

“El tiempo como capital finito: uno de los aspectos que le disgustan a los empresarios de Mipyme de su organización”

MenA. JAIR DE JESÚS CHACÓN PENA*
Dra. LUZ MARÍA ELVIA HERNÁNDEZ GARCÍA
MenA. JOSÉ JESÚS MUÑOZ GARCÍA

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es realizar una contextualización organizacional y determinar una parte de la cultura de las empresas micros, pequeñas y medianas; en el municipio de Celaya, Guanajuato. La investigación es de carácter descriptivo tomando como eje la pregunta abierta: ¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?, que forma parte esta cuestión de una entrevista más amplia. En este artículo se explora el tiempo como capital finito en las cuestiones que disgustan al empresario.

Palabras clave: Cultura empresarial, diagnóstico de la cultura empresarial, patrón cultural en la empresa, contextualización organizacional.

ABSTRACT

The aim of this work is to determine an organizational contextualization of the culture of micro, small and medium sized municipality in Celaya, Guanajuato. The research is descriptive tanking as axis the open question: What is it you do not like your company ?, Part of an interview this issue more broadly, This article explores the finite time and capital on issues that upset the entrepreneur.

Keyword: *Corporate culture, diagnosis of corporate culture, cultural patterns in the company, organizational contextualization.*

*Universidad Autónoma de Querétaro

Introducción

Este trabajo de investigación analiza la cultura de la empresa familiar desde el ámbito académico y de investigación, en virtud de que representa un factor clave para el éxito de la misma (Davis, J y Tagiuri, R. 1982; Peters, T y Waterman, R. 1984; Wilkins, A y Dyer, J. 1988). Las investigaciones realizadas dentro del contexto de cultura en la empresa familiar, consideran que tiene una gran influencia en la cultura de la empresa (García, 2008). La cultura de la empresa familiar es el producto de sus creencias, valores y metas integradas en su historia y lazos sociales (Hall, A. Melin, L. y Nordqvist, M. 2001). Algunos estudios previos muestran que los diferentes comportamientos en este tipo de empresas se encuentran relacionados con variables como la cultura de la empresa familiar (Belausteguigoitia, M. 2006), en donde los miembros de la familia ejercen una fuerte influencia sobre el comportamiento de la empresa (Astrachan, 1988). A raíz de estos argumentos se han planteado la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?

Con relación a la problemática que enfrenta actualmente el sector empresarial, un aspecto que ha cobrado importancia de algunos años a la fecha, es el de la cultura, desde sus conceptos más amplios como la cultura global o nacional hasta una de sus manifestaciones específicas como es la cultura empresarial.

Nunca antes se había dado a la cultura el lugar que hoy en día le es reconocido como parte fundamental de la vida social, política y económica del ser humano. Tanto desde los planteamientos teóricos como desde los resultados empíricos, se señala la importancia de considerar las características de la cultura para ayudar a comprender e interpretar fenómenos como el desempeño de una empresa o el progreso económico de un territorio o país.

Autores como Thevenet (1992), destacan que la cultura de la empresa está integrada a la cultura del medio, por lo que ningún estudio que aborde la problemática empresarial estará completo sin considerar como parte fundamental a la cultura.

Con respecto a la importancia de la pequeña y mediana empresa Pyme, es necesario destacar que de acuerdo con cifras de la Secretaría de Economía (2006), en México representan el 13.77% del total de las empresas establecidas y generan el 4.8% de los empleos, frente al 0.2% que provienen de la gran empresa, mientras que en el estado de Guanajuato para el año 2009, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2009), la población ocupada ascendió a 4.3% del total del país, las unidades económicas que realizaron actividades del estado es de 223, 768 de esa cifra el 16% se desempeña en el área rural y el resto, es decir el 84% en ámbito no rural. De esa última cantidad, el 28.7% se emplea en la pequeña y mediana empresa, lo que pone de manifiesto su impacto en cuanto a la generación de empleos.

Virtudes y limitaciones de la empresa Familiar “era común que los empresarios formaran negocios con base en su conocimiento y evaluación personal de las condiciones del mercado, a partir de las cuales establecían una empresa invariablemente de carácter familiar. (Redalyc, p.9, Linaje y vicisitudes de la cultura empresarial en Jalisco, Patricia Arias, 2004, Guadalajara, Jal.).

Método

El método se enfocó desde una perspectiva cualitativa de exploración hermenéutica en la interpretación de la doxa de las entrevistas y en la aproximación de la contextualización organizacional (en el trabajo amplio), en este artículo se presenta la cuantificación de los problemas que han tenido las empresas de este sector de manera descriptiva, tomando como eje la pregunta abierta: ¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?, que forma parte esta cuestión de una entrevista más amplia. La pregunta nos permitió agrupar las distintas formas de disgusto que mencionaron directamente los sujetos entrevistados, interesaba comprender desde esa perspectiva los límites y las potencialidades de las micros, pequeñas y medianas empresas. Donde se reflexionan las respuestas obtenidas para establecer criterios de clasificación de los problemas encontrados, basándonos en ellos para el diagnóstico. Partiendo de dichos problemas se hizo una propuesta tipológica. Los testimonios de las entrevistas están y los análisis están en Times New Roman 11.

Muestra

De acuerdo a los datos de INEGI (2005) se informa que en Celaya existen 1, 372 unidades económicas que tomamos como universo. La selección de la muestra es de 418 unidades económicas resultado del universo señalado, con un margen de error del 4%, y de confianza del 95%, basándonos en el muestreo del programa STATS consultado.

Tabla 1 Universo y selección de la muestra

Universo	Nivel de Confianza	Error	Muestra
1372	95%	4%	418

Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la tabla 1, nuestra muestra real es de 420 empresas. La entrevista se hizo a dueños de empresas principalmente, a responsables y encargados en segundo término.

Tamaño

Tabla 2 Tamaño de la muestra y de las empresas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
	a	e		
Valido Micro	265	62.9	63.1	63.1
Pequeña	114	27.1	27.1	90.2
Mediana	32	7.6	7.6	97.9
Grande	9	2.1	2.1	100.0
Total	420	99.8	100.0	
Sistema		.2		
Total	420	100.0		

Fuente: Elaboración propia

Es importante señalar que la muestra es cercana a la proporción que se da en el censo 2004 en México² donde se señala: que las micro empresas son el 95.5%, las pequeñas empresas son 3.5%, las medianas son 0.8% y las grandes el 0.2%, y distribuidas en tamaño como lo señala la tabla 2.

La distribución de la muestra por giro es la que se ilustra en la tabla 3.

Tabla 3 Empresas, giros y tamaños participantes en la muestra

<i>Giro</i>	<i>Micro</i>	<i>Pequeña</i>	<i>Mediana</i>	<i>Grande</i>	<i>Total</i>
Panadería y Repostería	53	34	2	0	89
Alimentos	24	9	1	5	39
Tortillería	37	1	1	0	39
Elaboración y venta de Cajeta y Dulces					
Tradicional	23	10	0	0	33
Fabricación y reparación de muebles	16	6	0	0	22
Textiles	8	9	4	0	21
Fabricación y Venta de Artesanías	10	8	0	0	18
Herrería	16	1	0	0	17

² Censos económicos 2004 INEGI. Micro, pequeña, mediana y grande empresa.

Fabricación y venta de Nieves y Paletas	13	4	0	0	17
Industrial mecánica (Metales)	5	5	5	0	15
Materiales para construcción	4	7	0	0	11
Carpintería	8	1	1	0	10
Productos Lácteos	7	2	1	0	10
Industria química	1	2	3	0	6
Fabricación de empaques de cartón y sus derivados	1	1	3	0	5
Abarrotes	5	0	0	0	5
Fabricación y diseño de muebles metálicos	3	2	0	0	5
Metal Mecánico (Automotriz)	0	2	0	3	5
Torno y soldadura	5	0	0	0	5
Reparación de Bombas para Pozo Profundo	3	0	1	0	4
Fabricación, Reparación y Venta de Zapatos	3	0	1	0	4
Imprenta	2	1	1	0	4
Servicios	2	1	0	0	3
Elaboración y comercialización de Cristal y Vidrio.	1	0	2	0	3
Purificadora y venta de agua para consumo	1	0	1	0	2
Compra-Venta de Carne (Carnicería)	2	0	0	0	2
Mercería	1	1	0	0	2
Fabricación, venta, alquiler y reparación de lonas.	0	1	1	0	2
Cancelaría	2	0	0	0	2
Fabricante de Persianas y Cortinas	0	0	1	0	1
Sacos Plásticos	0	1	0	0	1
Compra-Venta de Semillas y Granos	0	1	0	0	1
Carbonería	1	0	0	0	1
Fabricación de equipos y piezas para laboratorio y mantenimiento	0	0	1	0	1
Fabricación de bolsas y envases de polietileno	0	0	1	0	1
Fabricación y venta de Velas	1	0	0	0	1
Venta de Fruta y Jugo	1	0	0	0	1
Agrícola	1	0	0	0	1

Electrodomésticos	0	0	0	1	1
Fabricación y venta de Hielo	0	0	1	0	1
Reparación y producción de gatos hidráulicos	1	0	0	0	1
Elaboración de Prótesis	1	0	0	0	1
Compra-Venta de materiales reciclados	0	1	0	0	1
Talabartería	1	0	0	0	1
Venta de pasto	0	1	0	0	1
Papelería	1	0	0	0	1
Sistemas de Riego	0	1	0	0	1
Renta de Equipo de Cómputo e Internet	1	0	0	0	1
Tienda Departamental	0	1	0	0	1
Total	265	114	32	9	420

Fuente: Elaboración propia

Es importante aclarar que nuestra investigación está orientada principalmente al sector manufacturero.

Procedimiento de análisis

El levantamiento de la información se hizo de forma escrita y grabada, se registró en un archivo procesador de palabras Word, donde se le asignaba un número a la entrevista y se archivaba en una carpeta. Se procedió a estructurar una base de datos en Excel de manera matricial (vertical preguntas y horizontal sujetos entrevistados). Posteriormente de acuerdo a la categorización se pasó a un programa Spss versión 17, para hacer tablas cruzadas.

El modo de análisis cualitativo para la clasificación en este caso se hace partiendo de la evidencia discursiva de los testimonios para operativamente acercarnos a la estructuración teórica conceptual, utilizando los criterios básicos que las personas aludían con referencia

El siguiente trabajo se realizó a través de categorías, nos apoyamos en la teoría de cultura empresarial, y partir de la pregunta abierta tomada como eje central ¿Qué es lo que no le gusta de su empresa? las categorías que se encontraron son:

Factores Exógenos, Condiciones de la Empresa, Implicación de Aspectos de Producción, Función y Procesos del Mercado, Capital Finito (con referencia al tiempo), No le Gusta la Actividad que Realiza o Desempeña, Los que Opinan Bien de su Empresa, y Residuales.

Cultura Organizacional, o Cultura Corporativa, comprende las experiencias, creencias y valores, tanto personales como culturales de una organización.

El concepto genérico de cultura es clave en las ciencias sociales que evoca la existencia de un conjunto de valores, hábitos y costumbres que caracterizan a un grupo social vinculado a un determinado territorio, una nación, un Estado. (Bretones y Mañas, 2009).

La cultura organizacional se ha definido como "una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización. Los valores organizacionales son creencias e ideas sobre el tipo de objetivos y el modo apropiado en que se deberían conseguir. Los valores de la organización desarrollan normas, guías y expectativas que determinan los comportamientos apropiados de los trabajadores en situaciones particulares y el control del comportamiento de los miembros de la organización de unos con otros" (Hill y Jones, 2001).

Desarrollo

Capital Finito (Con referencia al tiempo)

Para Fontana, D. (1995, p.1). Propone el manejo del tiempo "necesidad de identificar el tiempo como un capital finito y no como un recurso renovable; para lo cual se plantean los siguientes aspectos: identificar las necesidades profesionales y los objetivos, diferenciar entre lo urgente y lo importante; lo marginal y lo que no tiene importancia".

A veces absorbo mucho mi tiempo con la familia por el trabajo. (Entrevista 7) (Micro) (Diseño de Vestidos y trajes, 6 personas, 8 años)

Que trabajo 363 días al año. (Entrevista 35) (Micro) (Compra y venta de carne, 5 personas, 18 años)

Que me absorbe mucho tiempo y he tenido que sacrificar incluso tiempo de mi familia y que las prendas son muy laboriosas. (Entrevista 68) (Pequeña)

Algo que no me guste... si, son las urgencias, ja ja ja. Es que todo les urge y hay veces que me tengo que quedar muy noche, o ya a veces voy de salida y me dicen no pos que urge esto y lo quiero, y me tengo que regresar, o ya se ha ido la gente y la tengo que ir a buscar, oye vengo que para que me ayudes a hacer este trabajo, y ya lo ando entregando a las 2, 3 de la mañana, luego me hacen trabajar a veces el domingo, eso es lo que no me gusta de mi empresa, que son las urgencias, ja ja ja. (Entrevista 75) (Micro) (Industrial, 8 personas, 2 años)

Duración de la jornada de trabajo

La distribución irregular del tiempo de trabajo es una herramienta que proporciona flexibilidad a las empresas para adaptar la capacidad productiva a las oscilaciones de la demanda. Este aumento de flexibilidad permite a la empresa planificar más eficientemente el tiempo de trabajo y obtener diversas ventajas y beneficios (Corominas, A. 2004).

Que las jornadas de trabajo se prolongan por más de las ocho horas, pero ni modo hay que terminar el trabajo. (Entrevista 370) (Micro) (Carpintería, 8 personas, 12 años)

No es que no me guste, son muchas horas es un trabajo muy demandante porque te demanda estar las 24 horas del día atendiéndolo es que es muy desgastante trabajar 18 o 16 horas diario no es algo que no me guste pero si es muy desgastante. (Entrevista 90) (Pequeña) (Panadería, 20 personas, 15 años)

Que ocupa mucho tiempo. (Entrevista 95) (Micro) (Comercio, 3 personas, 3 meses)

Que me absorbe todo el día. (Entrevista 259) (Micro) (Elaboración de pan, 3 personas, 10 años)

Que es un trabajo de tiempo completo. (Entrevista 336) (Micro) (Productos naturales, 6 personas, 15 años)

Lo que no me gusta es que, a veces no tengo mucho tiempo para convivir con mi familia, con mis hijos. (Entrevista 188) (Pequeña) (Fabricante de ropa, 20 personas, 14 años)

Que esta uno esclavizado todo el día, pero fíjate que lo hago con gusto es para el bienestar de mi familia. (Entrevista 235) (Micro)(Helados, 3 personas, 5 años)

Que aquí se pasa todo el día uno pero vale la pena por mi familia. (Entrevista 236) (Micro) (Peletería y heladería, 2 personas, 3 años)

Que no siempre se está con la familia el tiempo que se quisiera. (Entrevista 343) (Micro) (Venta de ropa, 2 personas, 10 años)

Horas Extras

Existe una tendencia creciente a la ampliación y variabilidad de los horarios tanto en los establecimientos fabriles como en los dedicados a la prestación de servicios, consecuencia de la globalización de la economía y de un aumento de la competencia.

El desgaste que he sufrido como persona ante la necesidad de viajar y dedicar gran parte de mi vida, y a veces tener que sacrificar momentos dentro de esta. (Entrevista 125) (Pequeña) (Amoníaco Agrícola, 15 personas, 12 años)

De que siempre estoy dentro de la empresa pues casi todo el día me encuentro en ella. Pues se tiene que entregar como quien dice “con todo” jajajaja. (Entrevista 127) (Grande) (Elaboración de diferentes vinos, 200 personas, 75 años)

¿Qué no me gusta, desde el punto de vista empleado o desde que punto?, mira que no me gusta de la empresa, yo soy encargada, yo no soy la dueña, te digo yo llevo todo; pero los horarios, porque no tenemos, nuestro horario es de ocho a tres y de cuatro y media a siete, pero de hecho los muchachos pues son los que están ahorita, ellos andan quedándose en otros estados por que como cubrimos instalaciones en toda la republica, y ellos

prácticamente no tienen tiempo para estar con su familia, hay veces que tienen que estar en el taller a las tres de la mañana soldando, al igual yo como secretaria tengo que salir aquí corriendo si me hablan, si algo pasa, yo estoy al pendiente de todo el negocio, entonces si, eso es lo que no me agrada.. (Entrevista 183) (Pequeña) (Fabricación, venta, renta de lonas, 15 personas, 20 años)

Que no se venda y estar todo el día allí. (Entrevista 230) (Micro) (Tabiquería, 3 personas, 25 años)

Lo que no me gusta a mí es de que... como te diré. No me disgusta porque yo sé que hay mucho trabajo pero así tiene que ser, sino hubiera ventas no estuviéramos trabajando. Que hay veces que uno tiene que madrugar mucho pero eso es, son cuestiones de que... del trabajo. Así se necesitan, no tiene porque disgustarme. . (Entrevista 271) (Micro) (Panadería, 6 personas, 1 año)

Que es muy amarrada necesito estar siempre muy al pendiente no puedo descuidar el negocio. (Entrevista 355) (Pequeña) (Artesanía, 26 personas, 25 años)

Que es diario estar aquí trabajando hasta los domingos. (Entrevista 398) (Micro) (Tortillería, 7 personas, 25 años)

Horario de Trabajo

La realización de jornadas irregulares implica un empeoramiento de las condiciones laborales difícil de aceptar. La flexibilidad del tiempo de trabajo en las empresas ha ido acompañada normalmente de algún tipo de compensación como por ejemplo una reducción del tiempo de trabajo, un aumento de retribución o la seguridad de un puesto de trabajo y un salario estable.

Los horarios de trabajo son muy hostigadores. (Entrevista 276) (Pequeña) (Elaboración de pan, 18 personas, 40 años)

La levantada tan temprano. (Entrevista 129) (Micro) (Venta de fruta y jugo, 4 personas, 80 años)

Que es un trabajo que hay que trabajarlo desde temprano, que es un poco frío, por el hielo, las bajas temperaturas. (Entrevista 215) (Micro) (Comerciante, 6 personas, .6 años)

Las desveladas para sacar la producción temprano. (Entrevista 272) (Micro) (Panadería, 10 personas, 10 años)

Levantarme a las 6 de la mañana (Entrevista 277) (Micro) (Panificadora, 1 persona, 20 años)

El horario de trabajo que es de las 5:00 a.m. hasta las 10:30 p.m. (Entrevista 285) (Micro) (Elaboración de Pan, 7 personas, 17 años)

Que me absorbe mi tiempo. (Entrevista 384) (Micro) (Tortillería, 3 personas, 10 años)

Mira, lo único que no me gusta y yo creo que nunca me va gustar, es que me tengo que levantar a las cinco de la mañana todos los días, pero yo creo que nada mas es levantarme, porque trabajar dentro de una empresa como esta, atender a la gente, yo creo que no se compara a lo mejor ni con el dinero que ganas. (Entrevista 390) (Micro) (Alimenticio, 5 personas, 7 años)

Periodos de Descanso

Por mucho que gratifique un puesto de trabajo o la empresa, a estos empresarios les inquieta los pocos periodos de descanso que pueden tener, en lo correspondiente a las vacaciones, un puente, o una excursión para el fin de semana; debido a que lo consideran igualmente importante para el bienestar, para la salud y por su propia seguridad.

Todo me gusta, que casi no dan días de descanso bueno si dan pero en los festivos te los pagan doble verdad, pero pos uno no quisiera tanto el dinero sino descansar. (Entrevista 63) (Pequeña) (A venta de muebles y zapatos, 13 personas, 40 años)

Lo esclavizante de hecho la siguiente etapa ya implica tener un horario de trabajo, porque hay veces que no mas del trabajo a la cama y luego a la cama a dormir, pues estrictamente porque vida social pues no hay, pero básicamente es eso que no existe tiempo que no sea para trabajar o para diseñar cosas, que es muy a fin de cuentas muy rica y se puede vivir y se puede vivir muy bien Allí me refiero a espiritualmente hablando pero de repente si hace falta tener un tiempito de sabes que este te están doliendo las anginas chavo no puedes ir hoy .. (Entrevista 97) (Micro) (Diseño y manufactura de metales, 7 personas, 8 años)

Que tengo que chambearle diario. (Entrevista 100) (Micro) (Carpintería, 4 personas, 1 años)

Es muy difícil batallar con el personal y pues aparte uno no puede salir casi de vacaciones pues porque siempre está uno pues atado al comercio verdad y es muy difícil es muy poco lo que salimos de vacaciones o sea si salimos pero pues no demasiado ya que dependemos de él, es lo que uno les dice a sus hijos pues si les gusta pasear, salir de vacaciones pues tienen que superarse y tienen que estudiar, pues para que no sean comerciantes pues porque el comercio tiene sus ventajas y sus desventajas, a veces tienen un cinco en la bolsa pues por ejemplo cuando están en una oficina pues tienen sus vacaciones, nosotros estamos más esclavizados así es el comercio, todo tipo de comercio pues por eso uno siempre les está diciendo a sus hijos supérense y estudien si no les gusta el comercio ya saben lo que tienen que hacer y ya van creciendo lo van entendiendo. (Entrevista 171) (Micro) (Dulces y cajeta, 10 personas, 29 años)

Que es cansado y tienes que dedicarle casi todo el día al negocio casi sin descansar pero vale la pena. (Entrevista 194) (Micro) (Venta de mariscos, 4 personas, 3 años)

Que tengo que abrir todos los días. (Entrevista 200) (Micro) (Comercio, 2 personas, 7 años)

Que no hay vacaciones. (Entrevista 205) (Pequeña) (Mueblería, 11 personas, 5 años)

Que es un trabajo diario y no hay días de descanso. (Entrevista 246) (Micro) (Panadería, 6 personas, 15 años)

Lo que no me gusta de la empresa pues podría ser de que los días festivos o los tiempos de vacaciones es cuando más trabajo tenemos y privamos a la familia en esos días. (Entrevista 301) (Micro) (Industrial, 4 personas, 14 años)

Que como somos muy pocos trabajando en ella nos tiene muy amarrados pero vale la pena. (Entrevista 327) (Micro) (Elaboración de productos naturales, 4 personas, 3 años)

Que desafortunadamente no hay días de descanso, pues a rareza sería el 1º de enero, el 25 de diciembre, pues como sabe las tortillas es un producto como se sabe regularmente se consumen y si dejas de vender un día tus clientes se van a otra, y dejan de ir a tu tortillería, tienes que tener una estabilidad. (Entrevista 382) (Micro) (Comercial, 5 personas, 7 años).

Análisis de Resultados

Figura 1. Capital Finito (con referencia al tiempo).



Fuente: Elaboración propia

Es el capital finito un aspecto relevante y de preocupación principalmente para los empresarios (pequeñas y medianas empresas), se está valorando como un recurso no renovable motivo por el cual fue clasificado en: duración de la jornada de trabajo, horas extras, horario de trabajo y periodos de descanso.

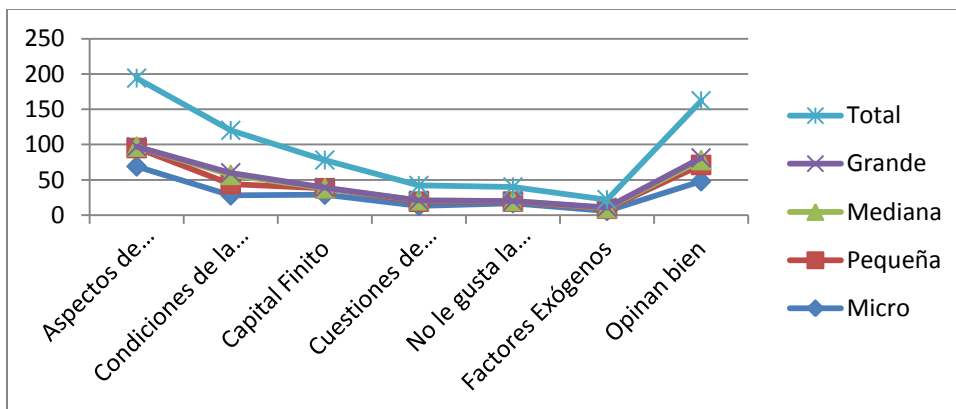
Tabla 4 Clasificación de las empresas por su tamaño, respecto a ¿Qué no le gusta de su empresa?

	Tamaño	
--	--------	--

¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Aspectos de producción	69	26	2	0	97
Condiciones de la empresa	28	16	13	3	60
Capital Finito	29	9	0	1	39
Cuestiones de Mercado	13	6	2	0	21
No le gusta la actividad	17	2	1	0	20
Factores Exógenos	6	3	1	1	11
Opinan bien	48	23	7	3	81
Omisiones	55	29	6	1	91
Total	265	114	32	9	420

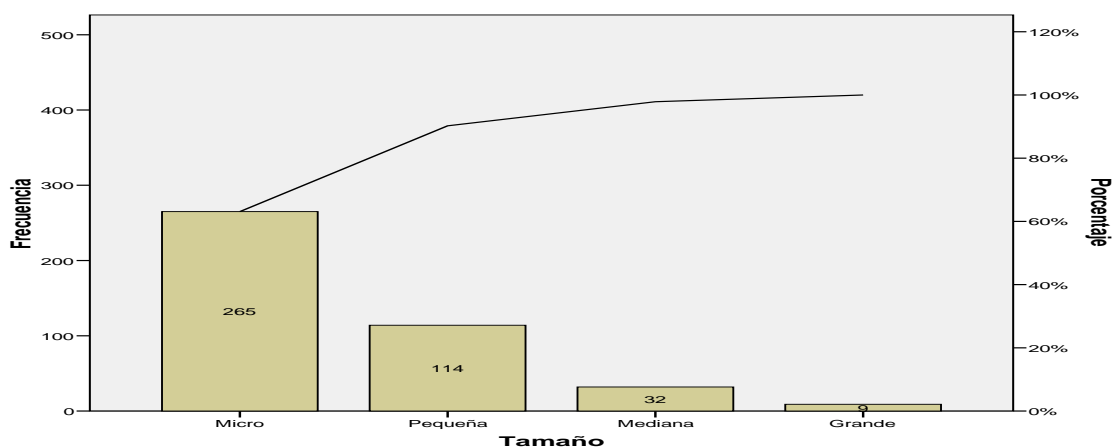
Fuente: Elaboración Propia

Figura 3. Gráfica de las empresas por el tamaño vs Aspectos que no les gusta a los empresarios.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 4. Diagrama de Pareto de la clasificación de las empresas por su tamaño (Porcentajes)



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5

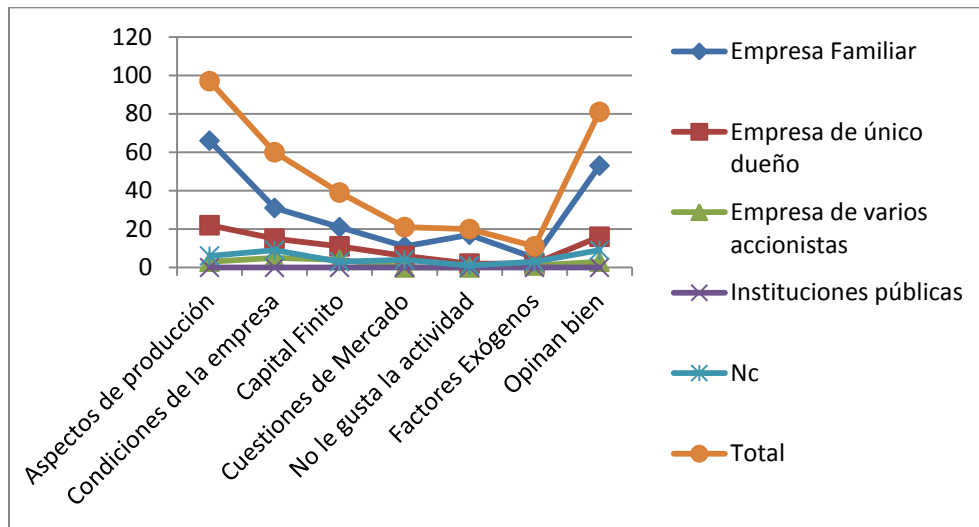
Clasificación de las empresas por el tipo, respecto a ¿Qué no le gusta de su empresa?

¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?	Empresa Familiar	Empresa de único dueño	Empresa de varios accionistas	Instituciones públicas	Nc	Total
Aspectos de producción	66	22	3	0	6	97
Condiciones de la empresa	31	15	5	0	9	60
Capital Finito	21	11	4	0	3	39
Cuestiones de Mercado	11	6	0	0	4	21
No le gusta la actividad	17	2	0	0	1	20

Factores Exógenos	5	2	1	0	3	11
Opinan bien	53	16	3	0	9	81
Omisiones	53	17	5	2	15	92
Total	257	91	21	2	50	421

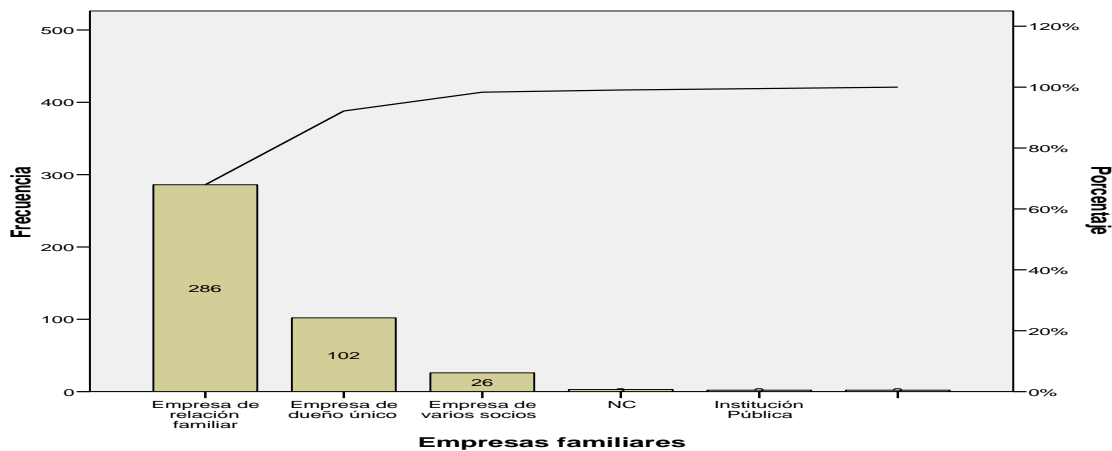
Fuente: Elaboración Propia

Figura 5. Gráfica de las empresas por el Tipo vs Aspectos que no les gusta a los empresarios.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 6. Diagrama de Pareto de la clasificación de las empresas por su tipo (Porcentajes)



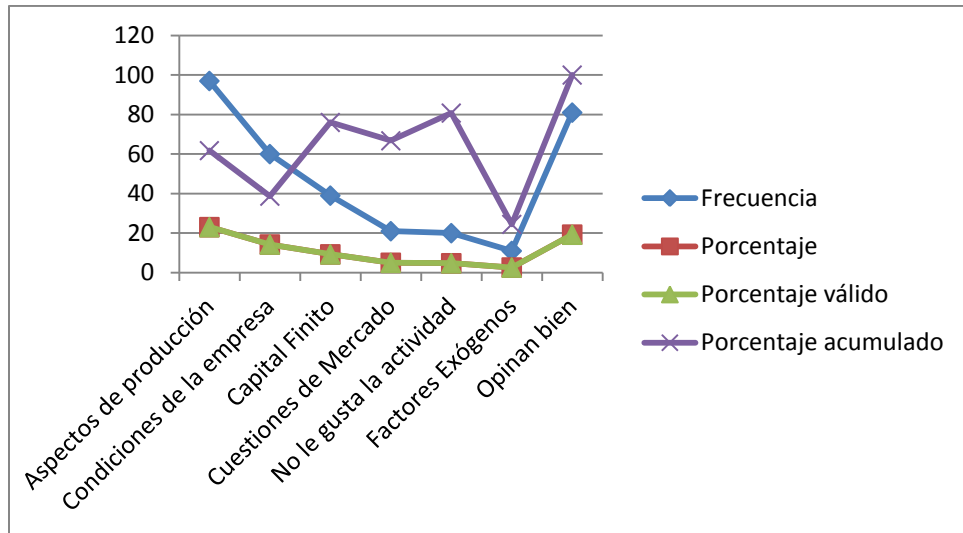
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 6 Clasificación de los aspectos, respecto a ¿Qué no le gusta de su empresa?

¿Qué es lo que no le gusta de su empresa?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Aspectos de producción	97	23	23	23
	Condiciones de la empresa	60	14	14	37
	Capital Finito	39	9	9	47
	Cuestiones de Mercado	21	5	5	52
	No le gusta la actividad	20	5	5	56
	Factores Exógenos	11	3	3	59
	Opinan bien	81	19	19	78
	Omisiones	92	21,9	21,9	100
Total	421	100,0	100,0		

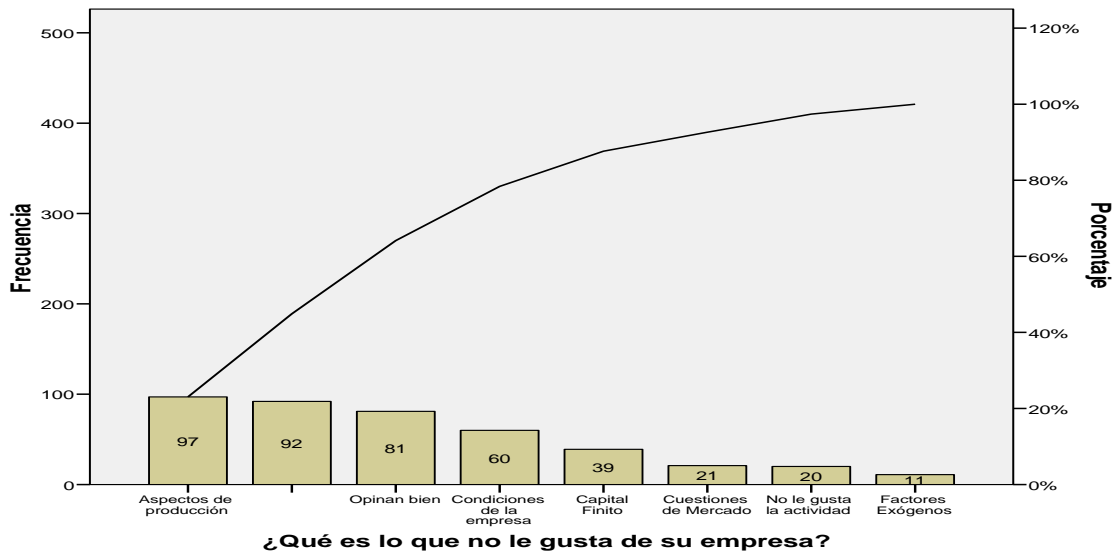
Fuente: Elaboración Propia

Figura 7. Gráfica de las empresas por aspectos de clasificación vs porcentajes.



Fuente: Elaboración Propia

Figura 8. Diagrama de Pareto de la clasificación de las empresas por estratificación (Porcentajes)



Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

El objetivo de este trabajo fue realizar una investigación sobre los aspectos que a los empresarios no les gustan de su empresa, realizando entrevistas, revisión de la literatura previa, identificando la cultura dentro de la gestión de las empresas, de la cuales 61.04% son familiares; una vez que se han

analizado los resultados de las características de la cultura de las empresas estudiadas, se encontraron datos reveladores que muestran indicios de los aspectos que ayudan a explicar las condiciones del sector estudiado.

De los indicadores analizados:

1. Por su tamaño el 63.095% son microempresas, el 27.14% son pequeñas empresas, 7.61% mediana y 2,14% grandes, como se ilustra en la figura 3, y 4. A los micro y pequeños empresarios no les gusta principalmente; los aspectos de producción que representan el 23.09% de todos los aspectos, en segundo lugar para estos dos grupos, y que además también lo comparten con los medianos y los grandes empresarios se encuentran aquellos que opinan bien de su empresa con un 19.28% véase tabla 4; para los medianos y grandes empresarios el aspecto de mayor relevancia son las condiciones de la empresa con el 14.28%., las puntuaciones más bajas fueron otorgadas a factores exógenos.

2. Por el tipo de empresa el 68% son empresas familiares, y el 22% empresas de un único dueño, como se ilustra en la figura 5. Para este tipo de empresas también el principal aspecto que nos les gusta a sus propietarios son los aspectos de producción con el 23.04% véase tabla 2. Siendo las empresas familiares las de mayor porcentaje es posible concluir que estas se caracterizan principalmente por sus creencias, valores, normas, comportamientos, metas y tradiciones.

3 Por frecuencias de respuestas el aspecto que no les gusta a los empresarios es el la producción con el 23%, seguido por los que opinan bien de su empresa y con el 19% condiciones de la empresa con el 14% véase tabla 3 y figura 6, 7. Considerando estos porcentajes y testimonios vertidos por los propios empresarios es posible aseverar que existe una tendencia hacia una cultura donde se le va dando mayor reconocimiento y formalidad, en donde se establecen reglas y normas hacia su interior.

Este tipo de empresas cuentan con diversos factores contingentes como el tamaño, el giro, el tiempo de fundación, la sucesión generacional y el tipo de empresa, que originan una cultura diferente. Junto con los valores transmitidos por el propietario son fundamentales para que se mantenga competitivamente en su respectivo mercado.

Mapa conceptual y la tabla 7 implican los aspectos encontrados en la investigación, respecto a los testimonios vertidos por los empresarios de la micro, pequeña, mediana y grande industria. Aquí es posible visualizar a grandes rasgos los aspectos y a su vez las clasificaciones de cada uno de estos. Figura que permite contextualizar que no les gusta de su empresa con respecto al tiempo como

capital finito, tanto a los dueños y encargados de primer nivel; siendo estas empresas que ellos mismos administran.

REFERENCIAS

Acevedo, J. (1987). *Material complementario sobre esquema general de organización*. La Habana: Ediciones CUJAE.

Cameron, S. y Quinn, R.(2006). *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. San Francisco USA: Editorial Jossey – Bass..

Corominas, A. Lusa, A. Pastor, R. (2004). *La jornada anualizada como medio para hacer frente a las variaciones de la demanda*. *Dirección y Organización: European Journal of Operational Research*. 30, 170-177

Chase, R., Aquilano, N. y Jacobs, F.(2000). *Administración de producción y operaciones. Manufactura y servicios*. Santa Fe de Bogotá: McGraw-Hill

Davis, J. y Tagiuri, R. (1982). *Elementos clave: Dos o más miembros de una familia influyen en la dirección del negocio a través de ejercicios de roles de administración o derechos del dueño*. EUA.: Harvard Business.

Fontana, D. (1995). Manejo del tiempo. *El manual moderno, S.A de C.V*. Santafé de Bogotá

Guinn, T., Allen, C. y Semenik, R. (2004). Entrepreneurship as radical change in the family business: exploring the role of cultural patterns: *Family Business Review*.*Publicidad y comunicación integral de marcas*. México, D.F.: Internacional Thomson Editores, S.A. de C.V. Hall, A. Melin, L. y Nordqvist, M. pp. 193.

Hernández, A.(2005). *Seguridad e Higiene Industria*. México, D.F.: Limusa.

Hilton, W. y Gordon, R. (2007). *El Proceso Administrativo, Presupuestos*. México: Prentice Hall.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (18 de noviembre del 2010). Recuperado de WWW.inegi.gob.mx

Lamb, C. y Hair, F. (2006.). *Marketing Instructor's Manual*. Cincinnati: South-Western Publishing Co. p.8

Mintzberg, H. (1991). *Mintzberg y la Dirección*. México.: Ediciones Díaz de León, S.A.

Montana, P. (2005). *Administración*. México, D.F: Editorial continental.

Peters, T. y Waterman, R. (1984). *En busca de la Excelencia*. USA.: Warner Books,

Robbins, S y Coulter, M. (2005, pp. 9, 158, 234, 480). *Administración*. México, D.F.: Pearson-Prentice Hall, S.A de C.V.

Schroeder, R. (2005). *Administración de operaciones, conceptos y casos contemporáneos*. México.: McGraw Hill,

Secretaría de Economía. (junio de 2006) Recuperado de <http://www.siem.gob.mx/portalsiem/estadisticas/repsector>

Thevenet M. (1992). *Auditoria de la Cultura Empresarial*. Madrid.: Editorial Díaz de Santos.

Trechera, J. (2004). *Como gota de agua. La Psicología aplicada a las organizaciones*. Bilbao: Desclée de Brouwer..

Wilking, A y Dyer, J. (1988). *A process model of organizational change in cultural, the impact of organizational culture on leading*. USA:Journal.

(2 de noviembre de 2010).Recuperado de <http://www.uas.mx/cursoswebct/presupuestos/lec1.htm> .

Apéndice

Tabla 7. Resultados de las entrevistas

Capital Finito (Con referencia al tiempo)	<p>A veces el manejo exitoso del tiempo puede considerarse una meta escurridiza, ya que en ocasiones parece que mientras más duro trabajamos más presionados estamos, y estos esfuerzos comienzan a repercutir en nuestra vida personal.</p> <p>Los empresarios coinciden en la administración del tiempo, se refieren a analizar su uso de este recurso en forma regular, para comprender la forma más adecuada de usarlo en forma efectiva. Manejar su tiempo les obligará a ser explícito en cuanto al valor que le da a su vida personal y profesional, y les permitirá dirigir sus esfuerzos en concordancia. Controlar su tiempo les ayudará a mantener el equilibrio entre las múltiples presiones bajo las cuales están sometidos, facilitándole entonces el logro de sus objetivos, y evitando el estrés y el cansancio.</p>
---	---

Duración de la jornada de trabajo	<p>En el sector servicios la dispersión de los hábitos sociales y la competencia llevan a horarios de actividad extendidos (más amplios que los horarios de los trabajadores).</p> <p>Para estos empresarios la preocupación latente que en nuestra sociedad la conciliación de la vida laboral con la vida personal y familiar se está convirtiendo en un valor cultural y social.</p>
Horas Extras	<p>Un aspecto importante es las cuentas de horas; ya que representan una modalidad de flexibilidad según la cual cada empresario, en todo momento dispone de un saldo de horas, para el crecimiento de su negocio.</p>
Horario de Trabajo	<p>Aspecto de molestia en los empresarios, aunque existe la consciencia de que es el empresario quien diseña los horarios de trabajo de su negocio.</p>
Periodos de Descanso	<p>Aunque la gratificación de un puesto de trabajo o de la empresa es grandiosa, a estos empresarios les inquieta los pocos periodos de descanso que pueden tener, en lo correspondiente a las vacaciones, un puente, o una excursión para el fin de semana; debido a que lo consideran igualmente importante para el bienestar, para la salud y por su propia seguridad.</p>