

ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MPYMES): ESTUDIO EMPÍRICO EN TORREÓN, COAHUILA, MÉXICO

Manuel Medina Elizondo, Universidad Autónoma de Coahuila
Sandra López Chavarría, Universidad Autónoma de Coahuila
Liliana Guerrero Ramos, Universidad Autónoma de Coahuila
Francisco Canibe Cruz, Universidad Autónoma de Coahuila
Martín Jaramillo Rosales, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MPYMES) constituyen un elemento decisivo en el tejido empresarial, generan empleos, y constituyen una fuente de riqueza inagotable para las regiones y las naciones. Tienen desventajas como la falta de profesionalización en su gestión, y ventajas, sobre todo asociadas a su capacidad de flexibilidad. Se sigue requiriendo de estudios que deriven en políticas y acciones para contribuir a su desarrollo estratégico. La Red FAEDPYME viene desarrollando estudios en esta dirección, en el marco de lo cual esta contribución se propuso como objetivo: Analizar la situación de las MPyMES de Torreón, sus fortalezas y debilidades, así como, realizar comparaciones con los estudios previos en el Estado de Coahuila e Iberoamérica. La metodología aplicada determinó una muestra estratificada en población finita conformada por 113 MIPYMES de una población de 2480. El cuestionario y la estructura de la base de datos en SPSS fueron proporcionados por la Red mencionada y se realizaron análisis descriptivos, ANOVA y Pruebas de hipótesis. Los resultados se analizan y concluyen en cuatro dimensiones: Caracterización de las empresas, expectativas y clima empresarial; Estrategia y Organización; Tecnologías e Innovación; e Indicadores de rendimiento.

PALABRAS CLAVES: Micro Pequeñas y Medianas Empresas, Desarrollo Estratégico, Clima Empresarial, Estrategia y Organización, Tecnología e Innovación

STRATEGIC ANALYSIS FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSME): AN EMPIRICAL STUDY IN TORREÓN, COAHUILA, MEXICO

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a decisive element in the business world. They create jobs and provide a source of employment for regions and nations. They have disadvantages such as lack of professionalism in their management, and advantages, in their flexibility. The goal of this study is to analyze the situation of these enterprises in Torreón. We wish to identify their strengths and weaknesses, and to make comparisons with studies in the State of Coahuila and Iberoamérica. We examine stratified finite population comprised of 113 subjects out of 2,480. The questionnaire and the structure of the database were provided by FAEDPYMES. The methodology included descriptive analyzes, ANOVA and hypothesis testing. The results were analyzed and conclusions fell into four categories: Characterization of companies, expectations and business climate, Strategy and Organization, Technology and Innovation, and Key Performance Indicators.

JEL: M00

KEYWORDS: Micro Small and Medium Sized Enterprises, Strategic Development, Business Climate, Strategy and Organization, Technology and Innovation.

INTRODUCCION

Las MPYME constituyen un foco central de las investigaciones en los últimos años, debido entre otros factores, a su gran capacidad para la generación de empleos y la generación de riqueza. Sin embargo siguen necesitadas de estudios sistemáticos para revelar sus problemáticas y generar estrategias para facilitar la toma de decisiones tanto al interior de las mismas, como a nivel de programas y políticas acertadas y oportunas. (FAEDPYME, 2011) La Fundación para el Análisis Estratégico de las PYMES (FAEDPYMES) ha venido desarrollando estudios orientados a ofrecer información de la estructura productiva de las MPyMES, pretendiendo ser de utilidad para las empresas y los distintos agentes económicos y sociales, a fin de facilitar el establecimiento de políticas más adecuadas, e incrementar la competitividad de las mismas.

Hasta el momento los estudios realizados en México, en lo fundamental, abarcaron el período 2005-2007 para los estados de Nayarit, Veracruz, Aguascalientes, Durango, Coahuila y la región Laguna, integrándose posteriormente en el 2009 un Informe Nacional para México y para Iberoamérica. La nueva etapa (2011-2012) continúa desarrollando estas investigaciones en varios estados de la República Mexicana en el 2013, Informe Nacional. A su vez, se elabora el Informe para Iberoamérica, que en 2011 se basó en 1989 encuestas realizadas a empresas de los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela, Portugal y España. (FAEDPYME, 2011)

En ese marco, se realizó un estudio previo para el estado de Coahuila y la región Laguna que a la fecha puede haber perdido vigencia por el carácter efímero demostrado para este tipo de empresas, y una arista importante que amerita la pena desarrollar son los estudios regionales (comparación de los municipios o territorios dentro de un mismo Estado. Por ello se requiere realizar un profundo análisis de las variables que afectan la competitividad de las PYMES en la ciudad de Torreón, en el Estado y la Comarca Lagunera. La importancia de este estudio reside en la necesidad de fortalecer el entorno empresarial a partir del conocimiento a fondo de las organizaciones, y de los factores o variables que se muestran decisivos para su éxito competitivo, en este caso en el entorno local.

Este trabajo se propone por tanto, como objetivo: Analizar la situación de las MPyMES de Torreón, sus fortalezas y debilidades, así como, realizar comparaciones con los estudios en el Estado de Coahuila e Iberoamérica, en lo concerniente a la percepción del clima empresarial, su estrategia y organización, tecnologías, innovación e indicadores de rendimiento. Su cumplimiento permite obtener una contribución única al cuerpo de literatura existente, pues no existe en los estudios previos una comparación de esta naturaleza. También los estudios anteriores han hecho caracterizaciones a nivel de estado y país, y en este caso se trabaja una región específica. La estructura incluye un apartado de revisión bibliográfica donde se citan y establecen resultados importantes de los estudios previos. Posteriormente la metodología establece claramente la Población y Muestra identificadas esclareciendo el procedimiento para identificar la misma por sectores y tipos de empresas, así como la estadística utilizada en el procesamiento de la información recopilada. La sesión de Resultados sigue la clasificación de los factores competitivos en: factores externos e internos que propone FAEDPYMES. Aquí se exponen para las variables seleccionadas para agrupar los mismos y discutir sobre las similitudes y deferencias encontradas con los estudios previos del estado de Coahuila y la Región Laguna, así como con Iberoamérica:

Caracterización de las empresas, expectativas y clima empresarial, que incluye el análisis de las siguientes variables: Control Mayoritario Familiar; Constitución en una Sociedad Mercantil; Edad, Sexo y

Nivel de Formación del Gerente; y Porcentaje a Mercados Internacionales. La evolución del empleo, la percepción del clima y el entorno empresarial culminan el análisis realizado en este acápite.

Estrategia y Organización, analiza si las empresas realizan Planeación estratégica formal y el plazo de la misma; las alianzas y acuerdos de cooperación, los Departamentos formales que tienen las Empresas.

Tecnologías e Innovación, explica la Posición tecnológica predominante en las empresas analizadas, su impacto en relación con los Sectores y el Tamaño de las Empresas y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Indicadores de rendimiento en relación con tamaño, antigüedad y sector. Finalmente se ofrecen conclusiones, referencias bibliográficas y un Anexo con la conceptualización y operacionalización de las variables del estudio.

REVISIÓN LITERARIA

Para definir el éxito y la competitividad empresarial se encuentran muchas y diversas posturas en la literatura científica. (Rubio Bañón & Aragón Sánchez, 2002). En el Informe de FAEDPYME Iberoamérica 2009, se plantea la clasificación de los factores competitivos en dos grandes grupos: externos (el entorno de actuación de la empresa) e internos (propias de cada empresa); y que por lo tanto se analiza por un lado, la percepción del entorno empresarial; y por otro, una serie de factores relacionados con la estrategia organizativa y los recursos internos: la cooperación entre empresas, los recursos humanos, la innovación y la tecnología, la calidad, las tecnologías de información y comunicación; y los recursos financieros. El estudio realizado en Nayarit en el 2006 encontró entre sus principales hallazgos que las pequeñas empresas nayaritas desarrollan una estrategia defensiva mientras que las medianas desarrollan una estrategia exploradora para competir en los mercados.

En lo referido a la tecnología se plantea que es adquirida. En el estudio de Aguascalientes las estrategias de las empresas son en mayor parte defensivas (38.1 %) seguidas de analizadoras (31.2 %); y la posición tecnológica de las medianas empresas es fuerte. Para el estado de Durango, las estrategias analizadora y defensiva resultaron muy similares (34,5 % y 34,2 % respectivamente. En el caso de Quintana Roo destaca primero la estrategia defensiva con 34,7 %; seguido de la exploradora con 24,5 %. Todos estos estudios contribuyeron al estudio nacional con una muestra de 393 empresas. (Gómez Martínez & López Mejía, 2011) Un breve resumen del estudio de Veracruz, que fue uno de los primeros, a partir de sus conclusiones, muestra los siguientes resultados:

En cuanto a las características de las empresas: El 60,7 % de las empresas son jóvenes (llevan menos de 10 años funcionando), y en el 78,4 % de los casos un grupo familiar tiene la mayoría del capital. La mitad integrado en sociedades mercantiles y el otro 50 % son empresarios individuales. Los gerentes tienen edades inferiores a 55 años (84 %), y el 58,9 % asegura tener estudios universitarios. Predominan las microempresas con 57,3 % con menos de 10 empleados. Existe una orientación local y regional a sus ventas con un 64,9 % dirigidos a esos mercados.

Estrategia y factores competitivos: Menos de la mitad de las empresas realizan un proceso de planeación estratégica formal. Las alianzas y acuerdos de cooperación son pocas, y un 20,8 % son comerciales seguido de 18,6 % para compras y abastecimientos; y 14,2 % de producción y servicios. En los factores competitivos consideran que los más importantes son el servicio al cliente, la reputación e imagen del producto y la calidad del producto o servicio; y los menos importantes para ellos son el esfuerzo en investigación-desarrollo y proceso tecnológico centrado en tecnologías flexibles e innovadoras.

Estructura organizativa y recursos humanos: Identifican mayormente como departamentos las áreas de Comercial y Ventas (63,9 %) y la de Contabilidad (61 %). La última posición lo ocupa la I+D con solo un 11,8 %. Tecnología, calidad e innovación: Un 50,8 % de las empresas valoran su posición tecnológica como fuerte o buena. Es muy escaso el número de empresas que cuentan con certificación de calidad, solo un 8%. (Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa del Estado de Veracruz)

A partir de estos estudios estatales, ya se han realizado estudios comparativos entre los estados, como por ejemplo, uno que compara a los estados de Aguascalientes, Coahuila, Durango, Hidalgo y San Luis Potosí, en lo referido a sus estrategias contables y financieras, el que arriba entre otras, a las siguientes conclusiones: hay una relación muy estrecha entre el uso de técnicas contables y el tamaño de las empresas; de manera general los plazos de cobro son superiores a los plazos de pago. El estado de Coahuila se distingue por tener un mayor margen entre cobro y pago, mientras que el Estado de Hidalgo tienen un plazo de cobro menor en sus microempresas. Coahuila es el estado que reporta mayores niveles de utilidades crecientes, Durango más estables y Aguascalientes decrecientes. Todos los estados utilizan como fuente para financiar sus inversiones en activos fijos la reinversión de utilidades y en segundo lugar las aportaciones de los accionistas. (González Cano, Hernández González, Jiménez Alvarado, & Parra Escorza) Sin embargo no existen evidencias claras de que se estén realizando estudios comparativos al interior de los estados, o comparando los municipios con el comportamiento estatal, de ahí la importancia del estudio que se presenta.

METODOLOGÍA

El trabajo de campo se realizó en los meses de junio y julio del 2012. La metodología empleada, en lo fundamental, encuesta, estructura de base de datos en SPSS, estadísticos para el análisis, ha sido desarrollada en el marco de los estudios realizados por FAEDPYMES. (FAEDPYME. Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa. Para la definición de la muestra el tamaño de la empresa se ha definido en función del número de empleados generándose tres grupos: microempresas (de 6 a 10 trabajadores), empresas pequeñas (de 11 a 50 trabajadores) y empresas medianas (de 51 a 250 trabajadores). La distribución de la población y la muestra seleccionada se muestran en las Tablas 1 y 2. El cuestionario incluye preguntas cuantitativas y cualitativas, por lo que el tamaño de la muestra asume como criterio de calidad, generalmente aceptado, el control sobre el error máximo a priori en la estimación de la proporción de respuesta a una pregunta dicotómica (frecuencia relativa de respuesta para un ítem de una cuestión con dos posibles contestaciones). El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas. La estratificación se ha realizado considerando los 19 sectores determinados en la encuesta utilizada, realizando una agregación con los sectores más representativos (industria, construcción, comercio y servicio) y los tres tamaños anteriormente descritos. De ahí que:

Margen de error 8%

Nivel de confianza 92%

Universo “población” N = 2480 empresas

Nivel de heterogeneidad es del 44%.

El tamaño de la muestra obtenido es de $n = 113$, el cual representa un 4.56% de cobertura en la población total. La afijación final se realiza de forma proporcional al tamaño de los estratos. En la Tabla 1 puede observarse la distribución de la población y en la Tabla 2, el de la muestra. El número de empresas de la población, para los sectores y tamaños especificados, se ha obtenido de la estadística “Unidades económicas que operaron en 2011 del sector privado y paraestatal” del Censo económico 2012 elaborado por el INEGI. Todas las tablas han sido elaboradas por los autores de este trabajo por lo que no se hará ninguna especificación al respecto.

Tabla 1: Distribución de la Población de Empresas

Población	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Total
Micro De 6 Hasta 10	89	128	902	697	1816
Pequeña De 11 Hasta 50	99	119	150	162	530
Mediana De 51 Hasta 250	47	12	56	19	134
Total	235	259	1108	878	2480

Esta Tabla 1 Muestra La Distribución De La Población. La Cantidad Total Es De 2480 Empresas, Donde Un 73.22% Son Micro Empresas

La Tabla 1 muestra un total de empresas que se eleva a 2,480 de las que son microempresas un 73.22%, pequeñas empresas un 21.37% y medianas empresas un 5.4%. De esta forma el total de encuestas que fueron muestreadas se elevó a 113. La Tabla 2 muestra la composición final de la muestra. El Sector de Industria tiene el mayor número de empresas en correspondencia con su predominancia en el entramado económico de la región. Las coberturas alcanzadas en función de los agregados por grandes sectores (Industria, Construcción, Comercio y Servicios) y por tamaños (microempresas, pequeñas y medianas) se muestran en la Tabla 3.

Tabla 2: Distribución de la Muestra de Empresas

MUESTRA	INDUSTRIA	CONSTRUCCIÓN	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL
Micro de 6 hasta 10	17	0	22	17	56
Pequeña de 11 hasta 50	17	5	8	10	40
Mediana de 51 hasta 250	8	2	2	5	17
TOTAL	42	7	32	32	113

En la Tabla 2 se observa que el sector industria es el que muestra la concentración más alta con un 37.17% y la micro con un 49.55%

El procesamiento básico fue descriptivo con tablas de frecuencia y porcentajes. Se generó además un proceso estadístico por medio de tablas de contingencia para poder comprobar si impactan los factores estudiados con las comprobación de la prueba de hipótesis de Chi-cuadrado (χ^2). Las hipótesis genéricas en este caso fueron definidas en dos factores: Formación académica del director general/gerente de la empresa y Planeamiento estratégico formal; a fin de establecer o no la relación con el tamaño, la antigüedad y el sector de las empresas. Las hipótesis genéricas se muestran a continuación:

H_0 : No está relacionado el nivel de formación académica del director general/gerente de su empresa, con el tamaño, antigüedad y sector de la empresa como factor de éxito en el desarrollo estratégico de las empresas.

H_1 : Si está relacionado el nivel de formación académica del director general/gerente de su empresa, con el tamaño, antigüedad y sector de la empresa como factor de éxito en el desarrollo estratégico de las empresas.

H_0 : No está relacionada si realiza o no la empresa habitualmente planeación estratégica formal, por escrito, con el tamaño, antigüedad y sector de la empresa como factor de éxito en el desarrollo estratégico de las empresas.

H_1 : Si está relacionada si realiza o no la empresa habitualmente planeación estratégica formal, por escrito, con el tamaño, antigüedad y sector de la empresa como factor de éxito en el desarrollo estratégico de las empresas.

Se analizó finalmente el rendimiento, a partir de la percepción que tienen los empresarios respecto a su posición competitiva; y para se realizaron comparaciones estadísticas y comprobaciones de hipótesis, quedando definida la misma de la forma siguiente: H: La relación de los factores de rendimiento o desempeño en las empresas según su tamaño tienen diferencias significativas en sus medias o no. Al nivel significancia de -0.05- que fue determinado y comprobado por medio del *procesamiento de Fisher*.

H₀: Todas las medias son iguales entre la relación de los factores de rendimiento o desempeño en las empresas según su tamaño, antigüedad y sector.

H₁: Al menos una de las medias es diferente entre la relación de los factores de rendimiento o desempeño en las empresas según su tamaño, antigüedad y sector.

RESULTADOS

Caracterización De Las Empresas, Expectativas y Clima Empresarial

El control mayoritario de las empresas torreonenses es familiar con un 77.9 %. (Ver la Tabla 3). Si comparamos con el Informe de Iberoamérica en el 2011 (70.4 % es un grupo familiar), y el estudio previo en el Estado de Coahuila (76.2), se puede afirmar que los resultados en estos tres estudios son muy similares.

Tabla 3: Control Mayoritario y Constitución de las Empresas

		Frecuencia	Porcentaje
¿EL CONTROL MAYORITARIO DE SU EMPRESA ES FAMILIAR?	No	25	22.1%
	Sí	88	77.9%
	Total	113	100.0%
¿ESTÁ CONSTITUIDA SU EMPRESA COMO UNA SOCIEDAD MERCANTIL?	No	44	39.6%
	Sí	67	60.4%
	Total	111	100.0%

Esta Tabla 3 indica el Control mayoritario familiar en detrimento de otras formas de propiedad (22.1 %) y La constitución de la Empresa en forma societaria (60.4 %) manifiesta en este estudio un comportamiento diferente a los estudios anteriormente mencionados, pues en Iberoamérica el resultado fue de 82.3 %, y en Coahuila de 72.0 %.

Tanto en el citado estudio previo de las PYMES en Coahuila, como en el estudio de Iberoamérica (FAEDPYME, 2011), la edad media de los gerentes es de 45 años. En este estudio la edad media de los Gerentes es de 47 años. (Ver Tabla 4).

Del análisis de la Tabla 4, comparativamente con los otros estudios se puede señalar que el valor obtenido de Gerentes con estudios universitarios es muy similar el (62.8%) al 64.8 % que mostró el estudio realizado en el Estado en el año 2008. (Universidad Autónoma de Coahuila y FAEDPYMES, 2011) En el más reciente estudios de las PYMES en Iberoamérica este aspecto alcanza un 76.6 %. Como resultados en las pruebas de hipótesis planteadas y contrastadas, se observa que el Nivel de Formación Académica del Gerente con respecto al Tamaño de la Empresa si tiene relación como factor de Éxito en el Desarrollo Estratégico de la Empresa, pero no así con respecto a la Antigüedad de las empresas y de igual forma con respecto al Sector al visualizar que no están en los niveles de significancia de la prueba de hipótesis de la Chi-cuadrado χ^2 . (Ver Tabla 5)

Tabla 4: Edad, Sexo y Estudios del Director General / Gerente

		Frecuencia	Porcentaje
EDAD DEL DIRECTOR GENERAL / GERENTE	"<40"	34	30.1%
	"de 41 a 55"	55	48.7%
	">55"	24	21.2%
	Total	113	100.0%
EL DIRECTOR GENERAL/GERENTE ES	Hombre	95	84.1%
	Mujer	18	15.9%
	Total	113	100.0%
¿CUAL ES EL NIVEL DE FORMACIÓN ACADÉMICA DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE DE SU EMPRESA?	Estudios básicos, bachillerato, técnico	23	20.4%
	Estudios universitarios (3 o más años)	71	62.8%
	Posgrado	19	16.8%
	Total	113	100.0%

Se destaca en esta tabla 4 que el 48.7% de los gerentes tiene edad entre 41 y 45 años, por tal es evidente corroborar que el promedio del empresario o gerente es de 45 años, también se aprecia muy poca participación de las Mujeres en puestos Directivos, solo un 15.9 %, esto manifiesta la poca equidad en función del genero en las organizaciones, además se obsérvese en esta tabla que predominan los gerentes (71) con estudios universitarios con un 62.82 %, y el 16.8% el más bajo con estudios de posgrado.

Tabla 5: Nivel de Formación Académica del Gerente con el Tamaño, Antigüedad y Sector al Que Pertenece la Empresa

		¿CUAL ES EL NIVEL DE FORMACION ACADEMICA DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE DE SU EMPRESA?			Sig. Asintótica
		Estudios básicos, bachillerato, técnico	Estudios universitarios (3 o más años)	Posgrado	Chi- cuadrada (χ^2)
		Recuento	Recuento	Recuento	
Tamaño	Microempresas	16	34	6	.016**
	Pequeña	6	28	6	
	Mediana	1	9	7	
Antigüedad	Jóvenes	14	41	14	.449
	Maduras	9	30	5	
Sector	Industria	12	24	6	.134
	Construcción	0	5	2	
	Servicios	5	18	9	
	Comercio	6	24	2	

Nivel significancia de Chi-cuadrado (χ^2) (* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$ y *** $p < 0.01$). Se puede concluir del análisis de esta tabla 5 que si está relacionado el nivel de formación académica del director general/gerente de su empresa, con el tamaño de la empresa, ya que se rechaza la H_0 al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado χ^2 de (.016), pero no con la antigüedad de la empresa, ya que se rechaza la H_1 al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado χ^2 de (.449) y de igual forma con el sector de la empresa, ya que se rechaza la H_1 al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado χ^2 de (.134). Tabla realizada por el autor del artículo.

En esta Tabla 6 se hicieron categorías según las empresas que dedicaban menos del 1 por ciento de su producción a la exportación, del 2 al 50 % y más del 50 %. Obsérvese que el 9.3 % exporta más del 50 % de su producción.

Evolución del Empleo

Los datos muestrales obtenidos en la presente investigación permiten estimar la ocupación media registrada en 2011 y 2012 lo que puede servirnos, a nivel elemental, como indicador de crecimiento. No obstante, no debemos olvidar que los datos se limitan al conjunto de tamaños y sectores bajo análisis y que excluyen el efecto del empleo generado por nuevas empresas no existentes en 2011, por lo que los resultados deben ser interpretados con la debida cautela. Los resultados obtenidos al clasificar a las empresas según su tamaño (Tabla 7) señalan una tendencia creciente de la ocupación entre 2011 y 2012. No obstante, es en los grupos correspondientes a las micro y pequeñas empresas en donde este crecimiento resulta ser más homogéneo y generalizado. Las empresas micro, son las que experimentan un crecimiento "relativo" más intenso al alcanzar una tasa media anual del 14.28% y en segundo término las pequeñas empresas con un 13.0%. Las medianas, por su lado, alcanzan una tasa anual del 7.48% y se han mostrado como las menos dinámicas.

Tabla 6: Porcentaje Destinado a Mercados Internacionales del Total de sus Ventas (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	<= .01	85	75.2	79.4	79.4
	.02 - 50.01	12	10.6	11.2	90.7
	50.02 - 100.01	10	8.8	9.3	100.0
	Total	107	94.7	100.0	
Perdidos	Sistema	6	5.3		

Total La Tabla 6 muestra que la variable de Porcentaje de Ventas destinados a Mercados Internacionales tiene un comportamiento muy débil. Se puede argumentar que en el estudio de Coahuila referenciado, fue bastante similar, de 8.4 %. Sin embargo, el estudio en Iberoamérica refleja mayor grado de internacionalización, con un 38.6 % de empresas que han exportado.

Tabla 7: Clasificación de las Empresas, Según Tasas de Variación Anual en el Número de Empleados

		PROMEDIO DE	PROMEDIO DE	Tasa de
		EMPLEADOS EN 2011	EMPLEADOS EN 2012	Variación Anual
		Media	Media	
Tamaño	Microempresas	7	8	14.28%
	Pequeña	23	26	13.04%
	Mediana	147	158	7.48%
Antigüedad	Jóvenes (≤ 10 años)	35	36	2.85%
	Maduras (>10 años)	32	39	21.87%
Sector	Industria	39	48	23.07%
	Construcción	36	34	-5.55%
	Servicios	41	39	-4.87%
	Comercio	19	22	15.79%

En esta tabla 7 se muestra que el estudio del crecimiento del empleo por sectores manifiesta unos resultados muy dispares. Sin embargo en lo referido a la antigüedad de las empresas es similar, mostrándose gran disparidad también en el análisis por tamaño. Este resultado difiere del análisis anterior para el Estado de Coahuila, donde se encontró que las empresas jóvenes y pequeñas tenían mayor mayor dinamismo en la capacidad de generación de nuevo empleo para el periodo 2005-2007.

Así, en la Tabla 7 también se observa que se obtienen resultados significativos (lo que supone atribuir con carácter general la tendencia de crecimiento a todo el giro) para el caso de “Comercio”, que presenta una tasa de crecimiento del 15.79%, “Industria” 23.07%, pero hay dos sectores que tienen decrecimiento, el de “Construcción” con (-5.55%) y “Servicios” con (-4.87%). Finalmente, resaltar el crecimiento de empleados en el sector “Industria” (aunque la amplia dispersión dentro del giro no permite afirmar que este haya sido el comportamiento generalizado de esta actividad).

Un aspecto importante a considerar, que puede matizar lo indicado en relación con el crecimiento del empleo es la cuestión relativa al porcentaje de trabajadores temporales. Puede haber una tendencia a incrementar la temporalidad en el empleo como mecanismo de adaptación tanto a la estacionalidad de la demanda como a las exigentes y cambiantes condiciones competitivas que, en la casi totalidad de las economías, se han exacerbado como consecuencia de la globalización de los mercados.

Ello hace que las empresas sean cada vez más propensas a contar con trabajadores temporales en su plantilla, lo que les facilita un rápido ajuste a la demanda y un control más eficientes de los costes de personal. Evidentemente, un recurso excesivo a la temporalidad también conlleva el peligro de una inadecuada gestión del capital humano de la empresa: falta de formación, insatisfacción del trabajador y escasa identificación de los empleados con los objetivos de la empresa.

Percepción del Clima y el Entorno Empresarial

Es importante establecer la distribución de las empresas en función con el sector, además de observar la percepción del clima empresarial (Tabla 8), el cual nos permite medir la confianza y expectativas actuales del empresario en su entorno económico y generar un comparativo de en base al año 2012 referenciado del 2011, considerando una expectativa de mejoría, igualdad de circunstancias o de peor situación.

Tabla 8: Clima Empresarial y el Comparativo del Entorno 2011 - 2012 en las Empresas

ENTORNO GENERAL EN QUE SE DESENVUELVE SU EMPRESA EN 2011 COMPARADO CON 2010				
	Mejor Recuento	Igual Recuento	Peor Recuento	Total Recuento
SITUACIÓN ACTUAL DEL CLIMA0	1	0	0	1
EMPRESARIAL 2	0	0	1	1
3	0	0	3	3
4	0	0	1	1
5	1	3	3	7
6	3	3	4	10
7	3	8	5	16
8	21*	19	5	45
9	7	6	1	14
10	11	4	0	15
TOTAL	47	43	23	113

Esta Tabla 8 de contingencia de entorno general y situación actual en las empresas muestra una buena valoración del clima empresarial y una clara tendencia a percibir mejoría o que se mantiene igual el entorno con respecto al 2011, ya que se observa que en la coordenada mejor con calificación de 8 se tienen 21* gerentes que opinan que es esta la mejor combinación sobre el clima empresarial. Esta variable no se analizó en el estudio previo en Coahuila, y en el Informe de Iberoamérica del 2011, el 51,1 % de las empresas consideran que el clima y el entorno han mejorado con respecto al 2010. Los resultados son por tanto coincidentes en ambos contextos.

Para el análisis de los factores de la competitividad se muestran las (tablas 9). En ella se realizó transformación de la escala de Lickert de (5 valores a dos), descartando el valor central del proceso por considerar que no aportaba elementos sustanciales al análisis que pretendemos realizar, por tal se agrupan en (1 y 2 = 1 “total desacuerdo”), el 3= No se considera y del (4 y 5 = 2 “total acuerdo). Los factores de competitividad son: (Es fácil que entren nuevas empresas, existe una elevada competencia entre las empresas del sector, los clientes tienen más poder en la negociación que las empresas de su sector, los proveedores tienen más poder en la negociación que las empresas de su sector y existe facilidad para crear productos sustitutivos a los fabricados por su sector). Por tal en la tabla 9 se puede inferir que la facilidad para que entren otras empresas es un factor a considerar en la existencia de esta rivalidad.

Tabla 9: Grado de Acuerdo en las Empresas con Respecto a su Sector

		Frecuencia	Porcentaje
<u>Fácil</u>	Total desacuerdo	32	43.8%
	Total acuerdo	41	56.2%
<u>Existe</u>	Total desacuerdo	11	12.2%
	Total acuerdo	79	87.8%
<u>Clientes</u>	Total desacuerdo	33	40.7%
	Total acuerdo	48	59.3%
<u>Proveedores</u>	Total desacuerdo	44	53.0%
	Total acuerdo	39	47.0%
<u>Facilidad</u>	Total desacuerdo	41	50.6%
	Total acuerdo	40	49.4%

Obsérvese que en esta tabla 9 el 64.6 % tiene opinión de acuerdo o desacuerdo con respecto a la facilidad para que entren nuevas empresas, y que el 56.2 % perciben éste como un aspecto que incrementa la competitividad y rivalidad entre las empresas, también en esta tabla se observa que el 87.8 % de los empresarios encuestados están de acuerdo o absolutamente de acuerdo en que existe una elevada competencia entre las empresas del sector, además el 59.3 % perciben como otro factor que afecta la competitividad empresarial es el Poder de negociación de los Clientes, así mismo se le confiere menor grado de importancia (ya que el 53 % está en desacuerdo) a que el Poder de Negociación de los proveedores afecte la rivalidad entre las Empresas del Sector y por último observamos que son muy similares las respuestas en cuanto al acuerdo o desacuerdo referente a la facilidad para crear productos sustitutivos.

Del análisis de la Tabla 9 se puede concluir que existe una elevada percepción acerca de que la intensidad de la competencia en el sector es fuerte, y que el factor que más influye es el Poder de negociación de los clientes. Este análisis no se hizo de esta manera en el Informe anterior del Estado por lo que no se pudo comparar. Con respecto al Informe de Iberoamérica el análisis difiere, pues en éste se consideró que el factor de mayor competitividad es la rivalidad entre competidores. Estrategia y Organización.

El Planeamiento Estratégico

El proceso de planeamiento estratégico implica la realización de una serie de actividades formalizadas por parte de las empresas, encaminadas a identificar objetivos y metas, a analizar el ambiente externo y los recursos internos, para así conseguir identificar oportunidades y amenazas del entorno y determinar fortalezas y debilidades de la organización. Este proceso permitirá a la empresa formular estrategias adecuadas a sus objetivos, teniendo en cuenta la situación interna y externa. Se preguntó a las MPyme de la ciudad de Torreón, si realizaban dicho proceso formal de planeamiento estratégico y, en caso afirmativo, si éste se efectuaba según un horizonte de corto o de largo plazo. En este sentido, la Tabla 13 muestra que el 67.25% de las empresas realizan planeación formal; de ellas, prácticamente dos tercios (78.66%) la realizan a un año, es decir, a corto plazo.

Tabla 10: Planeamiento Estratégico Formal y su Horizonte Temporal (%)

		Frecuencia	Porcentaje
REALIZA SU EMPRESA HABITUALMENTE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FORMAL, POR ESCRITO	No	37	32.74%
	Sí	76	67.25%
	Total	113	100%
¿A QUÉ TIEMPO LA REALIZA?	1 año	59	78.66%
	más de 1 año	16	21.33%
	Total	75	100.0%

En esta tabla 10 se muestra que el 67.25% de la empresas realizan planeación formal, de ellas, prácticamente dos tercios el 78.66% la realizan a un año, es decir, a corto plazo

El porcentaje obtenido en este estudio sobrepasa en algunos puntos el porcentaje obtenido en el estudio de Iberoamérica (61.4 %) y a su vez se muestra muy por encima del resultado obtenido en el estudio previo en el Estado de Coahuila (35.8 %). ¿Será que los Gerentes en Torreón son más conscientes de los beneficios de esta práctica en la gestión empresarial? Aspecto para investigar con más profundidad. En cuanto a la planificación a corto plazo (1 año) el comportamiento es muy similar al de Iberoamérica en el 2011 que se muestra en un 78.5 %, y algunos puntos por encima del estudio en el Estado que reflejó un 66.5 %.

Tabla 11: Tabla de Contingencia: Planeación Estratégica Formal Según el Tamaño, Antigüedad y Sector al que Pertenece la Empresa

		¿REALIZA SU EMPRESA HABITUALMENTE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA FORMAL, POR ESCRITO?		Sig. asintótica
		No	Sí	Chi-cuadrada (χ ²)
		Recuento	Recuento	
Tamaño	Microempresas	24	32	.066*
	Pequeña	10	30	
	Mediana	3	14	
Antigüedad	Jovenes	15	54	.002***
	Maduras	22	22	
Sector	Industria	17	25	.399
	Construcción	2	5	
	Servicios Comercio	11	21	
		7	25	

*Nivel significancia de Chi-cuadrado (χ²) (*p <0.10, **p <0.05 y *** p<0.01) En esta tabla 11 se manifiesta que hay más porcentaje que realizan planeación a los que no, en función del Tamaño, Antigüedad y Sector (67.25% c/u) y*

En la tabla 11 se manifiesta que si hay relación con respecto a que realiza o no la empresa habitualmente planeación estratégica formal, por escrito, en función con el tamaño de la empresa como factor de Éxito en el Desarrollo Estratégico de las Empresas, ya que se rechaza la H₀ al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado (χ²) de (.066) cuando *p< 0.10. También se observar que si hay relación con respecto a la Antigüedad, ya que se rechaza la H₀ al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado (χ²) de (.002) cuando ***p< 0.01 y en función con el Sector se rechaza la H₁ al tener el nivel significancia de Chi-cuadrado (χ²) de (.399) cuando p > 0.10.

Alianzas o Acuerdos de Cooperación

El mayor porcentaje de alianzas o acuerdos de cooperación se ha detectado en lo concerniente a Compras y Abastecimientos (52.2%). La cooperación se mantiene en porcentajes relativamente bajos tanto con Universidades como con entidades gubernamentales y ONG'S.

Tabla 12: Alianzas o Acuerdos con Otras Empresas de Cooperación

		Frecuencia	Porcentaje
COMERCIALIZAR PRODUCTOS	No	60	53.1%
	Si	53	46.9%
COMPRAS Y ABASTECIMIENTOS	No	54	47.8%
	Si	59	52.2%
LOGISTICA	No	70	61.9%
	Si	43	38.1%
ACTIVIDADES I+D	No	84	74.3%
	Si	29	25.7%
PRODUCCIÓN	No	75	68.2%
	Si	35	31.8%

En esta tabla 12 se manifiesta que el tipo de acuerdo o alianzas en cooperación con diferentes empresas predomina el de compras y abastecimientos con un 52.2 % de los encuestados.

Tecnologías E Innovación

La posición tecnológica es mostrada en la Tabla 13. Lo más frecuente en las empresas de la ciudad de Torreón; Coahuila es del Tipo B (que adquieren su tecnología) con un 36.0% y Tipo C (Realizan pocas inversiones) con un 38.7% de las empresas encuestadas, del Tipo D (declaran que la competencia tiene mejor tecnología que la de ellos) con un 12.6% y los del Tipo A (ellos desarrollan internamente su propia tecnología) con un 12.6% de las empresas.

Desde la perspectiva del tamaño y sector, se observa que las empresas micro y pequeñas en la industria son las mejor posicionadas puesto que casi el ochenta por ciento aseguran encontrarse en una situación fuerte o buena en la tecnología con un 40.47% cada una. En nuestra opinión es más destacable el caso de las microempresas en el comercio puesto que más de la mitad el 66.66% y en servicios el 53.12% se localizan en el mismo grupo.

Se destaca en esta tabla 13 que se refiere al análisis por sectores, destacan como los que aseguran tener una posición tecnológica fuerte o buena en porcentajes superiores a la media del conjunto de empresas, la Industria 37.83%, Servicios 28.82%, Comercio 27.02% y la Construcción 6.30% muy por debajo de los tres sectores que repuntan en el proceso de investigación del las empresas encuestadas.

Tecnología de la Información y la Comunicación

A continuación se muestra la frecuencia obtenida de esta variable dicotómica que evalúa el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS). (Tabla 21).

Es muy importante en esta tabla 14 en orden decreciente del porcentaje de uso de estas tecnologías le sigue Banca electrónica con un 82.1 %, trámite de impuestos con un 69.9 %, compras y/o ventas electrónicas con un 67 %.Este análisis no permite determinar el impacto del uso de las TICS en el desempeño organizacional, razón que motiva otros estudios.

Indicadores de Rendimiento

Del análisis de la Tabla 15 se concluye que se rechaza la H_0 en este factor que las medias entre éste y el tamaño de las empresas son iguales, las medianas se destacan con su diferencia de medias con mayor promedio. Esto implica que el resto de los factores de rendimiento o desempeño si tiene medias iguales

(aunque tienen promedios altos de aceptabilidad estos factores ante este proceso de análisis de medias no son significativas entre la antigüedad de las empresas), por ende se rechaza la H₁. Se hicieron otros análisis de contraste de medias atendiendo a la antigüedad y sector de las empresas en Torreón y se concluyó que el empresario de las MPYMES en Torreón tiene una forma muy parecida de valorar los factores del rendimiento o desempeño en sus empresas en función de sus competidores.

Tabla 13: Posición Tecnológica en las Empresas y su Impacto con el Tamaño y Sector

			Frecuencia	Porcentaje				
LA TECNOLOGÍA DE SU EMPRESA SE PUEDE CONSIDERAR:			Tipo A	14	12.6%			
			Tipo B	40	36.0%			
			Tipo C	43	38.7%			
			Tipo D	14	12.6%			
			Sectores					
Tamaño				Industria Recuento	Construcción Recuento	Servicios Recuento	Comercio Recuento	
Micro	LA TECNOLOGÍA DE SU EMPRESA SE PUEDE CONSIDERAR:	Tipo A		1	0	1	1	1
		Tipo B		8	0	5	4	4
		Tipo C		7	0	9	8	8
		Tipo D		1	0	2	7	7
Pequeña	LA TECNOLOGÍA DE SU EMPRESA SE PUEDE CONSIDERAR:	Tipo A		5	0	0	0	0
		Tipo B		5	2	6	4	4
		Tipo C		4	3	3	4	4
		Tipo D		3	0	1	0	0
Mediana	LA TECNOLOGÍA DE SU EMPRESA SE PUEDE CONSIDERAR:	Tipo A		3	2	1	0	0
		Tipo B		3	0	1	2	2
		Tipo C		2	0	3	0	0
		Tipo D		0	0	0	0	0

En la tabla 13 la mayoría de las PYMES analizadas corresponden al Tipo B o C, no generan su propia tecnología, además de mostrar las frecuencias del impacto de la tecnología en los diferentes tipos (A, B, C y D) por sectores y tamaño de la empresa.

Tabla 14: Uso de las TICS

		Frecuencia	Porcentaje
Correo Electrónico (E-Mail)	No	5	4.5%
	Sí	107	95.5%
Página Web	No	56	50.5%
	Sí	55	49.5%
¿Realiza Compras Y/O Ventas Electrónicas Usando Internet?	No	37	33.0%
	Sí	75	67.0%
¿Utiliza Banca Electrónica?	No	20	17.9%
	Sí	92	82.1%
¿Realiza Mercadotecnia Usando Internet?	No	59	53.2%
	Sí	52	46.8%
¿Tiene Intranet Corporativa?	No	73	65.2%
	Sí	39	34.8%
¿Utiliza Redes Sociales?	No	49	43.8%
	Sí	63	56.3%
¿Tramita Impuestos A Través De La Red?	No	34	30.1%
	Sí	79	69.9%

Se observa en esta tabla 14 que el mayor uso está en el correo electrónico con un 95.5 %

CONCLUSIONES

Caracterización de las Empresas, Expectativas y Clima Empresarial: El control mayoritario de las empresas es familiar con un 77.9 %, y el 60.4 % están constituidas en forma societaria. Edad del gerente, mayor porcentaje 48.7 %, edad media de 47 años. Son hombres el 84.1% de los gerentes y 62.8 % tiene estudios universitarios. Nunca han exportado el 79.4. El comportamiento de estas variables es similar a los estudios previos realizados en el Estado de Coahuila y en Iberoamérica. Diferencias en la exportación, un mayor porcentaje en el estudio iberoamericano. Las empresas torreónenses tienen mucho por hacer en pos de la internacionalización. Se relacionó el Nivel de Formación del Gerente de las Empresas con el tamaño de las empresas la antigüedad y el sector, Nivel significancia de Chi-cuadrado (χ^2) (* p < 0.05 y ** p < 0.10). Existe relación con el Tamaño, pero no con la antigüedad ni el sector en el que se desempeñan.

Tabla 15: Indicadores de Rendimiento en Relación con el Tamaño de la Empresa

Factores vs Tamaño	N	Media	Micro	Pequeña	Mediana	ANOVA
						"F" Sig.
Ofrece productos de mayor calidad.	113	4.42	4.36	4.40	4.65	.442
Dispone de procesos internos más eficientes.**	112	4.04	3.88	4.00	4.65	.015**
Cuenta con clientes más satisfechos.	113	4.46	4.48	4.38	4.59	.608
Se adapta antes a los cambios en el mercado.	112	3.99	3.85	4.05	4.29	.258
Está creciendo más.	113	3.84	3.70	3.93	4.12	.401
Es más rentable.	112	3.81	3.73	3.80	4.12	.481
Tiene empleados más satisfechos/motivados.	113	3.93	4.00	3.83	3.94	.750
Tiene un menor absentismo laboral.	112	4.01	4.02	3.90	4.24	.580
N válido (según lista)	110					

Nivel significancia (* $p < 0.10$, ** $p < 0.05$ y *** $p < 0.01$). Se puede observar en la tabla 22 que el factor que tiene diferencia entre sus medias, es decir al menos una de sus medias es diferente a las demás, es el factor de que la empresa dispone de procesos internos más eficientes con una significancia estadística de (0.015).

Estrategia y Organización: Sobre la evolución del empleo, según el tamaño de las empresas hay tendencia creciente de la ocupación entre 2011 y 2012. En las micro y pequeñas empresas es más homogéneo y generalizado. Las micro tienen un crecimiento "relativo" más intenso (tasa media anual 14.28%). El crecimiento del empleo por sectores muestra resultados muy dispares, ya que crecieron el Comercio y la Industria y decrecieron la Construcción y los Servicios. El clima empresarial se percibe igual o en mejoría con respecto al 2011. Se percibe alta competitividad. Los factores que se perciben como más decisivos: Facilidad para que entren nuevas empresas y Poder de Negociación de los Clientes. Influyen menos: Poder de Negociación de los proveedores y Facilidad para crear productos sustitutos. La Planeación Estratégica muestra un mejor comportamiento en este estudio que el realizado hace 5 años para el Estado de Coahuila (prácticamente lo duplica) y también supera el resultado obtenido en el estudio más reciente para Iberoamérica. Valdría la pena profundizar en futuras investigaciones sobre este aspecto. La planeación a corto plazo es similar a los otros estudios. Se generó un proceso estadístico por medio de tablas de contingencia para poder comprobar si impactan en su relación los factores estudiados con la comprobación de la prueba de hipótesis, Nivel significancia de Chi-cuadrado (χ^2) (* $p < 0.05$ y ** $p < 0.10$). Se demuestra relación entre la planificación estratégica formal con el tamaño de la empresa y la antigüedad, pero no con el sector.

Tecnología E Innovación: Predomina el Tipo B (que adquieren su tecnología), seguido del Tipo C (Realizan pocas inversiones). Un 38.7% de las empresas son del tipo D (declaran que la competencia tiene mejor tecnología que la de ellos). Solo un 12.6% son del Tipo (ellos desarrollan internamente su propia tecnología). En el análisis por sectores la Industria destaca con un 37.83 % al asegurar que tienen una posición tecnológica fuerte. En cuanto al uso de las TICS se observan en general altos porcentajes, destaca el correo y la Banca electrónicas, la compra y venta por Internet, el trámite de impuestos. Ciertas pruebas estadísticas que hicimos durante la investigación nos sugieren que no necesariamente un alto uso de estas tecnologías demuestran mejoras en el desempeño empresarial pero no fueron incluidas en este resultado porque merecen análisis y argumentos más profundos desde la teoría y la fundamentación estadística. Este constituye un interesante espacio de investigación para trabajos que desarrollaremos en el futuro inmediato.

Indicadores de Rendimiento: La información contable es alterada por diferentes motivos. Estos estudios utilizan la percepción de los empresarios en relación con su posición competitiva. Pruebas de hipótesis comprobaron que los empresarios no tienen diferencias significativas en la forma en que los empresarios valoran su desempeño con respecto a los competidores. Solo el factor de que la empresa dispone de procesos internos más eficientes tuvo diferencias entre sus medias, con una significancia estadística de (0.015). Por límites de espacio en esta ponencia no se incluyeron otros análisis de la perspectiva económico-financiera que serán presentadas en otras contribuciones.

ANEXOS

Anexo 1: Tabla de Operacionalización de las Variables Generadas con en el Instrumento de Investigación

Pregunta	Bloque	Código de la Variable	Nombre de la Variable	Definición y Cuando Aplique	Cómo Se Estima o Calcula	Escala de la Variable
1	(I) Datos Generales	P1	Actividad	Esta variable determina la actividad principal de la empresa, la pregunta es abierta en la cual se pide que se describa brevemente dicha actividad.		Es nominal y cualitativa.
2	(I) Datos Generales	P2-V(1-19)	Sector	Esta variable nos permite ubicar a la empresa en el sector en el cual está participando (industria, construcción, comercio o servicio)		Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 2) por medio de un análisis de distribución estadística con la variable número de empleados, además en la (tabla 5) con un contraste de hipótesis por medio de la prueba de Chi-cuadrada (χ^2) y en una distribución de medias en la (tabla 7).
3	(I) Datos Generales	P3-V(1-3)	Número de empleados	Esta variable nos permite valorar si la empresa es micro (de 6 hasta 10 trabajadores), pequeña (de 11 hasta 50 trabajadores) y la mediana (de 51 hasta 250 trabajadores)		Es de escala o de razón y es cuantitativa, se estudia en la (tabla 5) por medio de distribución estadística con la variable sector. También esta variable se estudia en una tabla de contingencia donde se analiza una distribución de medias con respecto al tamaño de la empresa (tabla 7), también en la (tabla 13) y en la (tabla 15) con una ANOVA.
4	(I) Datos Generales	P4-V(1-4)	Antigüedad de la Empresa	La variable menciona los años que lleva funcionando la empresa se cuestiona en cuatro variables (menores de 1 año, entre 1 y 4, entre 5 y 9 y más de 10), posteriormente en el procesamiento se fusionan las tres primeras variable en "empresas jóvenes" y la última en "empresas maduras", es decir su tiempo de vida, dicho criterio fue propuesto por FAEDPYME.		Es ordinal y es cuantitativa, se estudia en la (tabla 5) por medio de un análisis estadístico descriptivo y con un contraste de hipótesis por medio de la prueba de Chi-cuadrada (χ^2) y en una distribución de medias en la (tabla 7).
5	(I) Datos Generales	P5-V(1-2)	Tipo de empresa familiar o no familiar	La variable de control mayoritario de la empresa, permite distinguir el sustento en la organización, siempre y cuando se tenga más del 50% del capital el grupo familiar y con ello clasificamos a las empresas en familiares o no.		Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 3) por medio de un estadístico descriptivo.
6	(I) Datos Generales	P6-V(1-2)	Constitución de la empresa	Esta variable indica si la empresa está constituida en forma de sociedad mercantil o no.		Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 3) por medio de un estadístico descriptivo.
7	(I) Datos Generales	P7-V(1-3)	Edad del Director General	Con esta variable se da a conocer la edad del gerente general o del director, tiene tres variables a seleccionar (menor de 40 años, entre 41 y 55 mayor de 55)		Es ordinal y es cuantitativa, se estudia en la (tabla 4) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
8	(I) Datos Generales	P8-V(1-2)	Género	Por medio de esta variable se describe el género de la persona que está como gerente en la organización.		Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 4) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
9	(I) Datos Generales	P9-V	Antigüedad de Gerente en la Empresa	Esta variable determina los años que tiene el encuestado en la gerencia de la empresa.		Es de escala o de razón y es cuantitativa.

				<p>La variable formación, permite saber el grado académico del director o gerente de la empresa son tres ("estudios básicos, bachillerato, técnico", "Estudios Universitarios (3 o más años)" y "Posgrado".</p>	<p>Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 4) por medio de un análisis estadístico descriptivo. También esta variable se contrasta con tres de las hipótesis por medio de la prueba de Chi-cuadrada (χ^2), es decir, el nivel de Formación Académica del Gerente con el Tamaño de la Empresa (micro, pequeña y mediana), con respecto a la Antigüedad y con el sector en la (tabla 5).</p>
10	(I) Datos Generales	P10- V(1-3)	Formación del Director	<p>Esta variable arroja la expectativa de las ventas que tiene la empresa para el año 2012 y el 2013, las alternativas son (aumento, igual o disminución) en las ventas para estos años.</p>	<p>Es nominal y cualitativa.</p>
11	(I) Datos Generales	P11- V(1-6)	Ventas	<p>Esta variable indica el porcentaje de ventas de la empresa en los mercados internacionales en función de las ventas totales de la organización.</p>	<p>Es de escala o de razón y es cuantitativa, se estudia en la (tabla 6) por medio de un análisis estadístico descriptivo.</p>
12	(I) Datos Generales	P12-V	Ventas Internacionales	<p>Esta variable mide la confianza y las expectativas del empresario en su entorno económico en función de la situación actual y es valorada del 0 al 10.</p>	<p>Es nominal y cuantitativa, se estudia en la (tabla 8) por medio de un análisis estadístico en una tabla de contingencia con respecto a la comparación del clima empresarial en el 2011 y 2012.</p>
13	(II) Percepción del Clima y Entorno Empresarial	P13-V	Clima Empresarial	<p>Esta variable permite que el gerente compare el clima empresarial del actual 2012 con respecto al 2011 en un entorno general donde se desenvuelve la organización.</p>	<p>Es nominal y cuantitativa, se estudia en la (tabla 8) por medio de un análisis estadístico en una tabla de contingencia con respecto a la valoración del clima empresarial.</p>
14	(II) Percepción del Clima y Entorno Empresarial	P14- V(1-3)	Comparación del Clima Empresarial	<p>En función del sector de la empresa, el gerente indica el grado de aceptación de cinco variables en una escala de Liker del 1 al 5, las cuales son (Ingreso de nuevas empresas, elevada competencia, los clientes y su poder, los proveedores y su negociación y la facilidad de sustituir nuevos productos).</p>	<p>Es nominal y cualitativa, se estudian las 5 variables de este indicador de la (tabla 9) por medio de un análisis estadístico descriptivo.</p>
15	(II) Percepción del Clima y Entorno Empresarial	P15- V(1-5)	Acuerdos	<p>Esta variable da a conocer si la empresa realiza procesos formales de planeación estratégica y si lo hace a que tiempo lo realiza (1 año o más de 1 año)</p>	<p>Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 10) por medio de un análisis estadístico descriptivo. También se tiene una tabla de contingencia con respecto al Tamaño, Antigüedad y Sector en la (tabla 11), la cual permite observar el comportamiento de estas, además de contrastar estas mismas variables en tres hipótesis por medio de la prueba de Chi-cuadrada (χ^2) en la (tabla 11)</p>
16	(III) Estrategia y Organización	P16- V(1-4)	Planeación Estratégica	<p>Esta variable indica si la empresa en los últimos 2 años, ha establecido alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas en función de (comercializar productos, compras y abastecimiento, logística "transporte, almacenes, ..", actividades de I&D o de producción), se valora dicotómicamente "si o no".</p>	<p>Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 12) por medio de un análisis estadístico descriptivo con las 5 variables de este indicador.</p>
17	(III) Estrategia y Organización	P17- V(1-5)	Alianzas o Acuerdos		

18	(III) Estrategia y Organización	P18-V(1-3)	Cooperación	Esta variable indica si la empresa en los últimos 2 años, ha realizado cooperación con (Universidades, ONG's o Entidades Gubernamentales), se valora dicotómicamente "si o no".	Es nominal y cualitativa.
19	(III) Estrategia y Organización	P19-V(1-6)	Estructura de la Empresa	Esta variable determina la existencia de departamentos formales en la organización (Comercialización y Ventas, Recursos Humanos, I&D, Operaciones y Compras, Contabilidad y Finanzas, Calidad), se valora dicotómicamente "si o no". Esta variable arroja lo que ocurre en la empresa en cuanto a la tecnología, se valora en cuatro tipos (A) que ellos desarrollan su propia tecnología, tipo (B) que ellos la adquieren, tipo (C) utilizan la misma pero invierten en algunas y el tipo (D) manifiestan que su competidores tienen tecnología más eficiente que ellos.	Es nominal y cualitativa. Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 13) por medio de un análisis estadístico descriptivo y también en una tabla de contingencia con capa "tres variables", la cual nos permite observar la distribución de esta variable con respecto al sector y el tamaño de la empresa (micro, pequeña y mediana) en la (tabla 13).
20	(IV) Tecnología, Calidad, Innovación y TIC	P20-V(1-4)	Tecnología	Esta variable manifiesta si la empresa dispone de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalentes o si están en proceso de certificación, se valora el "si" con la norma y organismo y con el "no" si está en proceso o no lo está.	Es nominal y cualitativa.
21	(IV) Tecnología, Calidad, Innovación y TIC	P21-V(1-3)	Certificación	Esta variable indica si en los últimos 2 años la empresa ha realizado innovación, se generan tres componentes ("productos y servicios", "procesos" y "sistemas de gestión") con siete variables entre ellos.	Es nominal y cualitativa.
22	(IV) Tecnología, Calidad, Innovación y TIC	P22-V(1-7)	Innovación	Esta variable indica si la empresa dispone de infraestructura o si realiza prácticas con (e-mail, P Web, Ventas electrónicas usando internet, banca electrónica, mercadeo por internet, si tiene internet corporativo, redes sociales y si tramita impuesto a través de la Web), se valora dicotómicamente "si o no".	Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 14) por medio de un análisis estadístico descriptivo.
23	(IV) Tecnología, Calidad, Innovación y TIC	P23-V(1-8)	Infraestructura	Esta variable determina el rendimiento o desempeño de la empresa en función de 8 variables, las cuales son (ofrece productos de mayor calidad, si tiene procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, está creciendo más, es más rentable, si tiene empleados más satisfechos o motivados y si tiene menos absentismo laboral), se valoran con una escala de Liker del 1 al 5. (total desacuerdo 1, hasta total acuerdo 5).	Es nominal y cualitativa, se estudia en la (tabla 15) por medio de un contraste de significancia ANOVA, el cual permite trabajar con las hipótesis al determinar diferencia de las medias de estas variables en función del Tamaño de la empresa (micro, pequeña y mediana) con la prueba (F) de Fisher.
24	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P24-V(1-8)	Rendimiento o Desempeño	Con esta variable se busca obtener el grado de utilización de seis diferentes fuentes financieras por parte de la organización, las cuales son (Aportación de accionistas, reinversión de utilidades, financiamiento bancario con plazo menos a un año, financiamiento bancario con plazo mayor de un año, arrendamiento financiero y crédito de proveedores), se valoran con una escala de Liker del 1 al 5, (nunca 1 - siempre 5).	Es nominal y cualitativa.
25	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P25-V(1-6)	Inversión		

26	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P26- V(1-2)	Financiación	Esta variable permite saber si la organización usa o ha usado en los últimos años apoyos de financiación por parte del gobierno, se valora dicotómicamente "si o no".	Es nominal y cualitativa.
27	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P27- V(1-8)	Crédito	Esta variable da a conocer si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en los últimos tres meses, se valora con una tricotomía "si", "no" por que la empresa no lo necesita y "no" por que a pesar de necesitarlo no se conseguiría. Cuando el empresario contesta "si" se tendrá que seleccionar una de las opciones (son las mismas condiciones anteriores, se han endurecido las condiciones, no le han concedido la financiación, si le han dado pero se rechaza por estar endurecidas en exceso las condiciones y la de está en trámite).	Es nominal y cualitativa.
28	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P28- V(1-6)	Evolución	Esta variable determina la evolución de la empresa en el 2012 en función de (el volumen de financiación, los gastos y comisiones, las garantías y avales para la financiación, el coste de la financiación, el tiempo y respuesta de la solicitud de financiamiento y el plazo exigido de la devolución en la financiación), se valora con una tricotomía de "aumentó", "igual" o "disminuyó".	Es nominal y cualitativa.
29	(V) Aspectos Contables, Financieros y de Rendimiento	P29- V(1-6)	Sistemas de Control	Esta variable informa si la empresa usa sistemas de control internos formales, dentro de los cuales están (Sistemas de información gerenciales -ERP- cuadro de mando, implantación de contabilidad de costes, control presupuestario, análisis económico-financiero, auditoría interna o la implementación de control de calidad), se valoran con una escala de Likert del 1 al 5, (poco uso 1 - mucho uso 5).	Es nominal y cualitativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa del Estado de Veracruz. (s.f.).

Recuperado el 12 de febrero de 2013, de

http://www.gaedpyme.upct.es/documentos/Analisis_Estrategico_Pymes_Veracruz.pdf

Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo de las PyMES del Estado de Veracruz. Recuperado el 2012 de junio de 30, de Contaduría y Administración. No. 216. Mayo-Agosto.: [http://www.faedpyme.upct.es/documentos/fatores_explicativos_del_exito.pdf\(s.f.\)](http://www.faedpyme.upct.es/documentos/fatores_explicativos_del_exito.pdf(s.f.)).

FAEDPYME. (2011). *Análisis estratégico para el desarrollo de la MPYME en Iberoamérica.*

Recuperado el 2013 de Enero de 2013, de

http://www.gaedpyme.upct.es/documentos/Faedpyme_iberamerica.pdf

Gómez Martínez, A., & López Mejía, M. R. (2011). *Importancia de los factores competitivos en el rendimiento de la PYME industrial de Puebla: Una aproximación empírica.* Recuperado el 2 de febrero de 2013, de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/antiores/xvi/docs/1N.pdf>

González Cano, M., Hernández González, J. A., Jiménez Alvarado, M., & Parra Escorza, R. (s.f.). *Comparativo de las estrategias contables y financieras de las PYMES estatales de Aguascalientes,*

Coahuila, Durango, Hidalgo y San Luis Potosí. Recuperado el 11 de febrero de 2013, de http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_GestEmp/marg_cano/1.pdf

Rubio Bañón, A., & Aragón Sánchez, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico de la pyme. Recuperado el 23 de junio de 2012, de Cuadernos de Gestión. Vol. 2. No. 1. : <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/213.pdf> Universidad Autónoma de Coahuila y FAEDPYMES. (2011). Análisis estratégico para el desarrollo de las MPyMES en Coahuila. México: Gasca.

BIOGRAFÍAS

Manuel Medina Elizondo. Mexicano. Maestro en Ciencias por la UAdeC Unidad Torreón. Ph.D. por Universidad de Newport, Dr. en Ciencias Administrativas por la UNAM. Maestro Titular en la FCA de la UAdeC Unidad Torreón de 1970 a la fecha, Director de la FCA en el período 1990-1996, Coordinador de la Unidad Torreón, de la UAdeC, 1996-2002. Actualmente, Coordinador de Estudios de Posgrado e Investigación de la FCA. Unidad Torreón. Es Presidente de la Delegación de México y Miembro de Honor del Consejo Superior Europeo de Doctores y Doctores Honoris Causa. Torreón. Dirección institucional: FCA-UAdeC-Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: drmanuelmedina@yahoo.com.mx

Sandra López Chavarría. Mexicana. Lic. en Administración de Empresas, Maestra en Administración y Alta Dirección. Doctora en Administración y Alta Dirección en el 2010. Fue Directora de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA) de la Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC), Unidad Torreón (UT). Presidenta de la Fundación Colosio en Torreón, y Directora de Promoción Cultural en FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Candidato a Investigador en el Sistema Nacional de Investigadores. Dirección institucional: FCA-UAdeC-Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000.. E-mail: sandylopez5@hotmail.com

Liliana Angélica Guerrero Ramos. Cubana, Lic. en Información Científica. Maestra por la Cátedra UNESCO en Gestión de Información. Dra. En Ciencias de la Información. Coordinadora de programas de Maestría en Administración de Empresas e Informática Empresarial del 2004 al 2006. Profesor invitado en Universidades de Ecuador, Bolivia y México. Del 2006 al 2007 Profesor Invitado en el Tec de Monterrey. Desde el 2007 es Catedrática Investigadora de la UAdeC. Dirección institucional: FCA-UAdeC-Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: lilianaguerrero7@gmail.com

Francisco Canibe Cruz. Mexicano. Licenciado en Matemática Educativa, Maestro en Ciencias de la Educación y estudiante del Doctorado de Administración y Alta Dirección en la UAdeC. Su trabajo se ha desarrollado con en el campo de la enseñanza con 22 años de experiencia. Actualmente es Coordinador Académico - Administrativo en la División de Posgrado la la Facultad de Contaduría y Administración Unidad Torreón. Dirección Institucional: FCA-UAdeC, Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. E-mail: fcanibe@msn.com.

Martín Jaramillo Rosales, Mexicano, Contador Público. Maestro en Administración y Alta Dirección. Director Administrativo de la Facultad de Contaduría y Administración, Unidad Torreón. Universidad Autónoma de Coahuila. Dirección institucional: FCA-UAdeC-Unidad Torreón. Boulevard Revolución 151 Oriente. Colonia Centro CP: 27000. Torreón, Coahuila, México. Email: martinjaramillo3000@yahoo.com.mx