

“El Valor Económico Agregado Como Estrategia Financiera Para La Competitividad De Las Pymes”

M. EN A. FRANCISCO JAIME ARROYO RODRÍGUEZ

DRA. JOSEFINA MORGAN BELTRÁN

DR. LEÓN MARTÍN CABELLO CERVANTES

RESUMEN

El trabajo de investigación se sustenta en la teoría financiera y metodológicamente se aborda desde la perspectiva del Modelo de Valor Económico Agregado con la aplicación de un diseño de investigación documental, con el procesamiento de datos se determinó que la correcta aplicación en la PyME del modelo del Valor Económico Agregado, permite identificar los productos y áreas que contribuyen a la creación de valor en la organización. La investigación se realizó en la ciudad de Querétaro tomando como base los estados financieros tradicionales de una empresa del ramo de servicios con el propósito de realizar el análisis del origen de las utilidades y la aplicación del modelo del Valor Económico Agregado en la Pyme. Se concluye que la PyME genera valor al realizar un análisis financiero que permita identificar el origen de la rentabilidad y la correcta interpretación de sus estados financieros.

Palabras clave: PyME, estados financieros, utilidad económica, valor agregado

ABSTRACT

The research work is based on financial theory and methodologically is addressed from the perspective of economic value-added model with the implementation of a design of documentary research, with the processing of data was determined that the correct application in the Pymes in the economic value-added model helps identify products and areas that contribute to the creation of value in the organization. The research was conducted in the city of Querétaro, on the basis of the traditional financial statements of an enterprise of the branch of service in order to carry out the analysis of the origin of profits and the implementation of the economic value-added model in the Pymes. Concludes that the Pyme generates value to perform a financial analysis to identify the origin of the profitability and the correct interpretation of their financial statements.

Keywords: Pymes, financial statements, economic utility, added value

INTRODUCCIÓN

La pequeña y mediana empresa es parte fundamental del cambio estructural en los procesos de recuperación y reordenación económica, en virtud de tener amplia flexibilidad operativa, se adapta a condiciones regionales, requiere de menor tiempo para la adecuación de sus proyectos, ocupa mano de obra de manera extensiva, participa en la formación de futuros empresarios y aprovecha la atomización del ahorro. Sin embargo, muchas de este tipo de empresas están inmersas en la operación diaria preocupadas en tratar de sobrevivir, o en su caso, al momento de iniciar un negocio propio muchos propietarios se enfrentan a problemas o situaciones que no habían dimensionado, como son entre otros aspectos, la parte operativa, cumplimiento de obligaciones fiscales, análisis financiero, diseño de estrategias, toma de decisiones.

A pesar del potencial que representa la pequeña y mediana empresa dentro de la sociedad no se ha reconocido y apoyado su crecimiento adecuadamente, lo cual ha sido una de las principales causas del fracaso de este tipo de empresas. Toda pequeña y mediana empresa, desde que inicia estará sometida a presiones externas derivadas del mercado y el ambiente donde se desenvuelve, y presiones internas originadas por factores endógenos. Por lo tanto, una organización eficaz y eficiente requiere que se analice detalladamente la misión de la empresa dentro del mercado tomando en cuenta los recursos económicos y humanos que tiene a su disposición, la distinción y aceptación en forma realista de las limitaciones de carácter personal que el empresario tenga, maximizar las características personales del empresario, tales como experiencia pasada, destreza en algún oficio o contactos de carácter personal. Asimismo, establecer como meta el servicio social, la utilidad neta y el crecimiento de la empresa.

De acuerdo a datos del censo económico 2004 realizado por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) en México existían 3,005,157 unidades económicas, de las cuales, el 99.6% está constituido por micro, pequeñas y medianas empresas, generan el 66.9% del empleo y aportan el 52% del Producto Interno Bruto.

El objetivo fundamental que se persigue en la presente investigación es demostrar que las empresas pequeñas y medianas siguen un modelo tradicional que la mayoría de las veces no les permite lograr el éxito esperado. Se analiza la importancia que tiene para la PyME conocer las principales fuentes de rentabilidad y la aplicación del Valor Económico Agregado para conocer la utilidad económica de la empresa.

LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA EN MÉXICO

Carriedo (1977a) menciona que desde los tiempos inmemoriales los hombres se han agrupado coordinando sus esfuerzos y aplicándolos en la prosecución de un fin común, la naturaleza misma del hombre es la de un ser gregario, no solamente en la convivencia, sino también en el trabajo.

Las ventajas de unirse para realizar un trabajo en común se hicieron evidentes, las grandes realizaciones de la antigüedad demuestran que hubo una organización que permitió la coordinación exitosa de los esfuerzos humanos, la división del trabajo, fenómeno que se encuentra en todas las empresas modernas, nació de la diferencia de habilidades y fuerzas entre los componentes de una misma familia. Las tareas más duras y peligrosas debieron desempeñarse por el padre, las delicadas y cuidadosas por las mujeres y los niños.

En las primeras organizaciones se advierten ya las características industriales o comerciales, la empresa familiar fue, sin duda, la primera manifestación de esfuerzos coordinados de los individuos para obtener un producto que, al principio, satisfacía las necesidades del mismo grupo industrial y, posteriormente, sirvió para cambiarlo por otros satisfactores, naciendo así el comercio a base de trueque, el cual encierra un contenido mercantil, presupone que el grupo de economía cerrada alcanza un exceso en su producción de satisfactores y carece de cierto tipo de otros, producido por individuos o grupo de individuos distintos.

Las primeras organizaciones manufactureras se presentan bajo dos modalidades: las descentralizadas, que concentran el trabajo de un gran número de obreros que viven en el campo y entregan a una unidad fabril sus productos para ser sometidos a un último proceso de acabado y teñido en la misma; las centralizadas, que reúnen bajo un mismo techo a un grupo de obreros que son sometidos a una vida de cuartel, con una estrecha supervisión del trabajo y una "austeridad monástica" que incluía horarios para las labores, la comida, el rezo y el sueño.

En los acontecimientos precedentes a la revolución industrial Ríos y Paniagua (1990b), comentan que este período se caracteriza por una apacible vida rural y de pequeñas ciudades con escasos y lentos indicios de progreso en los que los cambios se generaban en períodos muy prolongados. Asimismo, como lo menciona Ashton (citado por Ríos y Paniagua, 1990a) la producción se destina fundamentalmente al autoconsumo aunque se inicia un comercio principalmente en las villas cercanas al lugar en el que reside el productor, existe un número reducido de asalariados, el trabajo se hace en el campo y en el propio hogar bajo formas familiares, interviniendo el trabajador en todo el proceso productivo, lo que le permitía expresarse y realizarse en su obra.

Por otra parte no se conocía el lucro en su concepción actual, como aparece reflejado en un tratado Del Comercio y de la Usura, del año 1524 (citado por Ríos y Paniagua, 1990c) "En este comercio no debes proponerte más que buscar tu alimentación suficiente; después calcular y computar el coste, el esfuerzo, el trabajo y el peligro y con arreglo a eso, poder aumentar o rebajar la mercancía para que obtengas recompensa por este trabajo y esfuerzo"(p.170).

Antecedentes de la pequeña y mediana empresa en México

En lo que se refiere a la función de la pequeña empresa en la economía nacional se puede comentar que México estuvo habitado, antes de la llegada de los españoles, por diferentes pueblos, tales como los chichimecas, zapotecas, mixtecos, huastecos, totonacas, olmecas, toltecas, mayas, teotihuacanos y aztecas, entre otros. Siendo estos últimos los que poblaron el Altiplano Central y constituyeron una de las culturas más resplandecientes del período prehispánico.

En 1325 los aztecas fundaron la gran ciudad de Tenochtitlán, y ya en esa época existían los pochtecas o comerciantes, Bernal Díaz del Castillo (1955) habla de los tianguis de Tlatelolco que pueden compararse en muchos aspectos con los modernos centros comerciales.

También Fray Toribio de Benavente (1971), mejor conocido como Motolinía, menciona lo que hoy conocemos como tianguis.

Por su parte Jacques Soustelle (1988) señala que antes de la conquista existían comerciantes que en tianguis, vendían sus mercancías tales como verduras, aves, peces, telas y baratijas; este tipo de comerciantes no formaban una clase específica entre la población. Había otros, los Pochtecas, que eran comerciantes que tenían el monopolio del comercio exterior y constituían una clase privilegiada.

Los jefes de estas organizaciones preparaban y dirigían caravanas que marchaban a provincia para vender los productos de México (telas, tinturas de cochinilla, hierbas medicinales, etc.). De provincia traían también artículos que eran considerados más bien de lujo (jade verde, esmeraldas, caracoles marinos, etc.). Estos comerciantes hacían el pago de impuestos, el cual era previamente descontado de sus mercancías, por otra parte, estaban eximidos de trabajos materiales y del servicio personal. El fraile De Sahagún (1999) hace referencia a los tianguis y de las costumbres de los trueques y que el mercado o pochtlan más importante era el de Tlatelolco.

Los mercaderes mexicanos hicieron también el comercio marítimo en muchas barquillas, así en el seno mexicano como en los mares del sur había muchos comercios llevados a cabo por agua en la laguna de México, como lo era el pescado, algunas semillas, legumbres, frutas y flores.

Todo lo que no se transportaba por agua se llevaba a cuestras, para lo cual, había gente que desempeñaba este trabajo; se les llamaba Tlamama o Tlameme y eran enseñados desde niños a ese

ejercicio en que debían emplearse toda la vida. El tráfico de muchos artículos estaba monopolizado por el Estado. Esto sucedió durante mucho tiempo con la ropa, el vino, adornos y otros géneros. En México y Perú se prohibió el cultivo del cáñamo y del lino, solo se permitió que se tejiesen las sedas, el algodón y la lana.

La metrópoli, pese a que gravaba a las colonias con grandes impuestos, no tuvo escrúpulos en imponerles en el año de 1543 derechos de aduana a todos los productos que llegaban a sus puertos desde las Indias. Los impuestos vigentes en las colonias se destinaban casi en su totalidad a la Metrópoli, al sostenimiento de las iglesias católicas y al pago de los sueldos de los empleados y funcionarios de la colonia.

El impacto que causó la política monopolística y la expoliación fiscal fue funesto para el desarrollo económico de las colonias, ya que llevó los precios a niveles altísimos en relación a la capacidad adquisitiva de la población y limitó las posibilidades de una pequeña empresa floreciente y numerosa.

Mientras los pobladores de las 13 colonias inglesas se situaron en los bordes de la costa y en las riberas de sus caudalosos ríos, desarrollando la agricultura, la ganadería y a la vez creando fábricas y astilleros, lo cual, les permitió desarrollar un gran comercio interno donde floreció estupendamente la pequeña empresa, a la vez que comerciaban con Inglaterra por medio de buques, los españoles establecieron la mayoría de las poblaciones importantes en Centro y Sur América, lo cual, les obligó a realizar largos recorridos.

Si la política monopolista, la expoliación fiscal y la ubicación de las poblaciones ricas alejadas de los puertos y detrás de cordilleras de montañas fueron los factores principales del tremendo encarecimiento de los productos, las instituciones que el conquistador estableció en sus dominios fueron la causa del envilecimiento del trabajo y, en consecuencia, del gran impedimento para la formación de un gran mercado consumidor, requisito fundamental para el desarrollo tanto de la gran empresa como de la pequeña empresa.

La economía prevaleciente en la mayoría de las regiones de la América Latina de aquella época, cuyos aspectos perduraron durante años después de la Independencia, obstaculizó el florecimiento del libre comercio, y en consecuencia, el de la pequeña empresa.

Al separarse las colonias españolas establecieron el comercio con todos los países del mundo; ya desde mediados del siglo pasado, empezaron a establecerse los ferrocarriles y a desarrollarse la navegación a vapor. En 1914 se abre el canal de Panamá, grandes inmigraciones europeas se vuelcan sobre la América Central y la del Sur, trayendo consigo variadas artesanías, conocimientos, técnicas nuevas, así también ideas progresistas para el desarrollo de los negocios. Más tarde vienen

las carreteras y los automóviles, y después la aviación comunica a todos los confines del continente. Paralelamente surgió la inversión extranjera como la inglesa, europea y la norteamericana.

Con los grandes recursos aportados por las inversiones extranjeras y el ahorro interno se fueron creando grandes empresas mercantiles, agrícolas, industriales y mineras, cambiando totalmente el panorama económico que parecía estático a mediados del siglo pasado.

Agustín Cue Cánovas (1993) hace referencia al comercio en la época de la Colonia y lo describe de la siguiente manera, tres etapas generales deben distinguirse en la evolución mercantil en nuestro país en dicha Época Colonial, la primera que fue de 1521 a 1810. Se caracterizó este periodo por la explotación de metales, principalmente plata, la que se exportaba a Europa. Pero los beneficios más importantes no fueron para España sino para Inglaterra, Holanda, Francia, Italia y Alemania, a través del comercio de la piratería y el contrabando, desarrollado principalmente en el siglo XVIII.

La segunda que abarca de 1810 a 1880. Durante este periodo, los beneficios del comercio mexicano fueron para Inglaterra. La tercera que abarca de 1880 a la fecha. En relación a la función de la pequeña empresa Leonardo Rodríguez (1980) comenta que desde los comienzos de la colonización de América, España impuso en sus colonias una política económica transida de monopolismo y de expropiación fiscal, la cual frenaba el crecimiento de ellas y consecuentemente el desarrollo de la grande y pequeña empresa.

Sobre la creación de grandes empresas Jorge Carriedo (1977c) comenta que "La asociación de varias personas que unen sus actividades y sus capitales para lograr un fin común, hizo posible acometer grandes empresas: como el Canal de Suez, el Canal de Panamá, fábricas, astilleros, etc. Se había visto ya que este tipo de asociaciones, la unión de los capitales es más importante que la unión de las actividades de las personas agrupadas. Por esto, en los Estados Unidos de América se les llamó desde su origen sociedades de capitales o sociedades impersonales, desde luego que es necesaria la unión de las personas para formar la Sociedad, pero la actividad de éstas se reduce al voto en las asambleas; de modo que no se les exige ningún trabajo, simplemente que aporten el dinero correspondiente a sus acciones" (p.190).

La pequeña y mediana empresa en la época actual

Por sus características y potencialidades las Unidades Económicas Identificables de Negocios de estructura pequeña y mediana son parte fundamental del cambio estructural en los procesos de recuperación y reordenación económica, en virtud de tener amplia flexibilidad operativa y de adaptabilidad a condiciones regionales, requiriendo menos tiempo para la adecuación de sus proyectos, ocupando mano de obra de manera intensiva, participando en la formación de futuros empresarios y aprovechando la atomización del ahorro.

Barrow (1996) manifiesta que a las pequeñas empresas se les ha dedicado poca atención y que son contados los historiadores que se han molestado en registrar las contribuciones de la pequeña empresa a la sociedad aún cuando el primer artículo escrito que se conoce apareció hace más de 4000 años, en el cual se menciona la forma en la que los banqueros prestaban dinero con intereses, asimismo, menciona que las culturas antiguas, como son: árabes, babilonios, egipcios, judíos, griegos, fenicios y romanos contaban con un gran número de pequeñas empresas, las cuales, ofrecían productos y servicios de mala calidad provocando que los consumidores se sintieran engañados y defraudados, dando como resultado que estas empresas se convirtieran en objeto de desprecio.

En relación con la importancia de la pequeña empresa Weston y Brigham (1994), comentan que este tipo de empresas son vitales para la salud financiera de la economía de un país y que tales negocios son frecuentemente frágiles y susceptibles al fracaso por una mala administración principalmente en el área de administración financiera. Es importante mencionar que a principios de 1988 en México se promulgó la Ley para el Fomento de la Micro industria, sin embargo, Forteza Vargas (1998) menciona que las pequeñas empresas siguen siendo un sector marginado de la integración de la planta productiva nacional, al que difícilmente llegan los apoyos del gobierno y donde prevalece una alta resistencia al cambio.

En relación a la sobrevivencia de las empresas pequeñas Broom y Longenecker (1977) comentan que los negocios pequeños lograron sobrevivir los embates de la revolución industrial en donde las grandes empresas empezaron a dominar muchas áreas del comercio y de la industria, asimismo, hacen mención que muchas de las grandes empresas que existen hoy en día comenzaron como pequeños negocios hace sólo unos cuantos años.

Sobre el avance exitoso en los negocios pequeños Chisnall (1996) manifiesta lo siguiente "Cuando los negocios eran pequeños y los clientes escasos, las funciones especializadas en administración eran innecesarias. Los fundadores tenaces de estas jóvenes empresas conocían bien a sus clientes y casi tenían contacto diario con ellos. Pero cuando las empresas crecieron y los mercados se extendieron en territorio así como en ventas totales, intervinieron distintas funciones de administración. En la práctica de los negocios modernos, las funciones especializadas de producción, compras, personal, investigación y desarrollo y las finanzas, contribuyen al éxito en los negocios" (p.1 y 2).

Para Dickson (1994) el éxito de los negocios pequeños y medianos depende de la aplicación de una buena administración así como el reconocimiento objetivo de los problemas y además menciona que a medida que las empresas han progresado y se han hecho más científicas, las grandes empresas productivas han adoptado una técnica de administración llamada "el método científico". El enfoque

hacia una administración exitosa requiere que el gerente reconozca y defina con toda claridad los problemas de su negocio antes de que empiece a actuar ya que una de las principales dificultades con el empresario de pequeñas empresas es que se encuentra inmerso en la empresa, tan ocupado con las operaciones cotidianas que le resulta difícil darse cuenta de sus propios problemas.

En la mayoría de los casos quien opera un pequeño negocio y sea completamente honesto consigo mismo, reconocerá, después de pensarlo detenidamente y hacer su propia apreciación que él forma gran parte del problema. El hombre de pequeños negocios generalmente es un innovador, un hombre con imaginación e iniciativa, lleno de deseos de triunfo. Son precisamente estos factores los que determinan que él esté en la empresa por sí solo.

En razón de la forma de administrar un negocio Zamorano (1993) manifiesta que "La administración de los negocios antes conducida casi por instinto, necesita de mayor estudio y justificación. Antes se decía que los empresarios tenían talento natural, que nacieron sabiendo. Sin embargo, hoy en día, hay que saber pensar muy bien para manejar un negocio; todos los días hay que escoger entre alternativas, tomar incontables decisiones y todas ellas deben redundar en beneficio de la empresa" (p.14).

Para Drucker (1973) el principal recurso de las empresas modernas para lograr el éxito es el conocimiento, ya que mientras más cerca esté una empresa de una organización de conocimientos, más ejecutivos tomarán decisiones que tengan un impacto en la empresa y sus resultados. Por otro lado, Dorantes (1998) comenta que para que las pequeñas y medianas empresas logren el éxito deben llevar a cabo una planeación estratégica que les permita asimilar los embates de la competencia además de establecer propuestas agresivas que les permitan obtener una mejor posición ante los competidores, asimismo, estas empresas deben de elaborar un diagnóstico tanto de la organización como de su entorno con el fin de identificar las fuerzas con que cuenta, para aprovecharlas al máximo, así como los puntos débiles que debe corregir para evitar posibles conflictos y mejorar su productividad.

Sobre las posibilidades de que la pequeña empresa tenga éxito Bennett (1992) menciona que son mayores cuando existe un compromiso positivo hacia el crecimiento y que la fórmula incluye el establecimiento de objetivos, la planeación y coordinación de actividades de mercadotecnia, una comprensión de lo que es el efectivo, el establecimiento de sistemas y la organización de un equipo administrativo.

Actualmente la reingeniería de los negocios, como es, entre otros: la búsqueda de eficiencia, simplificación, toma de decisiones, cumplimiento de objetivos, profesionalización se está aplicando ya en pequeñas y medianas empresas con el fin de mejorar sus procesos y ser más competitivos, al respecto Peppard y Rowland (1996) comentan que en el pasado las estructuras organizacionales

tradicionales se han basado en funciones y jerarquías, lo cual, es muy lento y engorroso para enfrentar las necesidades del entorno competitivo actual, por lo que la reingeniería de procesos de negocios coloca los procesos firmemente en los programas de administración, rediseñándolos para lograr mejoras graduales y revitalizando la competitividad de la empresa.

Uno de los más trágicos eventos que le puede suceder a un empresario es que la empresa en marcha llegue a fracasar, ya que el fracaso no solo representa una pérdida y la ruina del empresario, sino que produce un efecto socio-económico de incalculables repercusiones para la sociedad, como es el desempleo, el cese de una fuente de contribución fiscal, ya sea, federal, estatal o municipal; además del impacto psicológico que la derrota implica para el empresario del negocio, el cual pudiera disuadirle de volver a comenzar.

Es importante considerar la información sobre la población y sobre el número de empresas que existen en el país, tomando como base el censo de población realizado en 2005 por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), en donde encontramos las siguientes estadísticas:.

EL EMPRESARIO MEXICANO ANTE LA CREACIÓN DE VALOR

En el surgimiento y evolución del sector empresarial en México la figura del dueño es muy importante, ya que se refiere a la persona que tiene el poder y a su vez es quien define el rumbo que debe seguir la empresa. Por contraste, en la época actual, la complejidad de factores de la economía, la especialización de funciones, la necesidad de tratar con la banca, con la bolsa y con el público inversionista exigen la cobertura plena o satisfactoria de una diversidad de aspectos que un solo individuo normalmente es incapaz de cumplir. La transparencia de determinadas decisiones que la normatividad exige y las autoridades revisan, obligan prácticamente a distinguir funciones y atribuciones en diferentes fases de la gestión empresarial.

Asimismo, debe tenerse en cuenta que la tendencia general consiste en reducir los gastos y obtener el máximo de utilidades; estas causas se convierten en factores que inhiben la generación de valor en beneficio de los actores y de la sociedad en general. Por otra parte, los empresarios se enfrentan a una cultura sindical cuya principal característica es generar valor político, lo cual, constituye una limitante a las posibilidades de generar valor para la empresa. Un sindicato que comprendiera que su responsabilidad principal es la estabilidad laboral y el bienestar de sus agremiados, consideraría más el éxito de la empresa.

PANORAMA DE LA CREACIÓN DE VALOR

En la década de los cincuenta, la atención principal estaba puesta en la producción y en esta forma se pretendía tener los equipos más sofisticados y eficientes capaces de lograr una producción en gran escala y a los menores costos.

Posteriormente, en los años sesenta, surge el gran desarrollo de la mercadotecnia, la que se convierte en el centro de atención de la administración, centrando en ella la principal característica competitiva de la empresa.

Más adelante, en la década de los setenta, se da gran importancia a la estrategia como motor de crecimiento de las empresas y es donde surge la teoría de “administración por resultados”, impulsada por Peter F. Drucker.

En los años ochenta, el tema central estaba en la “calidad” y “mejora continua”, impulsado por Kaizen, Deming y Duchi. A finales de esta década florece la teoría de la “administración basada en restricciones” dada a conocer en el libro “La Meta” de Eliyahu M. Goldratt.

Durante la década de los noventa, surge la “administración orientada al cliente”, la cual buscaba que toda la empresa trabaje buscando la satisfacción del mismo.

Concepto de creación de valor

Las finanzas modernas muestran que la definición de valor y riqueza son términos relativos, ya que se determinan teniendo como base la alternativa que, ante condiciones de riesgo y oportunidad, un inversionista espera obtener por lo menos el mismo retorno sobre inversión que hubiera obtenido en una inversión comparable durante un periodo determinado.

Creación de valor en la empresa

La información que reportan las empresas cada vez está menos relacionada con el valor intrínseco de las mismas y los factores más importantes para tomar decisiones son los rumores, eventos externos, sorpresas y factores sentimentales.

Los sistemas de información financiera tradicional definidos por los órganos regulatorios ya no son los adecuados en los tiempos actuales, no existe consenso referente a cómo valorar empresas con utilidades y flujos negativos por lo que resulta importante contar con otro tipo de información.

Etapas de creación de valor

La creación de valor es un elemento de competitividad y supervivencia para cualquier empresa. Al inversionista le interesa obtener un retorno sobre la inversión que pague su costo de capital y de manera secundaria deseará generar valor social, empleos, desarrollo de la comunidad, etc. A continuación se muestra el diagrama sobre la creación de valor

La información financiera de la empresa

Para tomar decisiones de inversión o desinversión en empresas, no es suficiente tomar como referencia los parámetros de mercado para establecer el valor y precio en que será negociada la empresa, se debe contar con información financiera oportuna y adecuada que ayude a fortalecer el juicio o decisión de los usuarios de dicha información.

Para obtener información financiera cuantificable, confiable y accesible es necesario contar con un sistema de captación de las operaciones que presente y resuma con claridad y en términos de dinero, las transacciones y hechos de carácter financiero.

MÉTODO O METODOLOGÍA

De la anterior situación, nació la inquietud de realizar esta investigación, cuya finalidad es presentar principios, técnicas y fundamentos básicos que permitan a las pequeñas y medianas empresas identificar ¿Cómo hacer negocios que incrementen su patrimonio y cómo definir una matriz que permita al inversionista la medición del valor como estrategia financiera en este inicio del siglo XXI?

En lo que se refiere a la clasificación de empresas por su tamaño, la Secretaría de Economía expidió la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en el Artículo 3, inciso III, se establece que la estratificación, en común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público será por número de empleados en vez de algún otro criterio como podría ser tamaño de ventas o activos, de acuerdo a lo publicado el 30 de diciembre de 2002, la clasificación vigente se muestra a continuación:

Cuadro 1. Clasificación de empresas por tamaño

Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	1 – 10	1 – 10	1 – 10
Pequeña	11 – 50	11 – 30	11 – 50
Mediana	51 – 250	31 – 100	51 – 100
Grande	Más de 250	Más de 100	Más de 100

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 30 de diciembre de 2002.

Aunque es importante mencionar que el documento publicado por el INEGI menciona que “A pesar de la heterogeneidad mundial para definir la Pequeña y Mediana Empresa (PyME), existen criterios

que permiten identificarlas; dichos criterios tienen que ver con el propósito de distinguir este tipo de unidades económicas; de ahí que organismos como la Unión Europea y la OCDE reconocen dos grandes vertientes que determinan los criterios de estratificación a utilizar:

- Para fines legales y administrativos. Los criterios a utilizar para identificar a la PyME con este fin son las variables de personal ocupado, ventas anuales y los resultados de la hoja de balance anual.
- Para fines estadísticos. El criterio general para clasificar a la PyME para estos propósitos contempla exclusivamente el personal ocupado total que labora en dichos establecimientos”.

A continuación se presentan las clasificaciones recomendadas:

Cuadro 2. Criterios recomendados por la Unión Europea y la OCDE para fines legales y administrativos

Tamaño	Personal ocupado total	Ventas anuales (Euros)	Balance anual (Euros)
Micro	1 – 9	Menor a 2 millones	Menor a 2 millones
Pequeña	10 – 49	Menor a 10 millones	Menor a 10 millones
Mediana	50 – 249	Menor a 50 millones	Menor a 50 millones
Grande	Más de 250	Mayor a 50 millones	Mayor a 50 millones

Fuente: La importancia de las PYMES en México y para el mundo. J.P. Zorrilla (2002)

Cuadro 3. Clasificación del tamaño de las Empresas en función del personal ocupado

Institución	Tamaño de empresa	Personal ocupado total
Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 251 a 1000
Small Business Administration (Estados Unidos)	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 251 a 1000
Comisión Económica para América Latina (CEPAL)	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

Fuente: La importancia de las PYMES en México y para el mundo. J.P. Zorrilla (2002)

Para efectos del presente estudio será considerada la publicación realizada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.

Es importante mencionar que la economía informal, la cual, es una clase no aceptada pero a la vez es intocable y que disfruta de muchos beneficios, por lo que se puede considerar que es un sistema de economía no deseado pero casi perfecto, siendo las características de este tipo de economía las siguientes: mínima infraestructura, cuotas bajas por pago de impuestos, mercancías de diversas calidades, variedad de mercancías, demanda de mercancías, representados y protegidos por asociaciones, se ubican en lugares estratégicos, ofrecen precios competitivos, los propietarios son dueños de uno o más locales, tienen contactos en varios estados del país y en el extranjero, el acceso a este tipo de organización no es fácil, ofrecen empleo a varias personas, ventas en efectivo sin financiamientos, etc.

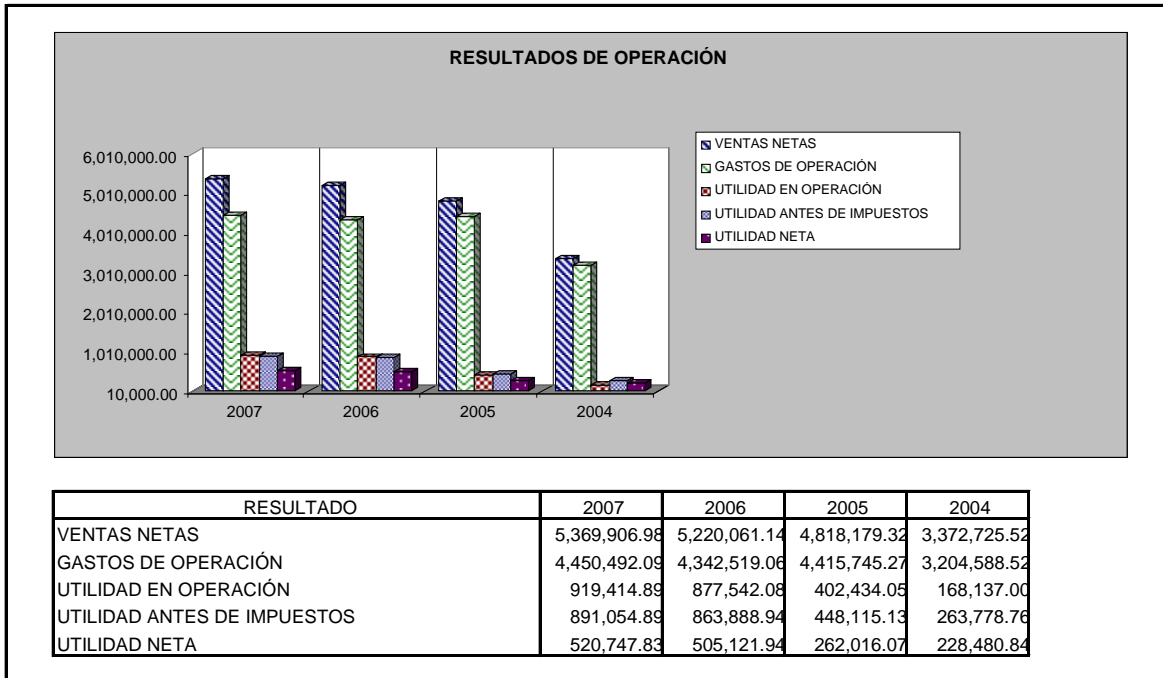
RESULTADOS

La interpretación y análisis de los estados financieros debe complementarse con el estudio de indicadores que permitan a los dueños o accionistas identificar la fuente de las utilidades para tomar decisiones adecuadas que contribuyan al crecimiento y generación de valor en la empresa.

Resultados de Operación

A continuación se muestra el comparativo y la representación gráfica de las ventas netas, gastos de operación, utilidad en operación y antes de impuestos, así como la utilidad neta contable que logró la empresa para los años 2007, 2006, 2005 y 2004, respectivamente.

Figura 1. Resumen de resultados de operación



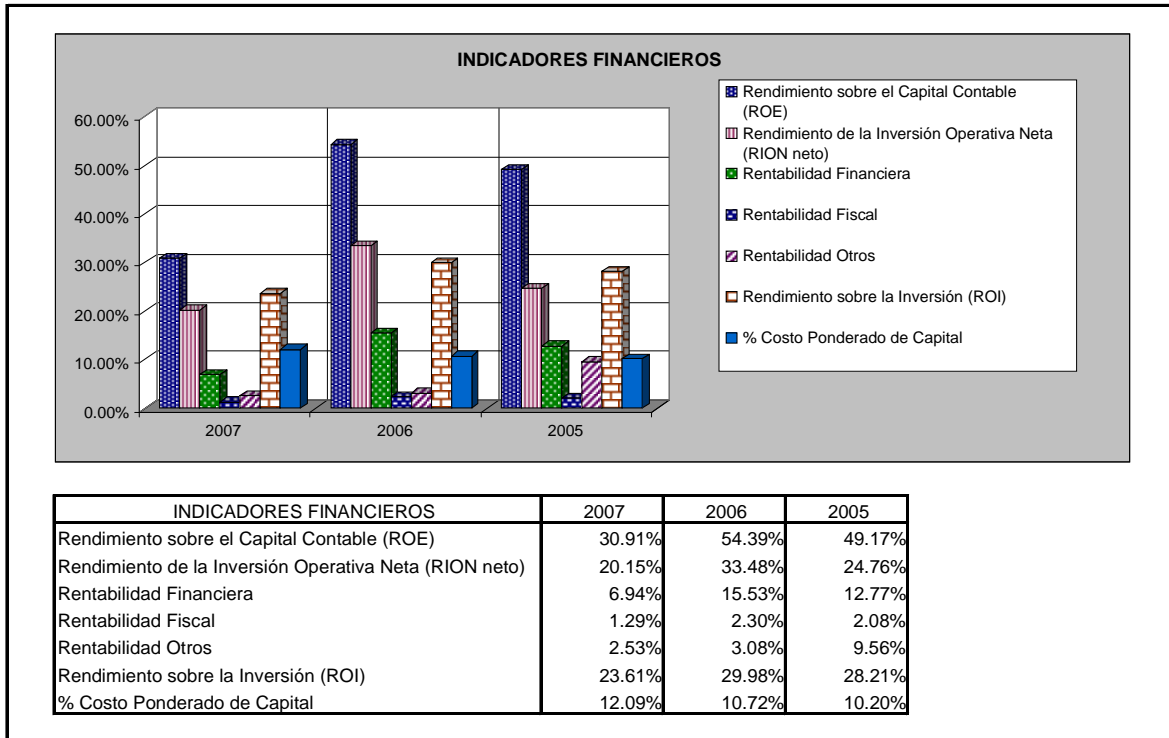
Fuente propia

La representación gráfica muestra la tendencia de crecimiento de los resultados el último año en relación a los anteriores pero se desconoce el origen de esos resultados, los cuales, son de suma importancia para los propietarios o accionistas de la empresa, ya que de esa información dependen la toma de decisiones y estrategias que se van a tomar. Por lo tanto, el análisis financiero se debe hacer sobre indicadores que ayuden a identificar el origen de las utilidades.

Indicadores financieros

En el siguiente cuadro comparativo y representación gráfica se muestran en porcentaje los resultados que tuvo la empresa para los años 2007, 2006 y 2005, en lo que corresponde al rendimiento sobre el capital contable, rendimiento de la inversión operativa neta, rentabilidad financiera, rentabilidad fiscal, rentabilidad de otros, rendimiento sobre la inversión y el costo ponderado de capital, respectivamente.

Figura 2. Resumen de indicadores financieros



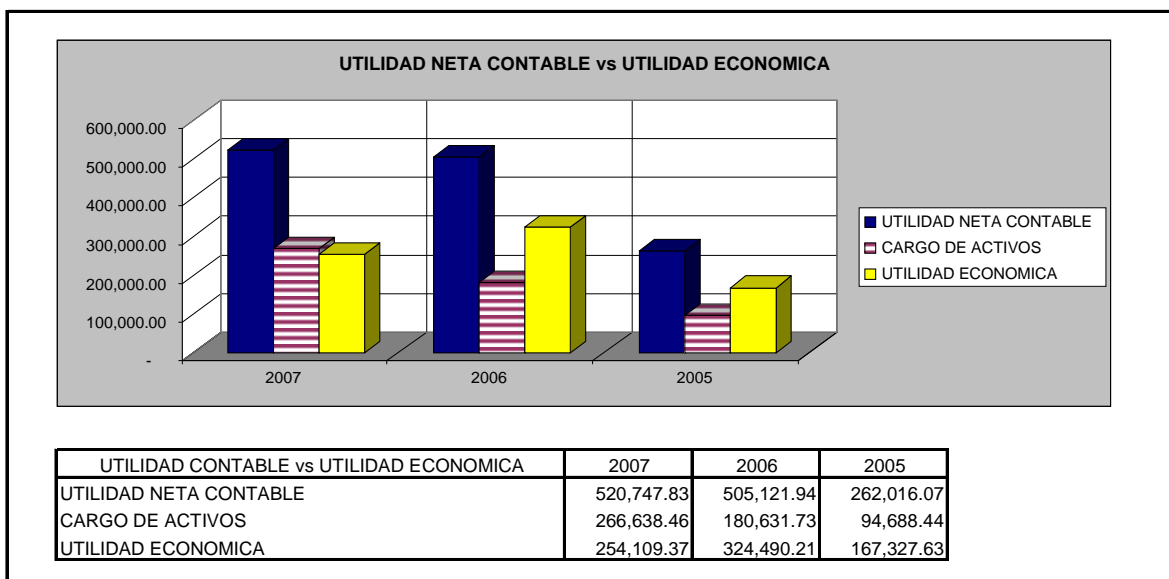
Fuente propia

Los indicadores financieros de los años 2007, 2006 y 2005 muestran que por cada peso invertido en el capital contable la empresa generó un margen de 30.91%, 54.39% y 49.17%, respectivamente; asimismo, se muestra que de esta rentabilidad neta que el propietario o accionista obtuvo por su inversión en la empresa, la operación proporcionó el 20.15%, 33.48% y 24.76%; y el restante 10.76%, 20.91% y 24.41% provino de la rentabilidad financiera, rentabilidad fiscal y rentabilidad de otros. El rendimiento sobre la inversión muestra que por cada peso invertido en activos la empresa generó 23.61%, 29.98% y 28.21% en cada uno de los años. Mientras que el costo ponderado de capital de 12.09%, 10.72% y 10.20%, indica la tasa de rentabilidad que la empresa debe, en este caso la rentabilidad obtenida fue mayor en cada uno de los años.

Utilidad neta contable vs utilidad económica

A continuación la utilidad económica o la riqueza generada en operaciones normales una vez cubiertos los costos, los gastos, la financiación y el costo de oportunidad de los propietarios de la empresa.

Figura 3. Comparativo de Utilidad Contable vs Utilidad Económica



Fuente propia

Lo comentado anteriormente, se refleja en el 2007, 2006 y 2005 al descontar a la utilidad neta de \$520,747.83, \$505,121.94 y \$262,016.07 el cargo de activos o costo ponderado de capital de \$266,638.46, \$180,631.73 y \$94,688.44 dando como resultado un valor económico agregado (VEA) o utilidad económica de \$254,109.37, \$324,490.21 y \$167,327.63, respectivamente. De esta manera la utilidad económica es un indicador que involucra el riesgo e identifica el origen de las utilidades, por lo tanto, es la base de los propietarios o accionistas para tomar decisiones.

DISCUSIÓN

Con el desarrollo de la presente investigación se demuestra que aún transformando la utilidad neta en una medida de rentabilidad puede tener distorsiones por las partidas contables incluidas, ya que al obtener la utilidad neta después de impuestos se engloba al resultado de la operación, al financiero, al fiscal y a otros, por lo cual, se desconoce la fuente o el origen de las utilidades.

Por lo tanto, se determina la importancia que tienen para la PyME el conocer las principales fuentes de rentabilidad, como son: las que provienen de la operación, del financiamiento, del adecuado manejo fiscal y de otras fuentes.

En la PyME se debe aplicar el cálculo del Valor Económico Agregado (VEA) para conocer la utilidad económica, la cual señala los flujos disponibles para el accionista una vez descontados costos, gastos, impuestos, gastos financieros y el costo de oportunidad o costo de capital del propietario o accionista.

Se ha comparado la utilidad neta de la utilidad económica y se muestra que la PyME debe medir su desempeño en términos del rendimiento que le otorga a sus propietarios más que en términos de utilidades.

La correcta aplicación del Valor Económico Agregado (VEA), permite identificar los productos y áreas que contribuyen a la creación de valor en la organización.

CONCLUSIONES

La PyME es muy importante en la economía del país, ya que genera y mantiene empleos, participa en el Producto Nacional, además, de este tipo de empresas surgen novedosos productos, grandes ideas y son fuente de inspiración para las grandes empresas. En contraste y de acuerdo a las estadísticas el índice de supervivencia de estas organizaciones aún en la actualidad es muy bajo siendo una de las causas la falta de conocimiento de los propietarios o administradores en el manejo del patrimonio.

En las estadísticas realizadas en 2004 por INEGI se observa que el sector de Manufactura aún cuando es importante para la economía del país tuvo crecimiento negativo mientras que los sectores de comercio y servicio tuvieron crecimiento positivo.

Con la presente investigación se pretende ayudar a la PyME a lograr su permanencia en el tiempo a través de la adecuada toma de decisiones, para lo cual, se ha mostrado que es importante identificar de donde proviene la rentabilidad de los resultados; asimismo, se ha determinado que la utilidad obtenida debe superar los rendimientos que los propietarios o accionistas obtendrían en inversiones de riesgo similar.

El desarrollo del modelo se basó en el caso práctico de una empresa enfocada al servicio, la cual, al igual que las empresas de comercio y manufactura está inmersa en la problemática que se atiende en este trabajo de investigación, por lo tanto, se han alcanzado los objetivos planteados al estudiar la aplicación del modelo de Valor Económico Agregado (EVA) en la PyME como una medida para determinar la generación de valor. Se ha comparado la utilidad contable de la utilidad económica y se ha mostrado como una diferencia entre el rendimiento que se otorga a los propietarios o accionistas y el costo ponderado de capital, incluyendo el costo de las deudas y el costo de los recursos propios.

Del análisis de los aspectos teóricos encontrados en la bibliografía que trata del origen de la rentabilidad y de la generación de valor se concluye que se adapta a la PyME debido a la necesidad que tienen por interpretar la información financiera para generar valor y tomar decisiones adecuadas.

Del análisis del ejemplo mostrado se concluye que en muchos de los casos el fracaso de la PyME, entre otros aspectos, radica en la falta de confianza del dueño por compartir los problemas con consultores, falta de conocimiento para establecer alianzas, profesionalizar y retener el talento.

REFERENCIAS

- Ashton, T. S. (1954). *La Revolución Industrial*. Fondo de Cultura Económica.
- Barrow, C. (1996). *La esencia de la Administración de Pequeñas Empresas*. México, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Benavente, F. T. (1971). *Memorias o Libros de Cosas de la Nueva España y de los Naturales de Ellas*. UNAM, México.
- Bennett, M. (1992). *Guía para el Crecimiento de la Pequeña Empresa*. México, Compañía Editorial Continental, S. A. de C. V.
- Broom, H. N. & Justine, G. L. (1977). *Administración de Negocios*. México, Compañía Editorial Continental, S. A.
- Carriedo, V. J. (1977). *Administración de Empresas*. Segunda Edición, México, Editorial Banca y Comercio, S. A.
- Chisnall, P. M. (1996). *La esencia de la Investigación de Mercados*. México, Prentice-Hall Hispanoamericana, S. A., 1996, pág. 1 y 2.
- Cortez, V. J. L. El Comercio y las Empresas de Menor Tamaño en México. *Adminístrate Hoy*. 49, 50-55.
- Cue, C. A. (1993). *Historia Social y Económica de México*. Editorial Trillas, México, D.F.
- De Agüero, A. M. (1996). La Situación Financiera de la Empresa. *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C.* 10, 45-56.
- De Agüero, A. M. (1997). Información y Toma de Decisiones. *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C.* 4, 44-48.
- De Sahagún, B. (1999). *Historia General de las Cosas de la Nueva España*. Editorial Porrúa, México, D.F.
- Díaz del Castillo, B. (1955). *Historia verdadera de la Conquista de México*. México, 1955.

- Dickson, F. J. (1994). *El Éxito en la Administración de las Empresas Medianas y pequeñas*. México, Ed. Diana, S. A.
- Dorantes, M. (1998). La Importancia de la Planeación Estratégica en las Pequeñas y Medianas Empresas. *Adminístrate Hoy*. 46, 45-48
- Drucker, P. F. (1973). *La Gerencia Efectiva*. Quinta edición, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- Ibáñez, C. F. & Mena M. Z. (2001). Informar el Valor: Una Revolución en la Forma de Informar de las Empresas. *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C.* 12, 22-28.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (10 de julio de 2008). Censos Económicos 2005, México. Obtenido desde: <http://www.inegi.org.mx>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (10 de julio de 2008). “Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los Establecimientos”, estratificación 2004. Obtenido desde: <http://www.inegi.org.mx>
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C. y Universidad Autónoma de México. (2002). *Valuación de Empresas y Creación de Valor*. México, 2002.
- Kuczynski, J. (1967). *Evolución de la Clase Obrera*. Editorial McGraw Hill.
- Laniado, S. D. (2002). Creación de valor en las empresas. *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C.* 12,19-27.
- Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Art. 3 Inciso III, Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.
- Moreno, F. J. A. (1998) *Las finanzas en la empresa*. Quinta edición, México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.
- Münch, G. L. & García, J. (1990). *Fundamentos de Administración*. Quinta edición, México, Editorial Trillas.
- Peppard, J. & Rowland, P. (1996). *La Esencia de la Reingeniería en los procesos de los Negocios*. Prectice Hall Hispanoamericana, S. A. México, D.F.
- Podolsky, S. (2002). Retos del empresario y responsabilidad del gobierno corporativo en la creación de valor. *Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C.* 12, 60-73.
- Ríos, S. A. & Paniagua, A. (1983). *Orígenes y Perspectivas de Administración*. Segunda edición, México, Editorial Trillas.
- Rodríguez, L. (1980). *Planificación, Organización y Dirección de la Pequeña Empresa*. Cincinnati, South-Western Publishing Co.
- Siu, V. C. (2001). *Valuación de empresas*. 1ª. Edición, México, I.M.C.P., A.C.
- Soustelle, J. (1955) *La vida Cotidiana de los Aztecas*. Editorial, Fondo de Cultura Económica

Van Horne, J. C. (1977). *Administración financiera*. 10ª. Edición, México, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A..

Weston, J. F. & Brigham, E. F. (1994). *Fundamento de Administración Financiera*. Décima edición, México, Ed. McGraw-Hill Interamericana de México, S. A. de C. V.

Zamorano, E. (1993). *Equilibrio Financiero de las Empresas*. México, Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C.