
Emprendedurismo en una microempresa fabricante de frituras de Cintalapa de Figueroa, Chiapas

Entrepreneurship in a micro manufacturer of fry, in Cintalapa, Figueroa, Chiapas

Recibido el 30 de Mayo de 2013, aceptado el 30 de Octubre de 2013.

No. de clasificación JEL: D22; M14; M10

Dora del Carmen Aguilar Domínguez

Universidad Autónoma de Chiapas.

Facultad de Contaduría y Administración, Campus I
aguiladomi@gmail.com

Juan Carlos Román Fuentes

Universidad Autónoma de Chiapas.

Facultad de Contaduría y Administración, Campus I
juancrf@gmail.com

Georgete Alexandra Orantes Zenteno

Universidad Autónoma de Chiapas.

Facultad de Contaduría y Administración, Campus I
georgete61@hotmail.com

Resumen

Resultado de proyecto de investigación de tipo cualitativo, descriptivo, que recurre a la entrevista semiestructurada como instrumento para recopilar información, basado en la propuesta de Alcaraz (2011), se presenta este artículo que busca responder al menos a tres cuestionamientos centrales relacionados con el espíritu emprendedor en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) de México; establecidos como: importancia del emprendedurismo para el éxito de una MIPyME; identificación de características emprendedoras en la empresa objeto de estudio y la posible clasificación del perfil empresarial analizado dentro de las características teóricas de un emprendedor; recurriendo para ello al método de caso en una microempresa fabricante de frituras; dentro de los resultados se obtienen elementos para suponer que la empresa objeto de estudio presenta cualidades emprendedoras, destacando en su fundador: creatividad e innovación, confianza en sí mismo, perseverancia, capacidad para manejar problemas y aceptación del riesgo; de tal forma que el espíritu emprendedor encontrado, ha sido factor importante para la supervivencia y éxito de la misma.

Palabras clave: espíritu emprendedor, emprendedurismo, microempresas

Abstract

Outcome research project qualitative, descriptive, making use of the semi-structured interview as a tool to gather information, based on the proposal of Alcaraz (2011), this article seeks to address at least three central questions related to the spirit comes entrepreneur in micro, small and medium enterprises (MSMEs) of Mexico; established as: importance of entrepreneurship for a successful MSMEs; identification of entrepreneurial characteristics in the company under study and the possible classification of the business profile used within specs theory of an entrepreneur, drawing on the case method in a manufacturing micro fry; within these results elements are obtained to assume that the company under study has entrepreneurial qualities, highlighting its founder: creativity and innovation, confidence same, perseverance, sleeps for handling problems and risk acceptance; in such form that entrepreneurship found, has been important factor for survival and success of the same.

Key words: entrepreneurial spirit, entrepreneurship, microenterprises

1. Introducción

En México, el sector empresarial atendiendo a su tamaño se encuentra estratificado en empresas de las siguientes dimensiones: micro, pequeña, mediana y gran empresa. La importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) radica en que de acuerdo a cifras de la Secretaría de Economía (SE, s/f), no solo representan el grueso del sector empresarial, abarcando un 99,8% sino que aportan cerca del 52% del Producto Interno Bruto (PIB), y generan cerca del 72% del empleo en el país.

Las características de las MIPyMES, presentan ciertas ventajas derivadas de su propia estructura, tales como:

- Capacidad de adaptación ante los cambios vertiginosos del ambiente que las rodea
- Flexibilidad estructural para sobrevivir, crecer y/o consolidarse
- Son convenientes para la economía local de cada región o zona donde operan
- Representan un canal de distribución idóneo para las empresas manufactureras medianas y grandes
- Requieren de bajos capitales para funcionar

Con todo, también se perciben desventajas, figurando:

- Presiones en los precios establecidos por empresas grandes que se instalan cerca de su área de operatividad.
- Dificultad para lograr economías de escala
- Bajas utilidades en promedio por unidad económica
- Baja generación de empleos por unidad económica
- Enfrentan un índice considerable de mortalidad.

Cuando inician operaciones, atraviesan por momentos de turbulencia marcados por el propio ambiente; esta etapa puede durar hasta dos años, cuyo tiempo es decisivo para que una empresa de esta categoría sobreviva y permanezca después de ese tiempo o definitivamente desaparezca.

En general, las MIPyMES han tomado relevancia en muchas economías; México no es la excepción, por ello, durante los últimos sexenios gubernamentales se han generado diversos programas de apoyo a los empresarios por parte del gobierno mexicano, con la finalidad de consolidar a este tipo de empresarios, lo que de alguna forma ha venido a reforzarlas como el eslabón que representan en el crecimiento del país.

De acuerdo con Urbina (2013), más allá de los programas de apoyo, existe un factor relevante en el éxito y consolidación de una MIPyME, este es “el espíritu emprendedor”, del que se deriva, entre otros, el “emprendedurismo social”, que busca crear soluciones para segmentos poblacionales que presentan rezagos, mismo que más que una moda, debe considerarse como una necesidad si se aspira a lograr un verdadero crecimiento sostenible.

En esto coincide Marioapp (2013), cuando afirma que el emprendedurismo social es un nuevo modelo que está siendo considerado como objeto de estudio, en donde se antepone el interés social sobre el capital, y que promueve la inclusión de sectores considerados como desprotegidos en varios ámbitos como el cultural, educativo y laboral, además que impulsa la participación de núcleos en la construcción de una democracia económica incluyente y solidaria; cuyo interés también se ha despertado en algunas naciones desarrolladas, considerando este tema como eje prioritario en la agenda gubernamental, aunque en México se ha visto todavía con una perspectiva capitalista sin mirar los emprendimientos sociales capaces de retribuir tanto a la economía como al desarrollo social.

Ante ello, surge un cuestionamiento inevitable: ¿el emprendedor nace o se hace? Sin ignorar esta controversia, pues coexisten posturas que indican que el emprendedor puede tener ambos orígenes, pues por un lado es una condición innata, pero que también depende del entorno en el que un ser humano se desarrolle, es decir, que su propio ambiente puede convertirlo en emprendedor, sea aprovechando oportunidades o respondiendo a sus

propias necesidades (económicas sobre todo) y contribuya al surgimiento de un emprendedor.

En contraparte, hay quienes piensan que el ser emprendedor solo es una condición innata, y se concibe al emprendedurismo como una forma de ser, se nace con la habilidad de emprendimiento o no.

Estas posiciones, resultan controversiales y debatibles y resulta ajeno a los propósitos del artículo aquí presentado, pues lejos de asumir una posición busca identificar los rasgos del espíritu emprendedor y su importancia como factor que permita que una empresa sea exitosa.

La brecha entre ser emprendedor y empresario parece pequeña, una condición puede llevar a la otra o viceversa, sin embargo ¿el espíritu emprendedor representa un pilar fundamental para el éxito de una MIPyME?

Al realizar el estudio de caso propuesto ¿se encontrarán empresarios con verdadero espíritu emprendedor?, ¿el perfil que se logre identificar, se ajusta a algún modelo teórico de emprendedurismo? o por lo menos ¿es posible distinguir algunas de las características propias de un emprendedor? para dar respuesta a estas interrogantes a lo largo de este trabajo se parte de premisas teóricas básicas, relacionadas con: empresa, empresario, emprendedor, MIPyMES y los criterios de clasificación; posteriormente se realiza la contextualización de la empresa objeto de estudio, incluyendo sus orígenes y características; se describen los pasos observados para realizar la investigación y al final se destacan las principales conclusiones derivadas de la realización del proyecto.

2. Referentes teóricos

2.1. Empresa y conceptualización de MIPyMES

Una empresa, menciona Cleri (2007) es formada por individuos que unen sus esfuerzos para alcanzar un beneficio económico, siendo esto último la característica que la diferencia de cualquier otra institución de la sociedad.

Por su parte Amaru (2008), señala que una empresa es una iniciativa que tiene como objetivo ofrecer productos y servicios para atender las necesidades de personas o mercados, y con ello obtener utilidad.

Al respecto, Barragán & Pagán (2002) mencionan que la definición de lo que es una pequeña/mediana empresa varía sustancialmente entre cada país, pero que en lo general toman como base el número de empleados con los que cuenta la empresa.

Aun cuando cada país establece sus propios criterios para definir las categorías de empresas, estos criterios resultan similares entre ellos, pues la mayoría toman criterios basados en: número de empleados, nivel de ventas, giro, actividad o sector en el que se desarrollan y a partir de los mismos logran una clasificación.

Una microempresa puede considerarse como una empresa de menor dimensión, en relación a otras; con poca capacidad productiva e incipiente infraestructura, en ocasiones carecen de estructura formal, regidas por el empirismo.

Una pequeña empresa, a su vez, es aquella que se caracteriza por tener una administración independiente, con operaciones locales, que suelen carecer de apoyos externos al no ser sujeta de crédito y que normalmente solo una persona es el dueño o un pequeño grupo de personas (por lo general familiares) y que son los que proveen el capital invertido.

Mediana empresa, es aquella que posee mayor estructura, con más recursos invertidos, pues tienen acceso al financiamiento ofrecido por las organizaciones del Sistema Financiero Mexicano.

2.2. Estratificación de las empresas mexicanas

Como se ha dicho, tampoco a nivel internacional existe un criterio o criterios que unifiquen el enfoque de la pequeñas y medianas empresas (PyMES), si bien cada país toma factores similares a otros, hay también algunos que tienen factores muy particulares con base en su estructura económica, tal es el caso de México, en cuya estructura consideran a la microempresa como una categoría más de empresa.

En México suele recurrirse al acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de Junio de 2009 (SE, 2009) en el cual se estratifican a las empresas en Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas considerando: volumen de ventas anuales, número de personal ocupado y un tope máximo combinado (factor calculado a través de una ecuación establecida por este organismo para tal efecto); cuyos resultados se muestran en la Tabla 1, en donde se observan los rangos de clasificación en función al número de trabajadores y al monto de ventas anuales, calculados en miles de pesos; clasificación que varía en función del sector al que pertenezcan las empresas, separando sobre todo las empresas comerciales de las industriales y de servicios.

Tabla 1: Estratificación de las empresas en México

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

Fuente: Secretaría de Economía (2009).

2.3. Empresario *versus* emprendedor

Para más de uno seguramente ha sido difícil entender la diferencia entre emprendedor y empresario, ya que el término empresario deriva del término “emprender” y se asocia, en general, con un emprendedor cuya idea se materializa en la creación y dirección de una empresa (Caldas, Carrión & Heras, 2011). Existen aproximaciones teóricas para definir a un empresario, aquí algunas:

Desde un punto de vista económico, de acuerdo con Schumpeter –citado por García (1994) el empresario es aquella figura empresarial que realiza nuevas combinaciones de factores, y en este sentido relaciona fuertemente empresario con innovador, y en una segunda secuencia, interpreta al empresario como imitador de innovaciones realizadas por otros.

De manera que como conclusión afirma que empresario es la persona capaz de buscar una nueva combinación de factores, innova sobre las situaciones precedentes, genera la institución y la identifica con una filosofía empresarial, integrando en el desarrollo a otras personas incluidas a su propio proyecto.

Entretanto, el emprendedor es una persona visionaria, soñadora, con energía e imaginación, vive en el futuro, nunca en el pasado y rara vez en el presente. Es el innovador, el estratega, el creador de nuevos métodos para desarrollar mercados. (Salazar, 2010).

Para autores como Amaru (2008) el emprendedor se concibe como la persona que asume riesgos de iniciar una empresa.

Esta forma de definir al emprendedor proviene del origen de la palabra en latín “*imprendere*”, cuyo significado es “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa”, así mismo significa “poner en ejecución”.

En Francia se utiliza la palabra “*entrepreneur*”, que a su vez originó el término inglés “*entrepreneurship*”, ambos términos se utilizan para designar el comportamiento del emprendedor y se traduce a la expresión de espíritu emprendedor.

Prosigue Amaru, que la idea de un espíritu emprendedor se asocia con las personas emprendedoras que movilizan recursos y corren riesgos para iniciar organizaciones de negocios, aunque reconoce la existencia de emprendedores en todas las áreas de actividad humana, esta expresión suele utilizarse en sentido restringido, para designar a la persona que crea una empresa, es decir a una organización de negocios.

De acuerdo con el diccionario, el espíritu en sus diversas acepciones es: el ser inmaterial y dotado de razón. Alma racional. Don sobrenatural. Ciencia mística, virtud. Ánimo, valor. Vivacidad, ingenio. Demonio. Vapor que exhala un licor o un cuerpo. Principio generador, carácter íntimo, esencia de una cosa. (Océano, 1994).

De acuerdo con esto podría utilizarse la acepción de “espíritu emprendedor” como ese principio generador, don sobrenatural, ánimo y valor; a la que al agregarse elementos de las definiciones que se han planteado de emprendedor, refiere a una persona con características singulares que la diferencia del resto.

Para Anzola (1995), todos poseen un espíritu emprendedor, aunque en muchos está en un estado pasivo.

No todos crean una empresa, sin embargo, cada uno en su quehacer diario tiene su mejor empresa y para ello se requieren buenas dosis de interés, motivación, positivismo, entre otros atributos.

Señala también que a lo largo de la historia se han desarrollado modelos del comportamiento de una persona con espíritu emprendedor, de ahí que se aluda de una “actitud emprendedora” definida como la capacidad de mirar hacia adelante, llevar una alta dosis de preocupación de las posibilidades y del futuro, abrirse para aceptar un nuevo modelo en lugar del conocido, del pasado, del acostumbrado, del cómodo, mostrarse motivado a cambiar.

De tal forma que el espíritu emprendedor está estrechamente ligado a la iniciativa y a la acción. Las personas dotadas de espíritu emprendedor tienen capacidad innovadora y voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente, implica una buena dosis de creatividad y flexibilidad.

Una frase célebre legado de Henry Ford (citada por Caldas, Carrión & Heras, 2011) señala “si hubiera preguntado a la gente qué quería, me hubieran dicho que un caballo más rápido; yo les di el automóvil”.

Es tal la importancia que se concede al emprendedurismo, que en México se ha creado el Instituto del Emprendedor, organización no lucrativa, fundada en 2005, con el objetivo declarado de apoyar a los emprendedores a transformar sus ideas en acción; está dedicado a fomentar nuevos emprendimientos y potenciar el crecimiento de industrias estratégicas, cadenas productivas y *clústers*, apoyando la creación de nuevas empresas y fortaleciendo a las empresas existentes, con asesoría, financiamiento, herramientas gerenciales y los contactos de mercado necesarios para el éxito de nuevos negocios y la creación de nuevos empleos. (Instituto del Emprendedor, IE, 2013); afirma que ha generado diversos programas que favorecen la formación y especialización del emprendedor, con la finalidad de aprovechar la potencialidad de México en cuestión del emprendedurismo.

2.3. Características de un emprendedor

Son diversas las particularidades, que desde un punto de vista teórico, se han percibido en una persona clasificada como emprendedora; a continuación se describen algunas de las características identificadas por autores estudiosos del tema.

Tabla 2. Características del emprendedor

<ul style="list-style-type: none">• Compromiso total• Determinación• Perseverancia• Capacidad para alcanzar metas• Orientación a las metas y oportunidades• Iniciativa• Responsabilidad• Confiabilidad• Tolerancia al cambio	<ul style="list-style-type: none">• Persistencia en la solución de problemas• Realismo• Autoconfianza• Altos niveles de energía• Busca de realimentación• Control interno alto• Toma de riesgos calculados• Baja necesidad de estatus y poder• Integridad
--	---

Fuente: Elaboración propia con base en Alcaraz (2011, pp. 2-3), citando a Kao (1989).

Por su parte, García, Garza, Sáenz & Sepúlveda (2003, pp. 17-18) citan a Furnham (1995) y establecen en la Tabla 3, las características de los emprendedores, según el orden de aparición y los autores que en su momento lo propusieron como característica.

Tabla 3: Características de los emprendedores en orden de aparición

Año	Autores	Características
1848	Mill	Apariencia de arrojado
1917	Weber	Fuente de autoridad formal
1934	Schumpeter	Innovación, iniciativa
1954	Sutton	Deseo de responsabilidad
1959	Hartman	Fuente de autoridad formal
1961	McClelland	Asunción de riesgo, necesidad de logro
1963	Davids	Ambición, deseo de independencia, responsabilidad, autoconfianza
1964	Pickle	Impulso, inteligencia, relaciones humanas, habilidad de comunicación, conocimiento técnico
1971	Palmer	Valoración del riesgo
1971	Hornaday y Aboud	Necesidad de logro, autonomía, agresividad, poder, reconocimiento, innovación e independencia
1973	Winter	Necesidad de poder
1974	Borland	Locus de control interno
1974	Liles	Necesidad de logro
1977	Gasse	Orientación al valor personal
1978	Timmons	Impulso y autoconfianza, orientado a las metas, asunción moderada de riesgos, locus de control, creatividad e innovación
1980	Sexton	Energético y ambicioso, extrae lo bueno de las derrotas
1981	Welsh y White	Necesidad de control, búsqueda de responsabilidad, autoconfianza e impulso, asunción moderada de riesgos
1982	Dunkelberg y Cooper	Orientación al crecimiento, orientación a la dependencia, orientación a la maestría
1982	Scheré	Tolerancia a la ambigüedad
1987	Bergley y Boyd	Tolerancia a la ambigüedad, relación curvilínea entre asunción de riesgos y logro de beneficios

Fuente: Tomado de García, Garza, Sáenz & Sepúlveda (2003, pp. 17-18), citando a Furnham (1995)

Una característica marcada en los emprendedores es no tener miedo al fracaso. Martín Varsavsky, fundador de Jazztel en España –citado por Meyer (2009)– menciona que este aspecto es en el que más difieren los planteamientos de los emprendedores estadounidenses de los similares europeos y afirma: «en Estados Unidos el fracaso no es percibido como una

enfermedad crónica que dura toda la vida, sino más bien como una prueba de carácter y temple. Pero en Europa [y especialmente en España] el fracaso es visto como un mal que te persigue por el resto de tus días».

Quizás por lo anterior, es que suelen escucharse frases como: “no son fracasos, son experiencias” o “no cuentes tu vida por el número de fracasos tenidos, sino por los éxitos alcanzados” de alguna forma con ellas se buscan identificar las características de una persona emprendedora.

Ibarra (1995), distinguió a varios tipos de emprendedores: los formales, los no formales y dentro de este tipo a los informales y a los subterráneos.

Es posible que en todas partes se encuentren a personas que reúnan estas características, pues pueden ubicarse a sujetos con características emprendedoras, que poseen una formación profesional basada en carreras universitarias, sin embargo existen emprendedores no formales, que adolecen de estudios de licenciatura y constituyen ejemplos de emprendedores informales o subterráneos, pues las actividades de emprendimiento que desarrollan no están dentro del marco de la economía formal a través de empresas legalmente establecidas.

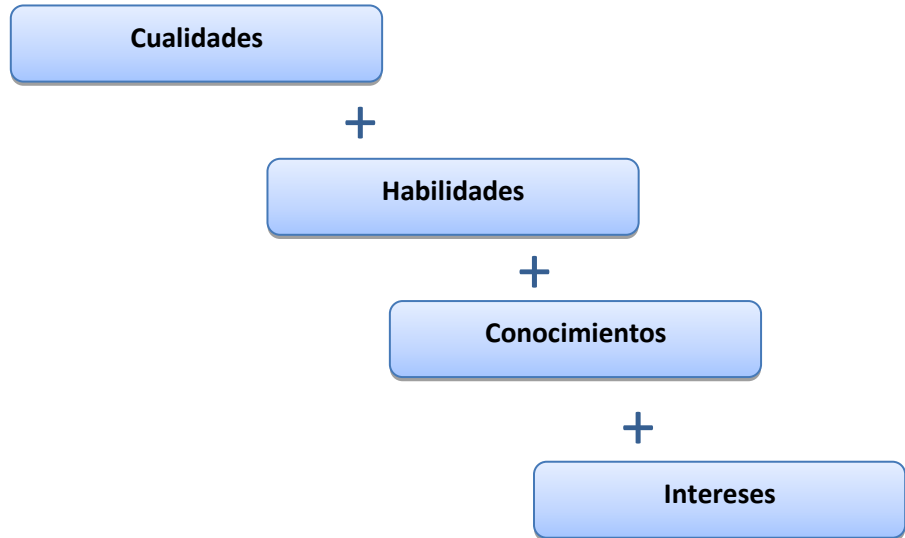
Alcaraz (2011), concluye que entre las características más mencionadas en los diversos modelos del emprendedor se encuentran las siguientes:

- Creatividad e innovación
- Confianza en sí mismo y en sus capacidades
- Perseverancia
- Capacidad para manejar problemas
- Aceptación del riesgo

También suelen utilizarse los términos “*intrapreneur*” o “*intraemprendedor*” para referir a quienes trabajando en una empresa que no es suya, se atreven a desarrollar y llevar a cabo proyectos e ideas que son para otros, pero que les imponen el mismo nivel de inspiración, innovación y creatividad, como si fueran proyectos de su propiedad.

Por su parte, Lerma et al. (2007) identificaron que el perfil tipo (ideal) de emprendedor se concibe como una ecuación en donde intervienen al menos, cuatro variables, señaladas en la figura 1; que se relacionan con cualidades, habilidades, conocimientos básicos e intereses; de tal forma que en la práctica, difícilmente se encontrará a alguien que adoleciendo de alguna de estas condiciones, pueda ostentarse como emprendedor exitoso.

Figura 1: Perfil ideal del emprendedor



Fuente: elaboración propia con base a Lerma, et. Al. (2007)

Asimismo mencionan que los emprendedores son el fermento que concretiza el esfuerzo social hacia la generación de empleo, riqueza y bienestar y que además debieran considerarse como un producto social en el que confluye elementos como la sociedad en general por medio de la familia, el sistema educativo y el gobierno, los cuales influyen en el surgimiento de emprendedores.

Silva (2008), va más allá cuando establece que quien inicia la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo, debe considerarse como uno de los principales agentes de cambio de la sociedad; aunque reconoce algunos obstáculos que suelen presentarse en el devenir de los emprendedores, porque en una sociedad que estimula la libre iniciativa, cuando éstos han consolidado y afianzado sus características, deberían como resultado, ser empresarios; sin embargo, existen factores que inhiben la iniciativa y el espíritu empresarial, lo que puede conllevar a dos situaciones; la primera refiere que no todos los emprendedores lleguen a ser empresarios y la otra, que no todos los emprendedores posean espíritu emprendedor.

En este orden de ideas, Urbano & Toledano (2008, p. 45) señalan que “el proceso emprendedor es aquel proceso que integra las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades”; de

este concepto derivan algunos elementos que deben considerarse en todo proceso emprendedor, destacando:

- la oportunidad de negocio,
- los recursos necesarios para su aprovechamiento, y
- la figura del empresario o equipo fundador.

Por lo que el proceso inicia con la detección de una oportunidad de negocio, su forma, tamaño y alcance condicionarán a las características del empresario en cuanto a su forma y tamaño también, así como de los recursos necesarios para aprovechar la oportunidad.

Según estos autores, los empresarios más exitosos muestran las características descritas en la tabla 4.

Tabla 4: Características de empresarios exitosos

Autoconfianza	Flexibilidad	Conocimiento del mercado
Perseverancia y determinación	Respuesta positiva al cambio	Habilidad para relacionarse
Energía y diligencia	Independencia	Responsabilidad
Ingenio en la utilización de recursos	Previsión	Orientación a la rentabilidad
Propensión a tomar riesgos calculados	Dinamismo y liderazgo	Capacidad de observación
Necesidad de logro	Versatilidad	Percepción
Creatividad	Conocimiento del producto	Optimismo
Iniciativa	Conocimiento de procesos	Aceptación a la crítica

Fuente: elaboración propia, con base a Urbano & Toledano (2008)

2.4. Cifras del emprendedurismo en México

Datos de Aguirre (2013), retomando cifras del Instituto Global de Emprendedurismo y Desarrollo, ubican a México en el lugar 57 en términos de actitud emprendedora, el lugar 46 con relación a habilidades emprendedoras y en el lugar 74 en términos de aspiraciones emprendedoras.

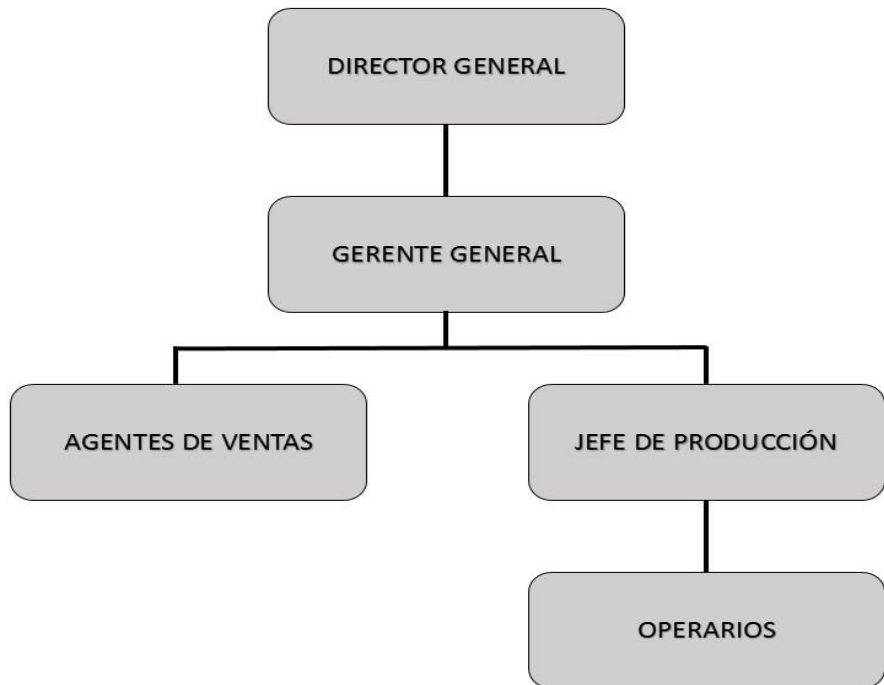
Es evidente que estas cifras señalan la necesidad de alcanzar lugares más altos en este *ranking*, puede decirse que es una exigencia y un vuelo sin retorno, pues la globalización impone la necesidad de contar cada vez más con personas con actitud emprendedora y sobre todo con ese ingrediente mencionado que se ha denominado “el espíritu emprendedor”.

3. Contextualización de la empresa objeto de estudio

3.1. Generalidades

La presente investigación se realizó con el propietario de una empresa ubicada dentro del sector manufacturero, en la rama de productos alimenticios, dedicada a la elaboración y comercialización de frituras de maíz, en específico de tostadas, está ubicada en la zona central en la Ciudad de Cintalapa de Figueroa, Chiapas; cuenta con trayectoria cercana a los nueve años de permanencia en el mercado, con estructura organizacional descrita en la figura 1; que consta de un director general, un gerente administrativo, un jefe de producción, tres operarios y tres agentes de ventas, para un total de 9 personas.

Figura 1. Organigrama General



Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la empresa

3.2. Filosofía empresarial

Misión

Somos una empresa con el propósito de elaborar productos de maíz con calidad e higiene, que cumpla con las expectativas de nuestros clientes potenciales con alimentos seguros, y de esta manera contribuir al desarrollo del capital humano y la generación de utilidades.

Visión

Ser una empresa que esté en constante crecimiento para convertirnos en la empresa elaboradora de tostadas de maíz reconocida a nivel nacional, y brindar el mejor servicio y atención para lograr la satisfacción total del cliente, conformando un equipo de colaboradores con una buena actitud, aplicando los adecuados procesos productivos, administrativos y de ventas, todo esto con el propósito del desarrollo de nuestros colaboradores en el entorno laboral, familiar y económico.

Valores

- **Sencillez**
Trabajar sin que existan barreras de *estatus* entre ejecutivos, empleados y trabajadores.
- **Servicio al cliente**
El cliente es la razón de todo lo que hacemos. Todos en la empresa estamos comprometidos en lograr su satisfacción.
- **Ética**
Nuestra empresa y sus colaboradores deben ser reconocidos por la seriedad en sus tratos, su lealtad, su honestidad y el respeto sostenido a los compromisos contraídos.
- **Honestidad**
Significa tener un comportamiento decente y responsable en todas las acciones que realicemos, tanto dentro como fuera de nuestra empresa.
- **Compromiso**
Es el convenio que hace cada quien consigo mismo, con la empresa y con los compañeros para ser mejor. Esto significa hacer una promesa y cumplirla.
- **Respeto**
Es la atención amable que debemos de dar a nuestros clientes, a todas las personas, a nuestros compañeros, a nuestra empresa, es cuidar las herramientas de trabajo que nos proporcionan para dar lo mejor de nosotros.

- **Excelencia**

Es el esfuerzo permanente que debemos de hacer todos y cada uno de los trabajadores con el firme propósito de cumplir los objetivos trazados, superar las metas personales y de la empresa. Significa ser y dar lo mejor de uno.

Actitudes

- Capacidad para resolver problemas
- Efectividad
- Mejora continua
- Iniciativa
- Responsabilidad
- Acción de enfoque al cliente

3.3. Historia de la empresa

El fundador (propietario) señala que la empresa inicia operaciones en el año 2005, producto de la oportunidad ofrecida por un proveedor de harina de maíz para producir tortillas, consistente en facilitar la adquisición de maquinaria para elaborar tostadas; tras consultar las condiciones ofertadas con los miembros de la familia, se decidió realizar la inversión.

En seguida, se encargaron de diseñar el logotipo distintivo del producto y en obtener una marca registrada¹; en los inicios los canales de distribución del producto consistieron en ventas al público en general a través de empresas tortilleras, propiedad de miembros de la familia.

Paulatinamente el producto se conoció entre los habitantes de la población y se inició con la conformación de la cartera de clientes, extendiéndose hacia localidades cercanas a Cintalapa, Chiapas.

En la actualidad, la distribución del producto abarca seis municipios del estado (Cintalapa, Jiquipilas, Berriozábal, Ocozocoautla de Espinoza, Arriaga y Tuxtla Gutiérrez) y aspiran a cubrir la totalidad del mismo; aunque enfrentan problemas para recorrer las cada vez más largas distancias, pues aunque su flota de transporte pasó de una unidad a tres camionetas y 1 motocicleta utilizada para el reparto local, son insuficientes.

Es de destacar que cuenta con un manual de organización, que además de la descripción de puestos y funciones, contiene la filosofía empresarial ya descrita.

¹ Situación que aún no se logra, pues por desconocimiento en los trámites a realizar se han enfrentado retrasos en la obtención del registro de la marca.

3.4. Historia y perfil personal del fundador

Derivado de las entrevistas sostenidas con el propietario de la empresa objeto de estudio, la historia del mismo y el perfil observado; puede describirse de la siguiente forma:

Es indudable que el fundador de la empresa analizada, desde siempre ha presentado cualidades empresariales, característica heredada de sus ancestros, pues en su círculo familiar siempre han existido empresarios, fundamentalmente en el negocio de la masa de maíz y la comercialización de tortillas.

Cuando se ve en la necesidad de independizarse de la familia, derivado de su aspiración por construir una propia, inicia con una primera experiencia empresarial, dedicada a la comercialización de vegetales frescos, a la par observa que sin alejarse de este giro, puede complementarlo con la distribución de tostadas mediante un contrato de comisión mercantil (al fin, este giro no le resultaba extraño, pues mantenía cierta relación con el negocio familiar de la masa y las tortillas de maíz) aprovechó la oferta de quienes en ese momento realizaban esa actividad, experiencia que le permitió darse cuenta que el producto presentaba oportunidades para hacer negocios, pues obtenía ingresos representativos vía comisiones derivadas de la venta de las tostadas.

Así las cosas, en algún momento se preguntó: ¿Por qué no en vez de vender las tostadas de otros, las hacemos nosotros y creamos otra empresa?; surgiendo así la idea de una nueva aventura empresarial.

Podrá observarse que en la personalidad del propietario, se encuentra un perfil idóneo para el emprendimiento, pues resulta ser una persona accesible, sin aires de grandeza, férrea en la defensa de sus ideas, atrevida, con capacidad para enfrentar la presión de los riesgos y con la energía suficiente para resolverlos; es de edad mediana (fluctúa entre 35 y 40 años), y con el arrojo para asumir retos, pues señala que en la primera oportunidad que se le presentó para romper la dependencia económica con sus padres, sin pensarlo, la asumió, estableciendo su propio negocio; podría suponerse que es una persona cuya visión está en el futuro y no en el presente, es consciente de lo que implica iniciar nuevos negocios y mantenerlos; afirma que además de ahínco para realizar las actividades derivadas del trabajo, a éste debe considerarse como algo “sagrado”; así se ha pensado siempre en su seno familiar y señala estar de acuerdo con ello.

Cuando se le cuestiona sobre si alguna vez ha sentido temor ante las presiones, riesgos y compromisos de emprender un negocio; la respuesta que proporciona, muestra un rasgo más de su carácter; pues afirma que “nunca

ha pensado que es valiente”, más bien, reconoce sentir miedo en ocasiones, sin embargo trata de afrontarlos considerando riesgos y atreviéndose a manejarlos; señala que el pensamiento que predomina cuando le asaltan temores, es que éstos son parte de cualquier empresa y que dentro de sus obligaciones figuran la necesidad de enfrentar el miedo al fracaso.

Refiere que en repetidas ocasiones, ha sentido que los problemas son interminables, pues pareciera que éstos acuerdan presentarse juntos, así repentinamente enfrenta dificultades con proveedores, con los procesos de producción, con los empleados, con fluctuaciones en la demanda del producto, por citar algunos; y cuando está al borde del colapso, solo tiene que recordar el compromiso con el bienestar de su familia; las ganas de trascender en el pueblo que lo ha visto crecer y sobre todo, la responsabilidad que siente por las personas que al pertenecer a la empresa, dependen de que a ésta le vaya bien.

Reitera que su actuación como empresario no ha estado exenta de errores, sobre todo en los inicios de las empresas que ha formado, pero está consciente de que es parte del aprendizaje y que siempre existen oportunidades para demostrarse que puede hacer las cosas de mejor manera.

Se confiesa seguidor de la frase popular sobre “quien no arriesga no gana”; por ello afirma que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas, considera que en ocasiones percibe a los riesgos como un estímulo en su vida y prevalece en él la idea de que la perseverancia y la constancia resultan fundamentales para obtener éxito, acompañada de la mayor disciplina posible, tanto en su vida personal como en su comportamiento dentro de la empresa.

A partir de los comentarios expresados y de las actitudes y procesos observados dentro de la empresa, puede inferirse que se trata de un empresario con don de mando, capaz de establecer líneas de acción claras, respecto al rumbo que debe observarse en la empresa y que ejerce una postura de líder, pudiera decirse que se observa una obediencia por convicción por parte de sus trabajadores, aun cuando su perfil profesional no sobrepasa los estudios de bachillerato, se ha preocupado por establecer normas, políticas y ha establecido claramente las jerarquías y la división del trabajo dentro de su empresa.

Sostiene que una dificultad que ha enfrentado en la dirección de personal, ha sido la incorporación dentro de su plantilla a empleados con los que mantiene lazos familiares; pues en ocasiones éstos esperan obtener

privilegios de tal situación y él afirma que son circunstancias que deben separarse y que no deben confundirse los roles a desempeñar.

Se reconoce con la capacidad para emprender otros negocios, sin que le provoque temores la incertidumbre de lo desconocido, de alguna forma tiene clara conciencia de sus capacidades y de sus propias limitantes.

A la fecha, es una persona que paulatinamente acumula conocimientos sobre el mercado en el que se desempeña, conoce a sus competidores, muestra habilidades para las ventas y asume como práctica cotidiana el buen trato con los clientes, pues afirma que son las personas más importantes de la empresa.

De alguna forma, muestra conocimientos organizacionales y está convencido de la importancia de cumplir los compromisos que contrae, señala que es fundamental mantener prestigio y que eso se logra con la responsabilidad que se demuestra en las acciones que emprende.

Reconoce que no cuenta con los estudios suficientes y supone que si hubiera tenido la convicción de estudiar alguna licenciatura, quizás hubiera obtenido más éxito; sin embargo, reconociendo sus debilidades, es seguro en lo que hace y muestra facilidad para conversar y establecer relaciones amigables con quienes se rodea; asimismo señala que siempre está dispuesto a escuchar consejos que le permitan mejorar el funcionamiento de su empresa.

Muestra sentido de responsabilidad social, pues manifiesta compromiso con sus empleados, también es partidario de negociaciones honestas y rechaza la posibilidad de obtener beneficios económicos que vayan en detrimento de sus relaciones con sus clientes; de alguna forma estas características las ha reflejado en la filosofía empresarial que ha señalado como valores a practicar en su conducta cotidiana.

Destaca el hecho de que es una persona que acumula experiencia en los negocios (desde pequeño creció en empresas familiares) y ha logrado identificar adecuadamente los procesos dentro de la empresa y demuestra preocupación por compartir con su personal de ventas, los conocimientos que la experiencia le ha brindado a lo largo de su vida empresarial; cuando se le cuestionó sobre la descripción de la estructura de la empresa y los procesos que en ella se realizan; no titubeó en la descripción de puestos, funciones y procesos, así como la relación con distribuidores e intermediarios.

Con base a los requerimientos y características que desde el punto de vista teórico, debe reunir un emprendedor; de alguna forma en el propietario de la empresa objeto de estudio cumple con varias:

De acuerdo a Kao (1989) citado por Alcaraz (2011); demuestra un compromiso total con sus objetivos, es determinado y perseverante, ha sido capaz de alcanzar sus metas propuestas y ha sabido aprovechar las oportunidades, es responsable, con iniciativa y tolerancia al cambio, es persistente en la solución de problemas, mantiene un alto nivel de confianza en sí mismo, busca la retroalimentación de sus acciones, toma riesgos calculados, manifiesta integridad y acusa baja necesidad de estatus y poder.

El perfil mostrado, de alguna forma encaja en las conclusiones señaladas por Alcaraz (2011), relacionados con al menos cinco características: creatividad e innovación, confianza en sí mismo y en sus capacidades, perseverancia, capacidad para manejar problemas y aceptación de riesgos.

Con las características descritas, puede inferirse que se está ante un emprendedor nato y que las limitantes que pudieran afectarlo (no contar con estudios de licenciatura, por ejemplo) las ha sabido contrarrestar, (alguna vez solicitó asesoría para establecer en forma escrita el manual de organización de su empresa y señalar los valores que pensaba debían practicarse), de tal forma que con los datos recabados pudiera inferirse que ha sido un factor fundamental en el éxito de la empresa, pues ha sido el guía y principal promotor del crecimiento de la misma.

4. Método

El estudio descriptivo que aquí se presenta, se ha realizado durante un tiempo promedio de cinco meses; tiempo durante el cual se utilizó como principal instrumento de recolección de información a la entrevista semiestructurada basada en las propuestas de Alcaraz (2011) e Ibarra (1995), complementada con las notas derivadas de aplica la observación.

Los pasos observados para el desarrollo del proceso de recopilación de información comprendieron diversas etapas; primeramente se realizó contacto personal con el propietario de la empresa en donde se plantearon los objetivos del estudio, a los que sin obstáculos accedió, en una segunda visita se solicitó una visita guiada dentro de la empresa, con la descripción detallada de los procesos administrativos y productivos; posteriormente se le planteó la posibilidad de realizar las entrevistas personalizadas, misma que comprendió dos sesiones de trabajo; en forma paralela de realizaron entrevistas con el gerente general y con el jefe de producción; obtenida la información, se procedió a la interpretación, utilizando para ello la técnica de análisis de contenido (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

5. Conclusiones

Este trabajo ha permitido observar que la tarea de emprender una empresa, requiere de diversas cualidades, que en la práctica suelen presentar dificultades para encontrarlas en una sola persona; sin embargo poseer algunas, puede permitir su optimización y en su caso derivar en la práctica de las que se adolecen.

Aunque el espíritu emprendedor es una condición ligada a la personalidad de las personas, también el entorno juega un papel importante en el desarrollo de habilidades, actitudes y conocimientos, que pudieran permitir llegar a ser emprendedor.

Tratándose de micro y pequeños empresarios, son muchos los obstáculos que enfrentan para mantenerse en el mercado; con todo, si logran identificar las cualidades que poseen, las perfeccionan y se preocupan por desarrollar las que adolecen, seguramente pudieran mejorar en la conducción de las empresas que han formado.

Por lo que se ha podido observar en la empresa analizada, el rol que ha desempeñado el fundador y propietario, ha sido determinante para que a lo largo de nueve años, la entidad se mantenga en el mercado y muestre una tendencia en crecimiento, sin que esto signifique que represente el único factor que incide en el éxito empresarial, pues para lograrlo, con seguridad intervienen otras variables y condicionantes.

En las condiciones actuales, resulta difícil afirmar que el espíritu emprendedor es garante del éxito empresarial, pues sin duda, las MIPyMES requieren de otras acciones conjuntas, que les permitan asesoría y capacitación organizacional, acceso a financiamiento, facilidades fiscales, gestión del talento humano, por citar algunas.

Con todo, es posible que existan empresas que sobrevivan en el mercado sin la presencia de un espíritu emprendedor, pero seguramente tendrían mayores probabilidades de éxito si éste estuviera presente.

Sin duda, muchas de las cualidades de los empresarios exitosos, son innatas; sin embargo existen rasgos de la personalidad que pueden reafirmarse mediante la práctica sistemática de conductas, hasta convertirlas en hábitos.

Referencias

- Aguirre, L. (2013). *Potencializando el emprendedurismo y su impacto económico*. Forbes. Disponible en: <http://www.forbes.com.mx/sites/por-que-los-emprendedores-no-ayudan-tanto-a-la-economia/> Consultado el 12 de Septiembre de 2013.
- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. 4ª. Ed. México: McGraw-Hill.
- Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Pearson Educación de México.
- Anzola, S. *La actitud emprendedora. Espíritu que enfrenta los retos del futuro*. México: McGraw-Hill.
- Barragan, J.; Pagán, A.; Brown, J.; Carmona, J.; Cursi, R.; Dorsey, E.; Flores, J.; León, R.; Martínez-Lopez, L.; Ozuna, T.; Paura, J.; Pisani, J.; Sandoval, E. (2002). *Administración de las pequeñas y medianas empresas. Retos y problemas ante la nueva economía global*. México: Trillas.
- Caldas, Ma. E.; Carrión, R.; Heras, A. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Editex.
- Cleri, C. (2007). *El libro de las PYMES*. México: Granica.
- García, E.; Garza, R.; Sáenz, L.; Sepúlveda, L. (2003). *Formación de emprendedores*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- García, S. (1994). *Introducción a la economía de la empresa*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibarra, D. (1995). *Los primeros pasos al mundo empresarial*. México: Limusa.
- Instituto del emprendedor. *Acerca de nosotros*. Disponible en: <http://www.institutodelemprendedor.com/index.php/acerca-del-instituto-pyme/el-instituto> Consultado el 15 de Agosto de 2013.
- Lerma, A., Valdéz, L., Martín, Ma. A., Castro, A., Flores, Ma. E., Martínez, H., Marioapp (2013). *Emprendedurismo social en México (1ª parte)*. Elempresario.mx. Disponible en: <http://elempresario.mx/conecta-mx/emprendedurismo-social-mexico-1a-parte>. Consultado el 24 de Marz de 2013.

- Mercado, Ma. del C., Morales, A., Olivares, A., Rangel, M., Raya Ma. A. (2007). *Liderazgo emprendedor*. México: CENGAGE Learning
- Meyer, P. (2009). *Emprendedores*. Barcelona, España: Alienta Editorial.
- Salazar, J. (2010). *Cómo iniciar una pequeña empresa. Su viabilidad de mercado*. México: Grupo Editorial Patria.
- Secretaría de Economía. *PyMES, eslabón fundamental para el crecimiento en México*. Disponible en: <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html> Consultado el 30 de Septiembre de 2013.
- (2009). *Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Documento electrónico. Disponible en: http://www.economia.gob.mx/files/marco_normativo/A539.pdf. Consultado el 30 de Septiembre de 2013.
- Silva, J. (2008). *Emprendedor: Crear su propia empresa*. México: Alfaomega.
- Urbano, D. & Toledano, N. (2008) *Invitación al emprendimiento: una aproximación a la creación de empresas*. España: Editorial UOC.
- Urbina, H., BBVA Bancomer (2013). *Emprendedurismo social, una necesidad real de México*. Disponible en: <http://www.yosoypyme.net/2013/03/emprendedurismo-social-una-necesidad-real-de-mexico/> Consultado el 30 de Septiembre de 2013.