamente.

9. Aplicar a los diferentes medios. Una estrategia bien realizada utiliza los medios indispensables y correctos para alcanzar los objetivos específicos. Si la empresa o negocio carece de presupuesto para realizar actividades de comunicación, puede realizar acuerdos, convenios e intercambios con los medios locales o zonales que le evitarán una dispersión del capital y por lo contrario, le ayudarán a alcanzar los objetivos mediante estrategias enfocadas a dichos medios. Muchos empresarios Pyme creen que realizar campañas publicitarias o de comunicación en medios, requiere de una gran inversión, que se debe trabajar con los medios masivos y que su efectividad es muy limitada. En realidad, una vez que se determine el qué, cuándo, cómo y en dónde, entonces se sabrá cual medio es el indicado para alcanzar los objetivos. La frase de Albert Einstein es contundente en estos casos: “si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”.
10. Supervise y mida los resultados. Un error muy común entre los empresarios Pyme es no darle el seguimiento pertinente a las actividades que se pusieron en marcha por lo que, después de un cierto tiempo y al no ver cuantificados los resultados, dicho empresario duda acerca de la efectividad de las acciones y lo que es peor, de sí mismo.

La falta de mercadotecnia en la micro y pequeña empresa se ve reflejadas en las deficiencias para ubicar nuevos productos o servicios, y para adaptarse a los cambios en el mercado, a veces los microempresarios no tienen idea de que es la mercadotecnia y los beneficios que obtendrían al aplicarlo. Si no aplicaran la mercadotecnia en su empresa podrían llevarla al fracaso o posiblemente a la muerte por la demanda constante en el mercado y por lo competidores que van adoptando más técnicas para crecer.

## 2.2.4.- Financiamiento

Los problemas financieros son el aspecto más visible de los problemas de las empresas, aunque no siempre son la causa de su muerte, ya que hay empresas que se enfrentan al mismo entorno financiero, hay empresas que prosperan y otras se deterioran.

Obtener financiamiento es una herramienta para las Pymes deben manejar de forma adecuada, ya que además de proveerlas de capital esta opción les permite asegurar la continuidad del negocio.

El acceso al financiamiento está estrechamente relacionado con la capacidad de estas compañías de mantener un ingreso constante de capital, ya que su margen de ahorro no les permite funcionar por mucho tiempo sin obtener financiamiento.

Y aunque este año se percibe de mayor bonanza económica los pequeños empresarios deben tomar en cuenta varios aspectos para saber dónde y cómo conseguir el mejor crédito a su disposición, dice el socio director de ArcCanto Banca de Inversión Pyme, Víctor Calderón.

"Las Pymes son la columna del crecimiento de nuestro país, por lo que su acceso al financiamiento es clave para México," dice el director general adjunto de Factoring Corporativo, Joaquín González.

Para mejorar las oportunidades de financiamiento las empresas deben mejorar la eficiencia del negocio y mantener una organización básica a través de la contabilidad, aseguran los expertos.

Por ello entre un 10 y 15% se están animando a pedir asesoría especializada y contratar servicios de consultoría, dice el socio líder de Asesoría de Negocios de Price wáter house Coopers (PwC), Juan Solís.

Antes de elegir alguna opción existen algunos consejos básicos que las empresas deben tomar en cuenta para seleccionar el mejor servicio financiero y sacar provecho del crédito: (M. Moreno, 2010)

1. Objetivos claros: Antes de comenzar con la búsqueda de fuentes de financiamiento, las Pymes deben analizar sus necesidades financieras con

base en los objetivos del negocio. Para ello es útil preguntar: ¿para qué necesito financiamiento?, ¿cuánto necesito?, ¿durante cuánto tiempo? Los especialistas recomiendan hacer un análisis detallado sobre el actual y futuro estado financiero de la empresa, ya que éste es el primer paso para conseguir el servicio financiero más conveniente.

2. Empatar necesidades con servicios financieros: Existe una amplia carpeta de servicios financieros, por lo que la comparación y conocimiento son necesarios para encontrar el más adecuado, así que resiste a la tentación de elegir el primero que consultes y ve más allá. Por ejemplo, para las Pymes cuyo periodo de cobro de facturas es muy extenso, lo que provoca que estén sin liquidez durante un lapso de tiempo que puede afectar sus operaciones, lo más recomendable es acudir al factoraje financiero, ya que esta opción les brinda financiamiento instantáneamente al comprar sus facturas por cobrar.

3. Ante todo, el orden: Una vez se haya seleccionado el servicio financiero, lo principal es poner orden en toda la documentación operacional, fiscal, crediticia y financiera. Las empresas que brindan crédito generalmente buscan Pymes que muestren que son muy meticulosas al momento de manejar sus finanzas y obligaciones fiscales, mostrando profesionalismo durante toda su historia operacional.

4. Seleccionar al mejor acreedor: Las Pymes tienen que hacer una ardua investigación sobre qué empresa sería la mejor opción que les brinde el servicio financiero que necesitan. Los aspectos que tienen que tomar en cuenta son el tiempo que la empresa crediticia opera en el mercado, su cartera de clientes, rapidez en el proceso de aprobación del crédito y fondeo, y su flexibilidad. También es importante que la empresa crediticia tenga un conocimiento comprobado de la industria del sector, ya que tendrá una mayor sensibilidad ante las necesidades de este tipo de empresas.

5. Hacer un plan de pago antes de adquirir el crédito: Una vez que la Pyme seleccionó el servicio financiero y el proveedor de éste, la empresa tiene que hacer una estrategia financiera para modificar su presupuesto de tal forma que

incluya los pagos mensuales, bimestrales o semestrales en retorno al crédito que adquirió. Esta planeación a priori es vital para tener un balance financiero sano que brinde escenarios de corto y largo plazo en los cuales los empresarios puedan ver claramente la liquidez que tendrán sus empresas una vez comiencen con el pago del crédito adquirido. Eso servirá, entre muchas cosas, para realizar los pagos a tiempo y por ende fortalecer el historial crediticio de la empresa, lo cual le permitirá obtener más créditos en el futuro.

Cuando un emprendedor inicia una empresa con capital propio, casi nunca piensa que algún día podría requerir un préstamo para hacer que su empresa sea más grande y aprovechar las oportunidades que generara el negocio, por eso casi nunca se planea tener una administración y cuando llega el momento en que el empresario toma la decisión de adquirir un préstamo le cuesta trabajo poner en orden los aspectos administrativos que tiene la empresa.

Una empresa desde que inicia puede basar su crecimiento en la planeación, contado con información confiable, el control de sus recursos humanos, materiales y económicos alcanzando formalizar su administración y al solicitar el préstamo lograr que perdure su empresa y lo mejor no verla caer en el fracaso.

#### **2.2.4.1.- Dificultades de Acceso al Crédito Bancario**

Los diferentes resultados de los estudios empíricos previos señalan como principales obstáculos financieros: las altas tasas de interés, imposibles de pagar por los quieren abrir un negocios; los requerimientos específicos que la banca exige a las empresas, como tener un aval o diversos tipos de garantías; la dificultad de acceso a créditos a largo plazo que prácticamente no existen para la Pyme; la enorme cantidad de documentos e información necesaria para el trámite, que puede incluir datos del propietario y de la empresa para la obtención de un crédito bancario.

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

Es común que las pequeñas empresas empiecen sus operaciones sin capital necesario para asegurar su éxito a futuro. Generalmente, al preguntar a un empresario que es lo que más necesita, probablemente su respuesta estará relacionada con el requerimiento de recursos, con las dificultades en la obtención de financiamiento para iniciar, desarrollar y conservar su empresa, entre otros problemas con los que se enfrenta como pequeño empresario.

Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que les proporcionan un crédito, por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes. (Nafinsa)

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

**Demanda Efectiva y Potencial:** El actual acceso de Pymes que han obtenido un crédito bancario en vez de tratar de considerar algún crédito bancario. Dependencia del acoplamiento económico, la situación al acceso de las Pymes al financiamiento puede ser distinta cuando las circunstancias macroeconómicas tienen variaciones, ya que puede haber un beneficio al incrementar el crédito

generando un mayor riesgo para el prestamista; Demanda insatisfecha, esta se refleja cuando al rechazo de solicitudes de algún crédito por parte de las empresas quedan insatisfechas respecto a la disponibilidad del crédito, en la mayoría de las empresas solicitante de algún crédito hay una demanda insatisfecha importante y, por ello ha disminuido sus niveles de crecimiento. (Hemmen Almazor)

Las pymes al orientarse más hacia el mercado nacional son afectadas por la disminución de la demanda interna de sus productos o servicios que brindan, por ello sufren una desaceleración económica, también se ven afectadas en lo que se refiere a sus ventas, al no tener la oportunidad de crecer, sufren el estancamiento económico por resultado de una baja demanda por un alto nivel de tasa de interés.

El impacto sobre las PyMES en la demanda financiera con altas tasas de interés es muy adverso para que realicen sus proyectos de inversión que no pueden ser rentables y que se financian a diferentes tasas, esto disminuye la solicitud para solicitar un crédito, y este alto nivel elevado de interés es el principal obstáculo para el crecimiento de las empresas micros y pequeñas empresas aunque hay varias oportunidades para que se desarrollen pero a esos niveles de interés se desaniman a pedir un crédito. (Guerrero Edgar & Navarrete Marneou, 2008)

Se puede señalar que las condiciones al crédito a Pymes son poco competitivas internacionalmente en algunos países; por el lado de la oferta de crédito esta se caracteriza por tener altas tasa de interés, plazos cortos y elevadas garantías, estas rigurosas condiciones se justifican por la lentitud de las Pymes. Se puede decir que los principales obstáculos son los elevados costos para realizar operaciones sencillas, transparencia en la contabilidad, información adecuada, alto riesgo, poca o nula garantía y exigencia en los pagos del crédito.

Una de las características de la oferta de crédito es que es muy desfavorable ya que desalienta a la demanda y tiene un impacto negativo sobre la inversión y, la competitividad de las Pymes por las altas tasa de interés, ya que impiden que muchos de los proyectos no sean rentables y a parte son una carga financiera para

las chicas y medianas empresas, otra característica que le impiden crecer a la Pymes son los plazos cortos ya que se necesita de un periodo más largo para que rinda frutos la inversión; es muy limitado el acceso al crédito por las garantías que disponen ya que los bancos requieren de un valor superior al monto del préstamo, por ello la demanda se ve afectada, lo que resulta es que se eleven los costos de transacción y oportunidad.

#### **2.2.4.2.- Tasas elevadas de crédito**

El impacto que este factor tiene sobre los costos de la empresa, no es fácil de medir para los microempresarios, quien carece de un buen sistema de contabilidad de costos, por lo general. La confusión entre el costo nominal del crédito, y el impacto de los costos adicionales, incluyendo el costo de reciprocidad que se exige al beneficiario por el préstamo, hace que sea difícil calcular si el préstamo es o no conveniente.

Las tasas de interés influyen en el crecimiento sostenible de las empresas. A mayores tasa de interés, menores tasas de crecimiento puede sostener una empresa, mientras que bajas tasas de interés mejoran las perspectivas de crecimiento de la empresa y hacen mayores las tasas de crecimiento sostenible que están puedan tener.

#### **2.2.4.3.- Alternativas de Financiamiento para Pymes**

Las fuentes de financiamiento pueden ser internas o externas. Se puede buscar un financiamiento interno con capital o un financiamiento externo con deuda.

El financiamiento interno con capital consiste en que el empresario o dueño de la compañía invierta más de sus recursos en ella. Este ingreso de dinero tiene la ventaja de que no genera la obligación de pagar intereses. En las empresas de menor tamaño, muchas veces el empresario no puede otorgar más recursos a su

organización de los que ya están invertidos, como ocurre en la mayoría de las empresas, por lo que siempre es necesario buscar el financiamiento externo.

El financiamiento externo con deuda con terceros es el pedir un préstamo a un tercero ofreciendo devolverle su dinero en un periodo pactado, más un beneficio, intereses, por haber otorgado el préstamo. Por lo general las tasas de interés que se pagan a un prestamista son fijas, lo cual hace que el cálculo de la deuda adquirida sea más práctica y costosa. Algunas de las posibilidades que tienes los microempresarios para financiarse de manera externa son: los bancos o buscar, emitir deuda o pedir préstamos a los que abastecen de insumos o solicitar créditos a terceros en periodos mayores a un año.

Los proveedores se han convertido una opción ideal para los microempresarios a la hora de pedir financiamiento, este medio tiene la ventaja de que las condiciones de préstamo se pactan directamente entre los involucrados, de modo que permiten que haya una gran posibilidad de negociar y establecer las condiciones que sean justas y accesibles para las dos partes. Es un financiamiento a corto plazo, por lo que su costo financiero es bajo, lo cual podría ser una decisión adecuada si empre y cuando la empresa tenga liquidez.

Para los pequeños negocios es muy importante poder cancelar sus deudas lo más oportunamente posible con el fin de que los flujos futuros se puedan reinvertir en sus operaciones y en tal caso que progrese o desaparezca la empresa.

### **2.3.- Factores Externos**

Antes de crear una empresa sea cual sea su tamaño, una de las primeras cosas que debe de tomar en cuenta debe de ser el entorno que la rodea ya sea dentro de la empresa (factores internos) o por fuera de ella (factores externos). Una de las principales razones por la que se debe de hacer el análisis externo es la de encontrar oportunidades y evitar las amenazas, de esta manera alcanzará la capacidad de formular estrategias para utilizar las oportunidades en beneficio de la

empresa, además de crear métodos para evitar total o parcialmente las amenazas, para reducir o desaparecer su efecto negativo.

Los factores externos afectan la supervivencia de las micro y pequeñas empresas, lo que esta fuera de la empresa se le conoce como ambiente, por ejemplo la economía, la inflación, energía, materia prima, los impuestos, mano de obra por mencionar algunos. Todos estos factores afectan de cierta manera la administración de la empresa.

Para analizar el ambiente externo de una empresa, se puede utilizar el análisis PESTA, que se refiere a entender como los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Ambientales, pueden generar riesgos de negocio con implicaciones significativas. (Martinez R., 2015)

### **2.3.1.- Factores Políticos**

El factor político que se debe tomar en cuenta ya que antes de entrar en función, se debe de estar informado acerca de los permisos o licencias para poder entrar en función, además de esto, se debe tener en cuenta la recaudación de impuestos, pago de aranceles y registros de trabajadores son un ejemplo de las regulaciones que hacen las instituciones gubernamentales a las empresas.

Los impuestos tienen gran influencia en las decisiones que toma la empresa ya que afectan las ventas, las copras y los salarios.

### **2.3.2.- Factores Económicos**

Se trata acerca de la situación económica general del país, región, o ciudad en donde se está ubicando la empresa (como ejemplo tenemos a la tasa de inflación, la balanza comercial, el producto interno bruto, etc.). Cada país tiene su propia identidad cultural, sus propias costumbres y tradiciones, por esta razón el

factor social y cultural debe de estar incluido en el análisis externo, ya que así se podrán descifrar los gustos o necesidades de las personas de ese lugar en específico, además podemos tener una visión acerca del comportamiento ante el trabajo.

La influencia del medio económico sobre la empresa está determinada por el volumen de operaciones, nivel de precios, rendimientos esperados, la facilidad de obtención de recursos.

### **2.3.3.- Factores Sociales**

Los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir; los cambios en la forma de vida en las grandes ciudades, en los poblados, en el campo; la cantidad de jóvenes, niños, ancianos, y de hombres y mujeres que conforman la población, etc., modifican los hábitos de compra y de consumo.

Las empresas se crean para satisfacer las necesidades de sus clientes; por lo tanto, un cambio en dichas necesidades impactará las actividades de la empresa, obligándola a adaptarse al nuevo entorno. Las necesidades, gustos, hábitos y preferencias de los consumidores cambian debido a muchos factores. Entre éstos podemos destacar: las nuevas formas de vida aprendidas a través de los medios de comunicación, la migración o movimiento físico de las personas entre las zonas rurales y urbanas, los cambios en el nivel o grado de educación de la población, la tasa de natalidad y las nuevas estructuras familiares, etcétera.

La falsificación de productos normalmente afecta las ventas de la compañía generando altos niveles de inventario y de lenta rotación, también la inseguridad puede generar pérdida de inventario por robo.

### **2.3.4.- Factores Tecnológicos**

Los factores tecnológicos son muy indispensables en la competencia actual, ya que si no se moderniza la empresa, corre el riesgo de quedarse estancada, es por eso que debe de tener conocimiento de las nuevas tecnologías, como el software, la tecnología en la robótica, y maquinaria avanzada.

Los aspectos tecnológicos constituyen uno de los factores ambientales que producen mayor impacto sobre las actividades organizacionales y administrativas de la empresa.

Si una empresa quiere sobrevivir y crecer en un medio en el cual se presentan continuos cambios tecnológicos, debe incorporar y desarrollar tecnologías que mejoren sus métodos y procesos de producción, comercialización y administración.

### **2.3.5.- Factores Ambientales**

En los factores ambientales también son importantes ya que en ellos se encuentran los recursos naturales y si estos se agotan, para las compañías en donde su actividad depende de los recursos naturales, no contar con estos recursos puede generar problemas de negocio.

También está el cambio climático este puede afectar los hábitos de compra del consumidor generando inventario dañado o de lenta rotación. En el caso de las empresas que se dedican al cultivo de flores y alimentos; las heladas, el invierno la ausencia de lluvia, se pueden generar la pérdida de los cultivos y por consiguiente generan riesgos de negocio.

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACIÓN Y RESULTADOS**

#### **3.1.- Investigación**

“Causas de mortalidad de las micro y pequeñas empresas comerciales del Municipio de Chicoloapan”

##### **3.1.1.- Objetivo**

El objetivo de la presente investigación es identificar las principales problemáticas que enfrentan las micro y pequeñas empresas, por lo cual las conducen al fracaso o mortalidad de las mismas. Se busca tener un punto de partida para analizar el porqué de estas problemáticas y buscar las medidas necesarias para contrarrestar la situación actual que están viviendo las Pymes en México.

En el problema de investigación se desconoce si la mortalidad de las micro y pequeñas empresas, se deben a causas internas o causas externas donde se encuentran metidas las pymes.

##### **3.1.2.- Área de investigación**

El Estado de México es uno de los 31 estados que, junto con el Distrito Federal, conforman las 32 entidades federativas de los Estados Unidos Mexicanos. Es uno de los estados fundadores de la federación y actualmente es el de mayor densidad de población. Está dividido en 125 municipios y su capital es Toluca de Lerdo.

Chicoloapan es uno de los 125 municipios del estado de México, ubicado al oriente del mismo. Colinda al norte con el municipio de Texcoco, al sur con Ixtapaluca y al occidente con Chimalhuacán y La Paz. Actualmente cuenta con

13 colonias, 16 desarrollos habitacionales, 14 barrios el municipio de Chicoloapan. (Bando Municipal , 2015)

Actualmente en el Estado de México Cuenta con un total de 52 152 empresas de las cuales son comerciales, de servicio e industriales. En el Municipio de Chicoloapan hay 308 micro y pequeñas empresas y la información obtenida pertenece a las empresas registradas en el SIEM y no es la totalidad de las empresas existentes, y la cifra expresada no representa la natalidad y mortalidad de las empresas. (SIEM, 2015)

De acuerdo con INEGI en los Censos Económicos 2014 en el Estado de México cuenta con 666 795 establecimientos en todo el Estado, los establecimientos comerciales es abarca 51.4%, es decir hay 342,732 establecimientos, esta es la información que hay para el Estado de México y todavía no ha salido toda la información hasta julio del 2015.

Y del personal ocupado es de 2 772 445 de lo cual el 36.8%, es decir, que un 1 020 259 trabajan en establecimientos comerciales en el Estado de México. (INEGI, 2014)

### **3.1.3.- Metodología de la investigación**

El método de muestreo seleccionado para esta investigación será el muestreo no probabilístico, debido a la necesidad de contar con información de manera más rápida y a bajo costo, dada la limitación de tiempo que se tiene para realizar la presente investigación y la falta de recursos para realizarla se utiliza este método de muestreo.

La técnica de recolección de datos utilizada será la técnica cualitativa basada en entrevistas aplicadas a 30 microempresarios, ya que por medio de esta técnica se puede conocer más al empresario y el tiempo que ya tiene como empresario, también utilizare mi observación como una técnica para recabar más información, que me permitirá interactuar más con el microempresario y su empresa.

### **3.1.4.- Características de las pymes donde se desarrolló la investigación**

La investigación de campo se realizó a treinta micro y pequeñas empresas del Municipio de Chicoloapan, Estado de México; especialmente comerciales, cuyo objeto esencial es detectar las principales deficiencias que tienen a la hora de administrar sus negocios y la manera en que observan el entorno de la empresa, buscar la manera de que detecten los pequeños empresarios de cómo encontrar o identificar dónde están las deficiencias internas y externas para que tomen medidas preventivas y correctivas, para que su empresa sea exitosa y que no sea una más de las que fracasan cada año.

### **3.1.5.- Características de la muestra**

Las muestras que se realizaron corresponden a treinta microempresarios y dado que el método de recolección de datos es cualitativo, los resultados que se obtendrán de la presente investigación son subjetivos y no se pretenderá tratarlos como si fuera una investigación basada en el método científico, pues dado que no se tiene la certeza de que la muestra extraída sea representativa.

Esta información cualitativa marca tendencias, por tal motivo será realizara un análisis interpretativo de las cualidades, diferencias y semejanzas de los microempresarios en las opiniones de cada uno de ello, para obtener un entendimiento lo más profundo posible para explicar la mortalidad de las micro y pequeñas empresas. Se entrevistaron quince microempresas y quince pequeñas empresas de las cuales se obtuvo las características de la muestra.

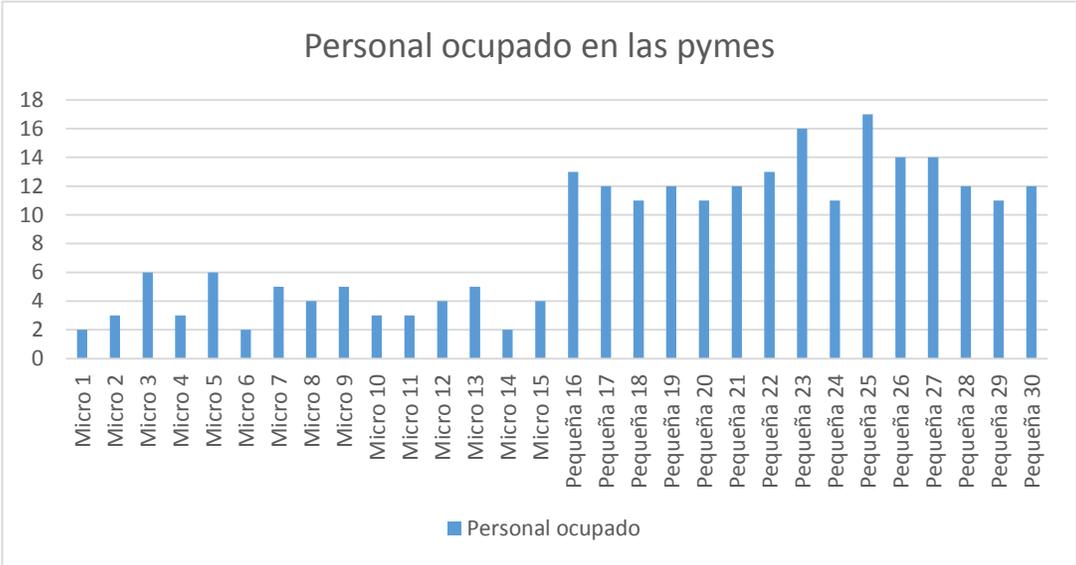
### **3.1.6.- Personal que ocupa las Pymes entrevistadas**

La mayoría de las microempresas entrevistadas tienen una tendencia de manejar de dos a seis empleados, que la mayoría forma parte de una familia, por lo

cual se podría decir que estas micro empresas se pueden catalogar como famiempresas donde quien lleva la dirección de la empresa es el padre de familia generalmente ayudado por su esposa, hijos, sobrinos, etc. También contratan a uno o dos empleados externos. Y en algunos casos los hijos que trabajan en las empresas de sus padres no son remunerados económicamente.

Mientras que en las pequeñas empresas entrevistadas el dueño es quien la dirige su propia empresa, en cual también participan algunos miembros de su familia, donde la mayor parte de sus trabajadores son externos y el personal que ocupa las pequeñas empresas esta entre once a diecisiete empleados. También cabe resaltar de manera importante que el personal contratado recibe más del doble del salario mínimo, no tienen un horario fijo, trabajan días festivos con sueldo normal, no tienen seguro, vacaciones, prima dominical, etc., y su aguinaldo no es calculado como se debe de ser, no es todas las empresas pero si la mayoría. El total de personal ocupado en las pymes entrevistadas es de 248 trabajadores en solo treinta pymes.

Grafica 1



### **3.1.7.- Antigüedad en el mercado**

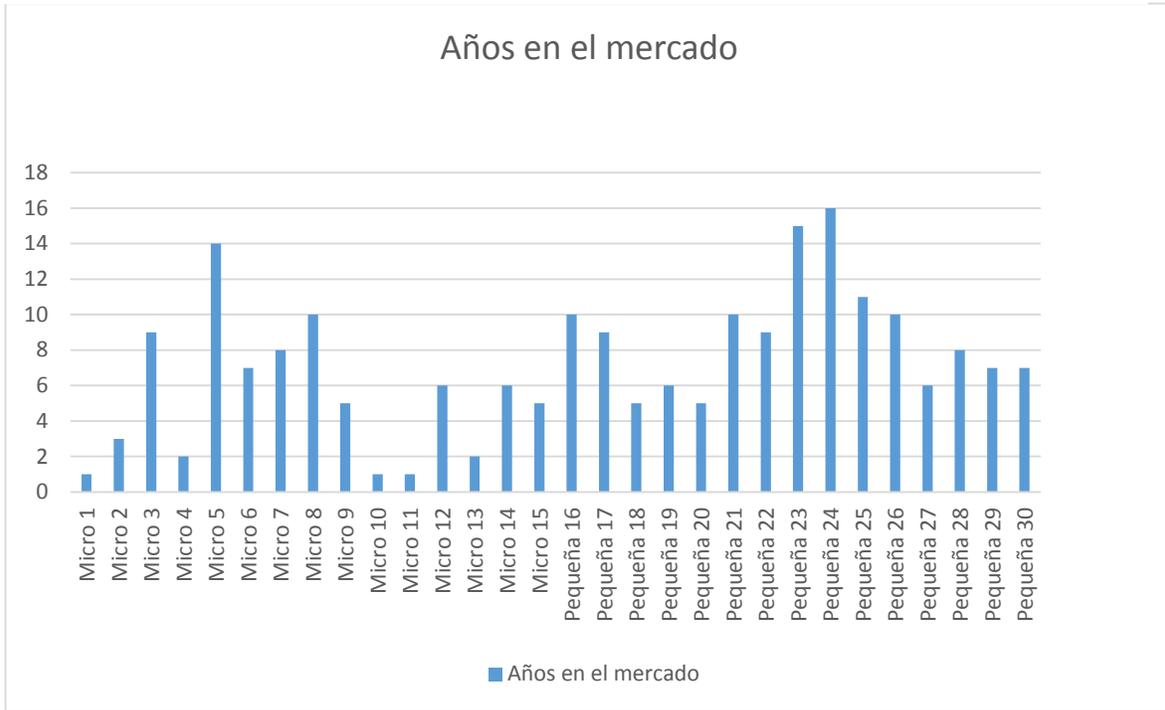
Las microempresas entrevistadas tienen más de un año en el mercado pudiendo ubicar a la mayor parte de ellas entre dos y seis años, y solo una micro supera los diez años lo cual muestra que estas no crecieron solo se mantuvieron en el mercado, donde las microempresas tiene una tendencia por mantenerse a flote por que las ganancias obtenidas solo sirven para satisfacer las necesidades básicas de la familia y no alcanza para crecer.

Y la mayoría de las microempresas tienen una sola sucursal de trabajo, mientras que una solo tiene dos sucursales pero no deja de ser micro.

Mientras en las pequeñas empresas los empresarios buscan mantenerse, mientras que otras buscan crecer, cabe destacar que la mayoría de las pequeñas empresas tienen de cinco a once años en el mercado y solo una tiene dieciséis años, de las cuales podemos subrayar que son empresas que solo lograron mantenerse con una sucursal de negocio, mientras que cuatro empresas tienen dos sucursales de negocio y una cuatro, pero no han logrado consolidarse como una mediana empresa.

Sin embargo la competencia y las condiciones del mercado en las que operan las pymes lo hace difícil, por lo cual las pymes entrevistadas consideran que solo se mantienen en el mercado, pero que no quieren un crecimiento por qué significa más responsabilidad y recursos financieros.

Grafica 3



Grafica 2



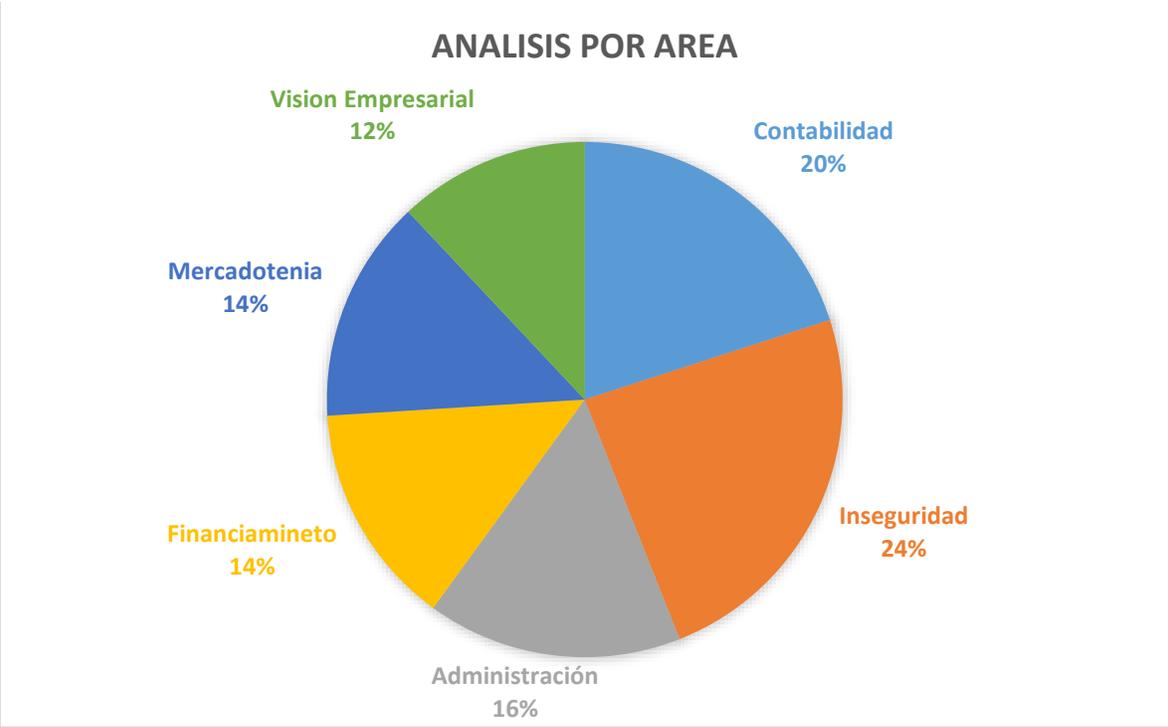
### 3.2.- Resultados de la investigación

#### 3.2.1.- Causas internas y externas de mortalidad de la pymes en el Municipio de Chicoloapan análisis por área

Las áreas donde se presentó mayores dificultades para las micros y pequeñas empresas fueron áreas tanto internos y externos, unas de las causas fundamentales es la falta de contabilidad y la inseguridad, derivadas por la mala distribución del dinero por parte del dueño y por la inseguridad en la que vive el municipio.

También mostraron dificultades fue en la área administrativa, el financiamiento y la mercadotecnia, se encuentra entre los principales problemas para la supervivencia de las pymes entrevistadas. Además de mencionar que los microempresarios tienen poca actitud a la hora de hacer crecer sus negocios.

Grafica 4



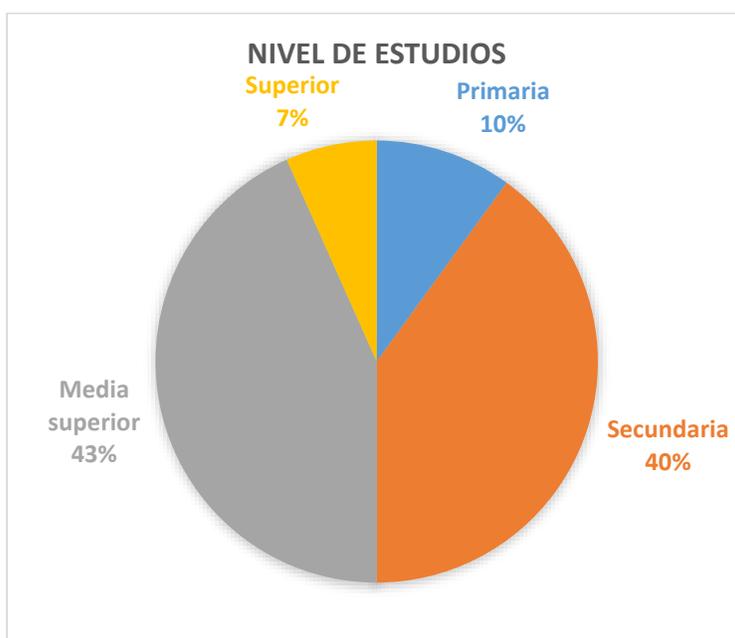
### 3.2.2.- Administración

De acuerdo a las pymes entrevistadas, las micro y pequeñas empresas la mayor parte de los empresarios no cuentan con los estudios necesarios para el buen manejo de su empresa, ya que la falta de educación que poseen no es suficiente para resolver los problemas que avecina a cada empresa, su manera de trabajar es empírica.

La pymes es manejada totalmente por el dueño, quien es el administrador de la empresa, entre palabras, pues es quien se encarga directamente de planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa. Aunque en ocasiones el dueño delega responsabilidades a sus hijos y a empleados de confianza parte del control del negocio.

Pero a la hora de hablar en cuestiones monetarias el dueño no es quien toma las decisiones finales de qué manera se van a distribuir los recursos, en las micro y pequeñas empresas el propietario tiene que consultar con su esposa e hijos en que se va a gastar e invertir el dinero ya que de ello depende el bienestar de la familia y del negocio.

Grafica 5



### 3.2.3.- Contabilidad

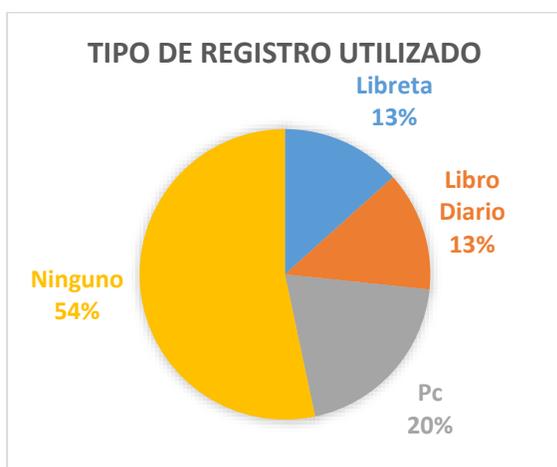
La mayoría de las micro empresas entrevistadas no realiza un registro de sus operaciones diarias, por lo cual no saben si están gastando más de lo que genera el negocio, y tiene dificultades a la de invertir el dinero en el negocio, se da más en el caso de las misceláneas ya que todo es consumible y la familia toma algunos productos para su canasta básica o para el antojo lo cual se convierte en pérdidas monetarias, y trae como consecuencia que la inversión sea menor.

Mientras que en las pequeñas empresas son pocas que llevan un registro de sus operaciones pero logran tener un mejor control de los recursos, lo cual les permite llevar un control de sus recursos financieros.

Grafica 6



Grafica 7

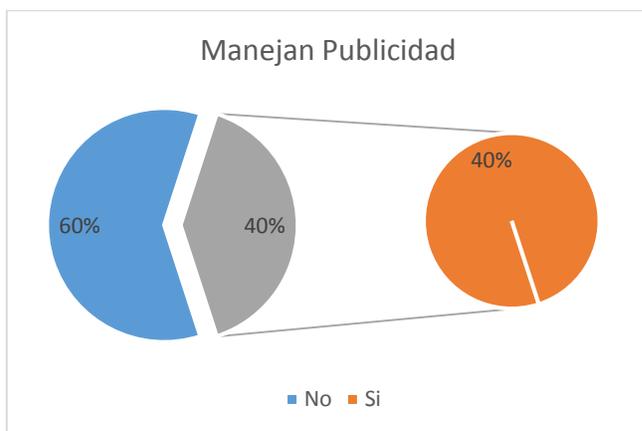


### 3.2.4.- Mercadotecnia

En las pymes entrevistadas, la mayoría no realiza algún tipo de publicidad ya que se les hace un gasto innecesario y sobre todo costoso, prefieren invertir su dinero en mercancía, mientras los demás empresarios si utilizan alguna publicidad como promociones, volantes y anuncios para atraer más clientes a sus negocios las demás que la utilizan obtienen alguna ventaja sobre la competencia,

La mercadotecnia es muy importante para cualquier empresa y más cuando va a comenzar sus operaciones, porque es el momento donde el cliente se va a enterar que existe y si no hay nada que llame su atención solo pasara y no se detendrá a observar su negocio. En algunos casos no en todos es un factor que afecta la supervivencia de la empresa, porque no hay muchos clientes, y al no ver clientes no hay utilidades.

Grafica 8



Grafica 9



### 3.2.5.- Cultura empresarial

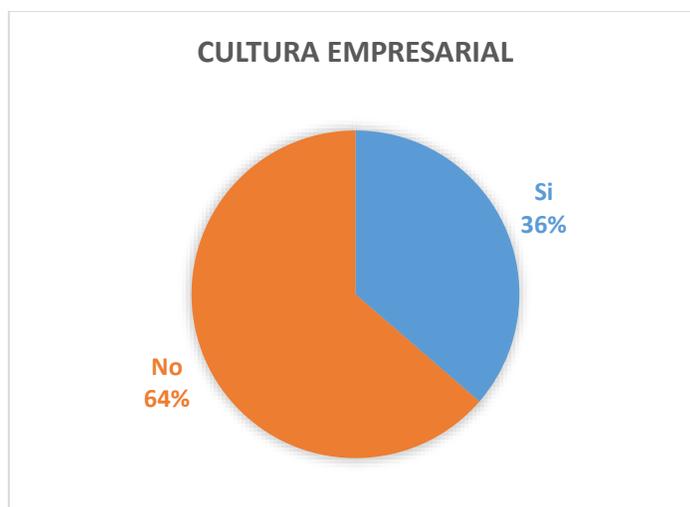
La mayor parte de los microempresarios no tiene una cultura empresarial definida, mientras que otras ya tienen definido como van a manejar su empresa en los siguientes años.

Unas pymes prefieren no crecer porque para ellos significaría más trabajo y dedicación a su empresa, y prefieren pasar más tiempo con su familia u otras actividades de su interés. Mientras que otras se podría decir que ya tiene planeado proyectos a largo plazo, aunque no la tienen bien definida, tienen una idea de crecimiento.

Pero lo que observe en algunas empresas es que no se han dado cuenta que el cliente es primordial para cualquier negocio para que prospere, dar un mal servicio al cliente significa que no volverá y a su vez el comentara a familiares y amigos que el servicio es pésimo, por consecuencia el negocio se limitara por escasas de clientes que la misma empresario origino.

La falta de una cultura empresarial es un limitante importante para cualquier empresa, porque si el mismo no lo impone sus trabajadores no lo sabrán, provocando en algunos casos la mortalidad de la empresa.

Grafica 10



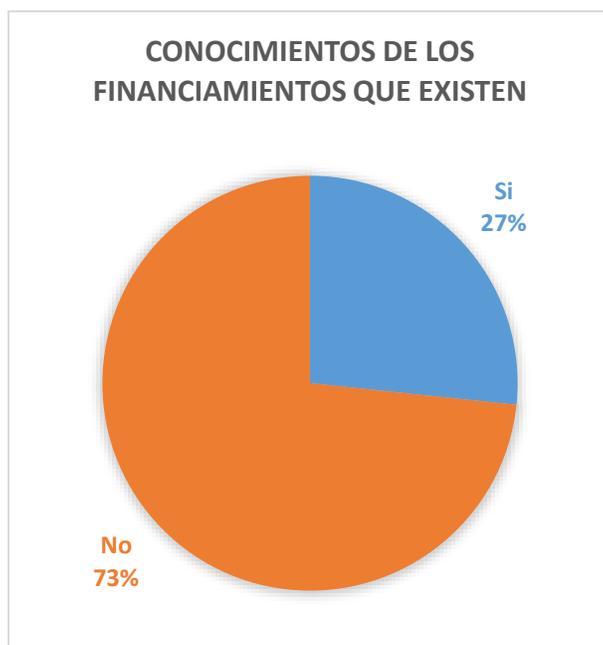
### 3.2.6.- Financiamiento

La mayoría de los empresarios no tienen conocimientos de los programas de financiamientos que existen para la pymes, de hecho las más comunes que conocen son las bancarias.

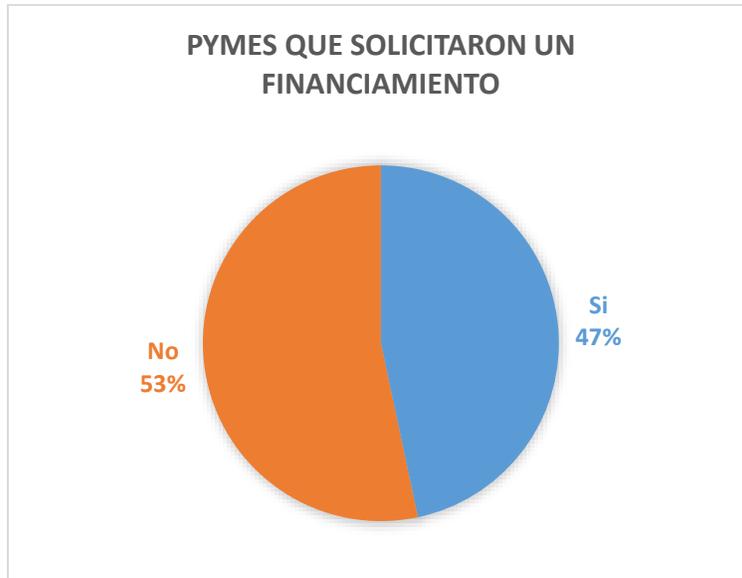
Casi más de la mitad de las pymes entrevistadas no han solicitado algún financiamiento para prosperar en el mercado y las que solicitaron créditos principalmente fueron instituciones bancarias, a proveedores y créditos personales, el crédito que más utilizan son los créditos a proveedores para sus negocios, del cual interés que se cobra es bajo y en ocasiones el crédito es a corto plazo del cual no genera ningún interés.

En algunas pymes el financiamiento no es un factor de mortalidad para las empresas, pero para otras si lo es, si por si solas no pudieron tener ingresos altos, al pedir un crédito bancario algunas empresas fracasan por la tasa de interés que no pueden solventar.

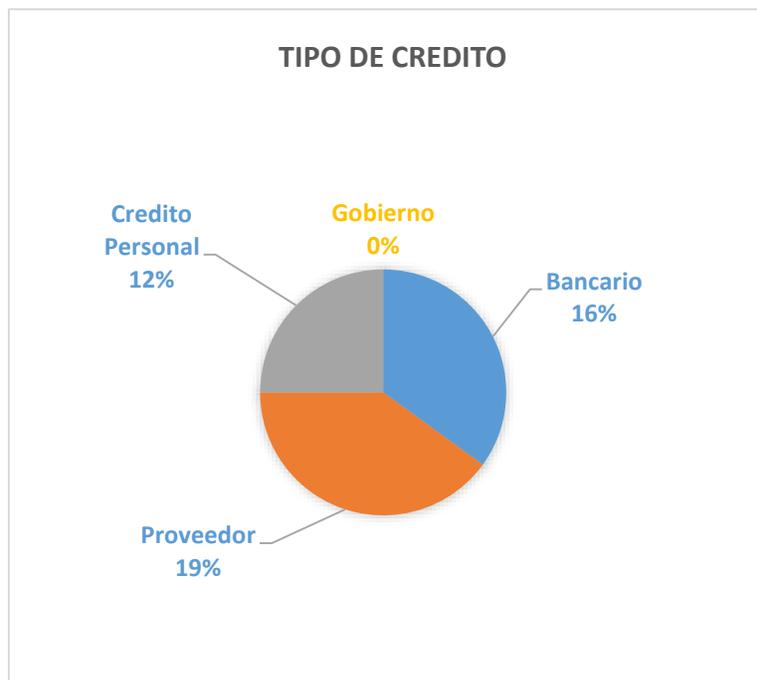
Grafica 11



Grafica 12



Grafica 13



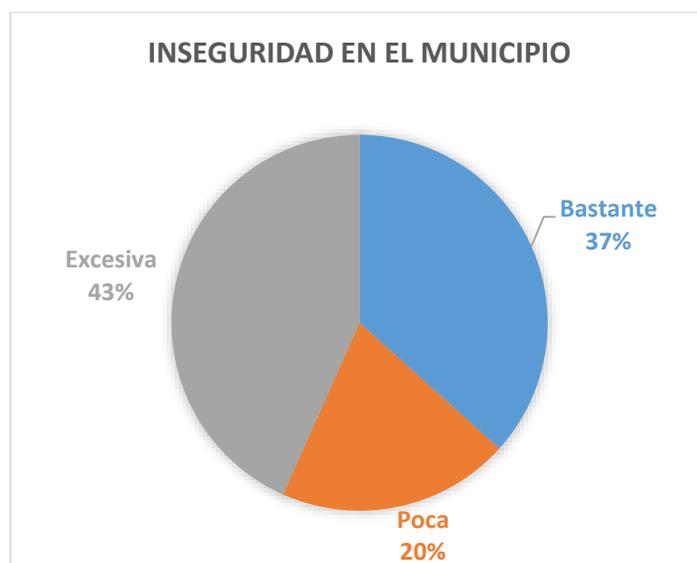
### 3.2.7.- Inseguridad

Uno de los problemas más grandes que encontré en las micro y pequeñas empresas fueron de que la mayoría ha sufrido muestra de la inseguridad que existe en su municipio, ya sea asaltados, extorsionados, amenazados e inclusive me comentaron que hay secuestros en el municipio.

Lo cual es muy alarmante para los empresarios porque algunos de ellos viven con temor, y con ese temor hay negocios que cierran, se cambian de dirección o cambian de giro. La inseguridad es uno de los factores más importantes por el cual algunas pymes se mantienen en el mercado, mientras que otras mueren.

Otro factor que también detecte es que tienen dudas al momento de hablar de impuestos, la mayoría de las pymes no paga impuestos. Porque eso para ellos implicaría en poner en regla la empresa, dar de alta a sus trabajadores, etc., lo cual ocasionaría pérdidas monetarias.

Grafica 14



## CONCLUSIONES

Con base a los resultados obtenidos de la presente investigación y tomado como base la hipótesis planteada en el protocolo.

Las micro y pequeñas empresas del Municipio de Chicoloapan fracasan por causas internas y externas.

La presente investigación realizada es limitada ya que solo representa la problemática detectada de treinta pymes entrevistadas en donde se realizó la investigación de campo, solo es un sector de la población del Municipio de Chicoloapan, Estado de México, de los resultados obtenidos no indica una causa única ni específica de mortalidad de las micros y pequeñas empresas, si no es un conjunto de problemas de causas internas y externas que enfrentan a lo largo de su vida, de las cuales se van creando impedimentos por decirse así para su desarrollo, permanencia, crecimiento y competitividad en el mercado.

En lo que a mí respecta sobre la problemática interna que enfrenta las pymes en el municipio, encuentro diversas fallas administrativas, primero es la dirección, donde el empresario quiere hacer todo en su empresa por lo cual termina descuidando las áreas donde hay problemas, y si no se encuentra en el lugar el empresario para resolver los problemas, los empleados no saben qué hacer y tienden a esperar hasta que el dueño llegue y lo resuelva. A aquí en donde se le debe delegar a cada empleado de la empresa una responsabilidad del trabajo, en caso de no encontrarse el dueño, el empleado pueda resolverlo.

Otro aspecto importante es la falta de un sistema contable más sólido, es decir, tener más orden y control de sus operaciones diarias, que le permita a los micro empresarios evaluar de manera más objetiva los logros alcanzados y por lo tanto tomar las decisiones adecuadas para el beneficio de su empresa.

La falta de administración en las pymes entrevistadas, se deriva por la falta de los conocimientos que poseen los microempresarios en los aspectos fundamentales de la administración y contabilidad, por lo cual la mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen problemas, no saben qué hacer y cuando detectan el problema muchas de las veces es demasiado tarde para resolverlo y corregirlo, en algunos casos la vida del negocio.

La falta de mercadotecnia que realizan los microempresarios en sus empresas es muy escasa, por lo cual están perdiendo mercado y están dejando que la competencia crezca y realice más estrategias para dar a conocer su negocio, los empresarios deberían invertir un poco más en la publicidad para atraer más clientes, aunque resulta una arma de doble filo.

La cultura empresarial es muy importante para el desarrollo de cualquier negocio, si no se tiene esa visión de ver a futuro su empresa, y no se plantea proyectos a corto plazo y fijarla como meta, no llegara a sobrevivir solo se mantendrá por unos años en el mercado hasta que factores internos o externos terminen con ella.

El financiamiento también influye para la supervivencia de las pymes, ya que la mayoría de las micro y pequeñas empresas solicitan créditos a sus proveedores y uno que otro bancario ya que en este último se paga un interés muy alto, y lo utilizan para invertirlo en su negocio y hacerlo más próspero. Pero dependiendo de cómo manejen los recursos las empresas algunas prosperan mientras que otras fracasan.

Las causas más importantes que encontré en el Municipio de Chicoloapan de las entrevistas realizadas y de las opiniones de los empresarios revelaron que la inseguridad es un factor muy importante para su crecimiento, ya que algunos han

sufrido un percance y les ha dejado perdidas económicas grandes y miedo, ya que no pueden pagar un seguro por robo, como lo hacen las grandes empresas.

Representa una limitación para su crecimiento e incluso su muerte. También los impuestos que se aplican a la micro y pequeña empresa se les hacen mucho y el trabajo que implica poner en orden la empresa hace que sea otro costo más.

En conclusión la causa de mortalidad de las micro y pequeñas empresas comerciales en el Municipio de Chicoloapan, no se debe a una sola causa, sino una serie de factores internos y externos, que son la administración, la contabilidad, mercadotecnia, financiamiento, impuestos e inseguridad. Pero también quiero señalar que una de las causas primordiales del deceso de las pymes en este municipio se debe a la inseguridad.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a la información recabada en esta investigación se puede realizar una serie de recomendaciones para evitar la mortalidad de la micro y pequeña empresa en el Municipio de Chicoloapan:

- La investigación anterior puede ser utilizada por los actuales empresarios como una guía de cómo evitar algunas de las causas de mortalidad a partir de la página 18. Todo ello con el fin de que introduzcan a tiempo las medidas correctivas en el lugar donde está el problema.
- Buscar medios de información, como lo van a lograr ahora con el internet se pueden encontrar cursos de cómo llevar una buena administración.
- Adoptar un proceso administrativo para llevar el buen manejo y funcionamiento de su negocio.
- Adoptar un sistema contable para poder saber en qué se va invertir el dinero y detectar en donde está la fuga del mismo.
- Tener una meta más clara de lo que quiere el empresario con su negocio.

## BIBLIOGRAFÍA

(2015). Obtenido de Bando Municipal :

<http://www.edomex.gob.mx/legistelfon/doc/pdf/bdo/bdo024.pdf>

(2015). Obtenido de SIEM:

<http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/BrutoXedo.asp?p=1>

Aragón, Ó. G. (2013). *Fundamentos de administracion de empresas*. Ediciones Piramides.

De, I. N. (s.f.).

empleo, P. d. (s.f.). *Portal del empleo*. Obtenido de

[http://empleo.gob.mx/es\\_mx/empleo/Microempresas](http://empleo.gob.mx/es_mx/empleo/Microempresas)

emprendepyme.net. (2015). *emprendepyme.net*. Obtenido de

<http://www.emprendepyme.net/estados-financieros-basicos.html>

Fuentes Fuentes , M., & Cordón Pozo, E. (2014). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Ediciones Pirámide.

Guerrero Edgar , A., & Navarrete Marneou, J. (2008). *El Impacto del Financiamiento Publico a Micro y Pequeñas Empresas en Mercados*.

Obtenido de <http://espartaco.azc.uam.mx/tesis/X17533>

Hemmen Almazor, E. (s.f.). *Restriccion de Credito Bancario En Economias emergentes: El caso de la Pyme en México*.

Hernandez, S., & Sanchez, P. (21 de 09 de 2009). *Aplicación de los Principios de Responsabilidad Social en las Empresas*. Obtenido de [http://Dialnet-](http://Dialnet-AplicacionDeLosPrincipiosDeResponsabilidadSocialEn-2738863.pdf)

[AplicacionDeLosPrincipiosDeResponsabilidadSocialEn-2738863.pdf](http://Dialnet-AplicacionDeLosPrincipiosDeResponsabilidadSocialEn-2738863.pdf)

INEGI. (2009). *Censos economicos* . Obtenido de

[file:///C:/Users/EMILIO/Documents/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](file:///C:/Users/EMILIO/Documents/Mono_Micro_peque_mediana.pdf)

- INEGI. (2009). *Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa*. Obtenido de [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M\\_PYMES.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/M_PYMES.pdf)
- INEGI. (2014). *Censos economicos*.
- INEGI. (DCEMNRE de 2014). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFICA*. Obtenido de [file:///C:/Users/EMILIO/Downloads/presenta\\_ronace14.pdf](file:///C:/Users/EMILIO/Downloads/presenta_ronace14.pdf)
- LEY PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*. (2015).
- López Mejía, M. R., & Marin Hernández, S. (2010). Los Sistemas de Contabilidad de Costos en la Pyme mexicana. *Investigación y Ciencia*.
- M. Moreno, T. (2010). *Pepe y Toño*. Obtenido de [http://www.pepeytono.com.mx/crea\\_tu\\_empresa/5\\_tips\\_para\\_obtener\\_financiamiento\\_pyme](http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/5_tips_para_obtener_financiamiento_pyme)
- Martinez R., V. (2015). *Auditol.org*. Obtenido de <http://www.auditool.org/blog/auditoria-externa/231-icomo-identificar-riesgos-de-negocio-mediante-el-analisis-pest>
- Mcgraw-hill. (s.f.). *La organizacion en la empresa*. Obtenido de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf>
- McGraw-Hill. (s.f.). *La organizacion en la empresa*. Obtenido de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf>
- Nafinsa. (s.f.). *Nacional Fianciera* . Obtenido de Programa Crédito Pyme: <http://www.nafinsa.com>
- Nájar, A. (10 de 7 de 2010). *BBC Mundo, México*. Obtenido de [http://www.bbc.co.uk/mundo/america\\_latina/2010/01/100106\\_2240\\_mexico\\_empresas\\_gz.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/america_latina/2010/01/100106_2240_mexico_empresas_gz.shtml)

Rodriguez, S. H. (1994). *Introduccion a la Administracion*. Mexico: McGraw-Hill S.A DE C.V.

Santesmases Mestre, M., Valderrey Villa, F., & Sánchez Guzmán, A. (2014). *Fundamentos de mercadotecnia*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

Stefano Niro, G. (s.f.). *Pepe y Toño*. Obtenido de [http://www.pepeytono.com.mx/crea\\_tu\\_empresa/10\\_tips\\_de\\_oro\\_para\\_negocios\\_pymes\\_latam](http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/10_tips_de_oro_para_negocios_pymes_latam)

Thompson, I. (Julio de 2006). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>

Thomson, I. (Febrero de 2007). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

*UniversoPYME*. (27 de Agosto de 2013). Obtenido de <http://universopyme.mx/?p=848>

Valderrama, J. L. (2014). *Teoría y práctica de la contabilidad*. Ediciones Piramide.

Wanden-bergue Lozano, J., & Fernandez Daza, E. (2012). *Introducción a la Contabilidad*. Piramide.

# ANEXOS

NUM. ENTREVISTA \_\_\_\_\_

## CAUSAS DE MORTALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE CHICOLOAPAN

Entrevistador: Jesús Emilio Nicolás Guadalupe

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Nombre del propietario: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

### Questionario

**P1.** ¿Cuánto tiene que fundo o creo su empresa? **P1**

- a) 1 año                      b) 3 años                      c) 5 años                      d) Especifique  
1                                      2                                      3                                      4

**P2.** ¿Cuál es el número de empleados que trabajan en la empresa? **P2**

- a) 1 a 10                      b) 11 a 50                      c) 51 o mas  
1                                      2                                      3

**P3.** ¿Qué actividad o tipo de prestación realiza su empresa? **P3**

- a) Comercial                      b) Servicios                      c) Industrial  
1                                      2                                      3

**P4.** ¿Cuál es el nivel de estudios terminados que tiene? **P4**

- a) Primaria    b) Secundaria    c) Media Superior    d) Licenciatura    e) Especifique  
1                                      2                                      3                                      4                                      5

**P5.** ¿Quién se encarga de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en su empresa? **P5**

- a) Yo                      b) Un empleado                      c) Administrador                      d) Especifique  
1                                      2                                      3                                      4

**P6.** ¿Quién toma las decisiones de cómo se va a invertir los ingresos de la empresa? **P6**

- a) Yo  1      b) La familia  2      c) Contador  3      d) Administrador  4      e) Especifique  5

**P7.** Realiza algún tipo de contabilidad en su empresa **P7**

- a) Si  1      b) No (pasar a la P9?)  2

**P8.** ¿Cuál es el registro que lleva a cabo para las operaciones diarias de la empresa? **P8**

- a) Cuaderno  1      b) Libro de diario  2      c) Programa de pc  3      d) Especifique  4

**P9.** El tiempo que lleva trabajando alguna vez cambio el giro de su empresa. **P9**

- a) Si  1      b) No (pasar a la P11?)  2

**P10.** ¿Cuál de las siguientes razones influyeron para tomar esa decisión? **P10**

- a) No le gusto  1      b) Cambio de domicilio  2      c) Inseguridad  3      d) Especifique  4

**P11.** Maneja algún tipo de publicidad para su negocio. **P11**

- a) Si  1      b) No (pasar a la P13?)  2

**P12.** ¿Qué publicidad maneja para atraer la atención de los clientes a su negocio? **P12**

- a) Volantes  1      b) Promociones  2      c) Anuncios  3      d) Especifique  4

**P13.** ¿Conoce sobre los programas de financiamiento que existen para las Pymes en su municipio? **P13**

- a) Si  1      b) No  2

**P14.** ¿Alguna vez has solicitado financiamiento para su negocio? **P14**   
a) Si                      b) No (pasar a la P17?)                       
1 2

**P15.** ¿Cuáles de estos créditos utilizo para su negocio? **P15**   
a) Bancario            b) De gobierno            c) Proveedores            d) Personal            e) Especifique             
1 2 3 4 5

**P16.** ¿Considera que los intereses que pagó por el crédito obtenido fueron? **P16**   
a) Excesivos            b) Altos            c) Bajos            d) Especifique             
1 2 3 4

**P17.** ¿Cuál considera que son los factores de fracaso de las micro y pequeñas empresas en el Municipio de Chicoloapan? **P17**   
a) Factores Internos            b) Factores externos            c) Ambos             
1 2 3