

FACTORES DE LA EMPRESA Y DEL EMPRESARIO Y SU RELACIÓN CON EL ÉXITO ECONÓMICO EN LAS PYMES DE LA REGIÓN CENTRO DE COAHUILA, EN MÉXICO

Elvira Velarde López, Universidad Autónoma de Coahuila
Zóchitl Araiza Garza, Universidad Autónoma de Coahuila
Anahí García Moreno, Universidad Autónoma de Coahuila

RESUMEN

Desde la perspectiva de la teoría de recursos y capacidades, los factores de la empresa y del empresario son fortalezas que pueden ser usadas para crear e implementar sus estrategias en aras de lograr el éxito económico de la empresa. En este artículo se analiza la relación que existe entre los factores de la empresa y del empresario y el éxito económico que han desarrollado las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la región centro del estado de Coahuila, México. La metodología consistió en obtener información cuantitativa mediante un cuestionario estructurado aplicado a una muestra de 130 Pymes de la región; los datos obtenidos fueron procesados posteriormente con el software estadístico SPSS aplicando Cross Tabs y Coeficiente de Correlación de Spearman. Entre los resultados más relevantes se tiene que los factores del empresario no tienen asociación con el éxito económico, excepto en el grado de escolaridad obtenido, en el que se encontró que a un nivel de confianza del 95 % existe una relación positiva de 0.222 con el crecimiento en la inversión de maquinaria y equipo. El análisis efectuado también arrojó que la mayoría de las características de la empresa se asocian con el éxito económico de las pequeñas empresas.

PALABRAS CLAVE: Factores de la Empresa, Factores del Empresario, Éxito Económico, Pymes

FIRM AND ENTREPRENEUR FACTORS AND THEIR RELATIONSHIP WITH ECONOMIC SUCCESS IN SME'S IN THE CENTRAL REGION OF COAHUILA, MEXICO

ABSTRACT

From the perspective of resources and capabilities theory, firm and entrepreneur factors are strengths that can be used to create and implement strategies to achieve economic success of firms. This article analyzes the relationship between firm and entrepreneur factors and the economic success developed by small and medium enterprises (SMEs) in the central region of the state of Coahuila, Mexico. The methodology consisted of obtaining quantitative information and applying a structured questionnaire to a sample of 130 SMEs in the region. The data information obtained was processed with SPSS statistical software using Cross Tabs and Spearman correlation coefficient. Among the most important results is the fact that entrepreneur factors have no association with economic success, except in the education level obtained. It was found that, at a 95% confidence level, there is a positive relationship of 0.222 with growth in investment in machinery and equipment. The analysis also shows that most company features are associated with the economic success of small businesses.

JEL: M10, O40

KEYWORDS: Firms Factors, Entrepreneur Factors, Economic Success, SME's

INTRODUCCIÓN

Derivado de la economía global presente desde hace ya varias décadas, la literatura relacionada con la competitividad de las empresas se ha enfocado en el análisis de los factores que influyen en el crecimiento y éxito económico de las Pymes, las cuales requieren conocer esta información para tomar decisiones estratégicas en sus firmas con el propósito de que sean competitivas tanto a nivel nacional como internacional. Las empresas, para lograr una ventaja competitiva, deben aprender a modificar sus patrones de comportamiento, adaptándose a las necesidades que se presentan a medida que la competencia se intensifica y se internacionaliza (Dekkers, 2005; Arechavala, 1998; Arechavala y Madrigal 2003). La ventaja competitiva de una empresa se puede medir de diferentes maneras, entre las cuales cabe mencionar la que utilizan Máynez, Cavazos, Torres y Escobedo (2013), con los indicadores de crecimiento de las ventas, crecimiento de la empresa y la productividad.

En Coahuila, estado localizado al norte de la República Mexicana colindando con Texas, se ha incrementado considerablemente el número de las Pymes; sin embargo, debido a que el proceso de su surgimiento se ha dado en forma espontánea y de acuerdo a las necesidades prevalecientes en el mercado, la mayoría de estas empresas no sobreviven a la competencia globalizada que prevalece actualmente en la mencionada región (Rueda y Simón, 2001). Lo anterior se deriva en una necesidad imperante de que las Pymes de la región incrementen su competitividad a través del incremento en su productividad, apoyando la sustitución de las importaciones e incrementando sus exportaciones integrándose en cadenas productivas (Simón y Rueda, 2004). Por otro lado, los estudios en las Pymes (de 0 a 250 empleados) en México se justifican por el hecho de que estas empresas representan el 98% de unidades económicas, participan con el 73% de personal empleado y con el 34.7% del producto interno bruto (INEGI, 2010).

Derivado de lo anteriormente expuesto y de acuerdo con la teoría de recursos y capacidades, la cual asume que los factores de la empresa y del empresario son fortalezas que pueden ser usadas para diseñar e implementar sus estrategias en aras de lograr el éxito económico de las firmas (Barney, 1991), se realizó esta investigación, la cual tiene como objetivo analizar la relación que existe entre los factores de la empresa y del empresario y el éxito económico que han desarrollado las Pymes en la región centro del estado de Coahuila, México. El presente trabajo inicia con una revisión de la literatura en torno al tema de los factores de la firma y del empresario que se han relacionado con el éxito económico de las empresas; posteriormente se detalla la metodología utilizada en el trabajo de investigación realizado por las autoras; se continúa con la presentación de los resultados; finalmente, se efectuaron las conclusiones y recomendaciones del estudio y se definieron las líneas futuras de investigación.

REVISIÓN LITERARIA

Los determinantes del desempeño de la empresa son muy diversos en la literatura, de acuerdo con Rosli (2011), no existiendo una lista aceptada generalmente por todos los estudiosos del tema, de los factores que explican el desempeño de la firma, entendido éste como el éxito o el fracaso empresarial según Lussier (1995). Lo anterior se deriva en una serie de clasificaciones de indicadores que utilizan los investigadores para medir el éxito de la empresa. Rosli (2011) menciona que entre los diferentes enfoques que se han manejado, está el de Ferguson (1993) que está basado en la matriz estructura-comportamiento-desempeño que asume que el desempeño de la firma está determinado por el comportamiento de las empresas dentro del mercado y éste a su vez es influenciado por la estructura del mercado; pero por otro lado, desde la perspectiva de la administración estratégica (McGahan y Porter, 1997) se supone que los factores específicos de la empresa son los más importantes en la determinación del desempeño de la firma.

Factores de la Empresa y del Empresario

La literatura en el área económica incluye estudios sobre factores internos y externos a la firma que se relacionan con el éxito económico de las empresas (Calantone, Kim, Schmidt, Cavusgil, 2006; Schutjens y Wever, 2000). Los factores internos se refieren a factores de la firma y factores del empresario, los cuales Barney (1991) considera que son muy importantes, ya que son los administradores los que pueden entender y describir el desarrollo económico potencial de los recursos de una empresa. Aragón y Rubio (2005) por su parte, clasifican a los factores de éxito de las empresas en dos grandes grupos: internos donde se identifican todas aquellas variables que derivan del ambiente organizacional como lo son: capacidades directivas, capacidades de marketing, calidad, innovación, recursos tecnológicos, sistemas de información, adecuada gestión financiera, valores culturales, estructura organizativa; y por otro lado, los externos constituidos por todas aquellas variables sociales, económicas, políticas y legales que afectan a un grupo empresarial y que de una forma o de otra no dependen de la gestión de cada organización.

Rosli (2011) menciona algunos estudios que han utilizado factores de la empresa como determinantes del desempeño empresarial. Entre otros, cabe mencionar el estudio sobre el desempeño de la capacidad exportadora de las Pymes en Indonesia, donde Wengel y Rodriguez (2006) utilizaron como variables el tamaño y la edad de la empresa, así como la participación de capital extranjero; Sarder *et al.* (1997) usaron la edad de la firma, la experiencia del administrador, la inversión inicial, la competencia de mercado, el sector industrial y el tiempo transcurrido desde que recibieron apoyo financiero, en su estudio sobre el desempeño de las Pymes en Bangladesh; Wynarczyk y Watson (2005) usaron el tamaño, la edad, propiedad, características de la cadena de valor y la sociedad de las firmas, en su investigación en Pymes en el Reino Unido. Por otro lado, Jibao y Kai, (2009) mencionan que hay dos enfoques que tratan de explicar las diferencias entre las fuentes del desempeño entre las firmas; los factores de la industria/sector y los recursos y capacidades de la empresa (internos); sus estudios arrojan evidencia de una relación más directa de los factores de la industria con el desempeño de la firma, que de los factores de la empresa. Bajo este mismo enfoque Ynzunza e Izar (2013 pp. 170) afirman que las empresas necesitan “alinearse a las oportunidades y amenazas externas de la industria e implementar una estrategia que les permita generar los recursos y capacidades organizacionales que les brinden una ventaja competitiva”. En el mismo tenor, el efecto industria y el efecto empresa, Rubio y Aragón (2002) argumentan que la mayoría de los estudios reconoce la primacía del segundo frente al primero, es decir, que las características de la empresa tienen mayor influencia con el desempeño de la misma.

Hansen y Wernerfelt (1989) mencionan que hay dos enfoques en la investigación de los determinantes del desempeño de las empresas: el primero está basado en una economía tradicionalista, enfatizando la importancia de factores externos relacionados con el mercado y el otro se basa en factores organizacionales con respecto a su comportamiento con el medio ambiente. Bajo esta perspectiva se le da poca importancia a la posición competitiva de la empresa; de igual manera, bajo la perspectiva de la economía tradicionalista no se ha tomado en cuenta los factores internos de la firma. Sin embargo, los mencionados autores, unen en sus investigaciones estos dos enfoques para medir y analizar la rentabilidad de la firma. Por lo anteriormente mencionado, en este estudio se utilizarán los factores internos de la firma por medio de dos variables: a) factores de la empresa, con las sub-dimensiones sector económico, tamaño, estructura jurídica, tipo de ventas y actividad del negocio; y b) factores del empresario, con las sub-dimensiones de género, generación como empresario heredero, escolaridad, área de experiencia del propietario y área de estudios.

Éxito Económico

Según Rosli (2011), el éxito (o fracaso) de las firmas puede ser medido de muchas formas, habiendo prevalecido hasta los 80's los indicadores financieros, tales como la utilidad, el rendimiento sobre la inversión, las ventas por empleado y la productividad (Dixon *et al.*, 1990). Este tipo de variables tangibles

se siguen utilizando para medir el desempeño de las firmas porque resulta más fácil su operacionalización; tal es el caso de Garrigos-Simon, Marques y Narangajavana (2005) que utilizaron dos variables tangibles: utilidad (rendimiento sobre los activos, rendimiento sobre la inversión y rendimiento sobre las ventas) y crecimiento (en ventas, cuota de mercado y creación de riqueza), y dos variables intangibles: satisfacción del cliente y la posición competitiva.

A raíz de los nuevos sistemas administrativos prevalecientes después de 1980, menciona Rosli (2011) que se han destacado las medidas menos tangibles y no-financieras, como la administración de la cadena de suministro, el uso de la herramienta *just-in-time* y la administración de la calidad total. Algunas otras medidas intangibles manejadas por (Saad y Patel (2006) son la comunicación, el aprendizaje, la confianza; la satisfacción del cliente, la posición competitiva (Garrigos-Simon et al., 2005); y las utilizadas por Abu Kasim, Minai y Loo (1989), la calidad del producto y la tasa de rendimiento. Por su parte, McNamee, Greenan y McFerran (1999), en su estudio sobre pequeñas empresas irlandesas, utilizaron dos medidas del éxito o fracaso empresarial: crecimiento (en volumen de ventas y de empleo) y utilidad (rendimiento sobre los activos, rendimiento sobre las ventas, utilidad por empleado). Y por otro lado, en un estudio comparativo sobre el desempeño en el sector bancario en Nueva Inglaterra, Powers y Hahn (2002) emplearon sólo un indicador (rendimiento sobre los activos). Schutjens y Wever (2000) mencionan que en la literatura se han manejado diversas maneras de operacionalizar el éxito económico y basándose en estos autores, Velarde y Araiza (2008) presentan una clasificación de los factores que incentivan o inhiben el éxito de las firmas de acuerdo a como se muestra en la Tabla 1.

Otros estudios acerca de los factores de la firma que impulsan el crecimiento de las empresas han ido más allá de la determinación de los mencionados factores, investigando sobre las diferencias entre los factores que influyen a corto y a largo plazo en el éxito de las empresas (Schimke y Brenner, 2011); los mencionado autores, por ejemplo, aportan evidencia en el sentido de que el tamaño de la empresa influye de manera diferente en las pequeñas que en las grandes empresas: las empresas grandes no muestran un crecimiento permanente, mientras que en las pequeñas se aprecia un crecimiento permanente. Esto es, se presenta una relación negativa: a menor tamaño de la firma más crecimiento permanente en la misma. La relación entre la edad de la firma encontrada en algunas investigaciones (Wynarczyk and Watson, 2005; Wengel and Rodriguez, 2006) muestran una tendencia a ser una relación negativa: a mayor edad, menor éxito económico en la firma, ya que las empresas jóvenes tienden a ser relativamente más fáciles de lograr un incremento proporcionado en escala (Rosli, 2005 citando a Storey *et al.*, 1987). Pero por otro lado, otros estudios arrojan evidencia de una relación positiva entre la edad y el desempeño de la firma (Maes, Sels y Roodhoof, 2005); con respecto a esta relación positiva, Wijewardena y Tibbits (1999) argumentan que las empresas grandes tienden a crecer más rápidamente porque poseen ideas innovadoras y administraciones más dinámicas.

Tabla 1: Factores Internos y Externos Que Incentivan o Inhiben el Éxito de las Firmas Según Schutjens y Wever (2000)

| | | |
|-------------------|-----------------------------|--|
| Factores Internos | Asociados a la firma | Aquellos relacionados con las actividades económicas de la empresa como son las utilidades, la recuperación de la inversión y la generación de ingresos sustanciales para los empresarios. Algunos otros indicadores como el valor agregado, el incremento en facturación (volumen de ventas) o el incremento del número de empleados y en forma general en términos de la supervivencia de la empresa. Por otro lado, las características de la firma como el tamaño, la presencia de socios, el capital inicial. |
| | Asociados con el empresario | Se refieren a la experiencia, habilidades, nivel de educación, edad del empresario o administrador, entre otros, que pueden llegar a explicar el éxito o fracaso de una empresa. |
| Factores Externos | | Incluyen factores externos a la firma y al empresario, como el tipo de actividad, los cambios en las condiciones del mercado, estructura competitiva, la heterogeneidad del producto y algunos otros. |

Se aprecian en esta tabla los factores internos asociados a la firma y al empresario que, de acuerdo con Schutjens y Wever (2000), se han relacionado con el éxito y el crecimiento de las Pymes; por otro lado, se presentan los factores externos que, según los mencionados autores, pueden estar altamente relacionados con la competitividad y éxito de las empresas.

Derivado de la revisión bibliográfica respecto al éxito económico de las firmas, en esta investigación éste se medirá de acuerdo al crecimiento obtenido en el número de empleados, de ventas, de utilidades o ganancias y de inversión en maquinaria y equipo.

METODOLOGÍA

Derivada de la revisión bibliográfica efectuada para el presente estudio se plantean las siguientes hipótesis:

H₁: Los factores del empresario se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila.

H₂: Los factores de la empresa y se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila.

Para la comprobación de las mismas, la estrategia metodológica se basó en un estudio cuantitativo aplicando las encuestas con un cuestionario estructurado, adaptado de Saavedra *et al.* (2007), entrevistando cara a cara a los empresarios de las 130 pequeñas empresas que conformaron la muestra por conveniencia de una población infinita de Pymes. Los datos obtenidos en el año 2012, se procesaron a través del paquete estadístico SPSS para medir las variables en estudio y establecer las relaciones buscadas. La medición de los Factores de la Empresa se efectuó a través de cinco sub-dimensiones: sector económico, tamaño de empresa, estructura jurídica, tipo de ventas y actividad del negocio los cuales se detallan en la Tabla 2; mientras que la medición de los Factores del Empresario se realizó mediante cinco dimensiones: género, número de generación como empresario heredero, escolaridad, área de estudio y experiencia del propietario los cuales se detallan en la Tabla 3; finalmente la medición de Éxito Económico se realizó de acuerdo a la información proporcionada por los empresarios acerca del crecimiento obtenido en los últimos dos años en las cuatro variables siguientes: número de empleados, ventas, utilidades o ganancias e inversión en maquinaria y equipo, cada una de ellas medidas en una escala ordinal de nulo, bajo, medio ó alto.

Tabla 2: Operacionalización de la Variable Factores de la Empresa

| Sub -Dimensión | Indicadores |
|-----------------------|---|
| Sector económico | Comercial Industria Servicios |
| Tamaño de empresa | Micro industria Pequeña industria Mediana industria Micro comercio Pequeño comercio Mediano comercio Micro servicios Pequeña servicios Mediana servicios |
| Estructura jurídica | Persona moral Persona física con actividad empresarial |
| Tipo de Ventas | Al mayoreo Al menudeo |
| Actividad del negocio | Productos alimenticos, bebidas y tabaco Textiles, prendas de vestir e industria del cuero Industria de la madera Papel, productos de papel, imprentas y editoriales Sustancias químicas, derivados del petróleo y carbón Productos metálicos básicos Productos metálicos, maquinaria y equipo Servicios profesionales Recreación y esparcimiento Otros |

En esta tabla se muestran la operacionalización de la variable factores de la empresa que incluye seis subdimensiones: sector económico, tamaño de la empresa, estructura jurídica, tipo de empresa, tipo de ventas y actividad del negocio

Tabla 3: Operacionalización de la Variable Factores del Empresario

| Sub - Dimensión | Indicadores |
|-------------------------------------|--|
| Género | Femenino Masculino |
| Generación como empresario heredero | Primera Segunda Tercera |
| Escolaridad | Sin estudios Primaria Secundaria Preparatoria Carrera Técnica Licenciatura Especialidad Maestría |
| Experiencia del propietario en | Ventas Mercadotecnia Producción Administración general Ingeniería Contabilidad / Finanzas Derecho Recursos Humanos Educación |
| Area de estudios | Ciencias Sistemas de Información Ingeniería Operación Mercadotecnia Contabilidad Administración general Derecho Otra |

En esta tabla se muestran la operacionalización de la variable factores del empresario que incluye cinco subdimensiones: género, generación como empresario heredero, escolaridad, experiencia del propietario y área de estudios

Tabla 4: Características de las Empresas de la Región Centro del Estado de Coahuila

| Factores de la empresa | | Empresas | % |
|--|--|------------|------------|
| Comercial | | 43 | 33.1 |
| Industria | | 48 | 36.9 |
| Servicios | | 39 | 30.0 |
| Sector económico Total | | 130 | 100 |
| Micro industria | | 15 | 12.2 |
| Pequeña industria | | 15 | 12.2 |
| Mediana industria | | 9 | 7.3 |
| Micro comercio | | 28 | 22.8 |
| Pequeño comercio | | 9 | 7.3 |
| Mediano comercio | | 5 | 4.0 |
| Micro servicios | | 31 | 25.2 |
| Pequeña servicios | | 9 | 7.3 |
| Mediana servicios | | 2 | 1.6 |
| Tamaño de empresa Total | | 123 | 100 |
| Persona moral | | 52 | 40.3 |
| Persona física con actividad empresarial | | 77 | 59.7 |
| Estructura jurídica Total | | 129 | 100 |
| Al mayoreo | | 77 | 77.0 |
| Al menudeo | | 23 | 23.0 |
| Tipo de ventas Total | | 100 | 100 |
| Productos alimenticios, bebidas y tabaco | | 25 | 20.3 |
| Textiles, prendas de vestir e industria del cuero | | 5 | 4.1 |
| Industria de la madera | | 1 | 0.8 |
| Papel, productos de papel, imprentas y editoriales | | 5 | 4.1 |
| Sustancias químicas, derivados del petróleo y carbón | | 4 | 3.3 |
| Productos metálicos básicos | | 15 | 12.2 |
| Productos metálicos, maquinaria y equipo | | 9 | 7.3 |
| Servicios profesionales | | 21 | 17.1 |
| Recreación y esparcimiento | | 1 | 0.8 |
| Otros | | 28 | 22.8 |
| Actividad del negocio Total | | 126 | 100 |

En esta tabla se presentan las características de las empresas encuestadas entre las que se encuentran: el sector económico, el tamaño de empresa, la estructura jurídica, el tipo de empresa, el tipo de ventas y la actividad del negocio.

Se aprecia que la mayor cantidad de Pymes encuestadas, con un 36.9% son industria, predominando para este sector con un 12.2% cada una, las micro y pequeñas empresas, mientras que para los sectores económicos comercio y servicios la mayoría son microempresas con un 23% y 25% respectivamente. Por otro lado el 60% de las Pymes están constituidas como personas físicas con actividad empresarial y el 77% realiza ventas al mayoreo siendo las actividades del negocio más desarrolladas la de productos alimenticios, bebidas y tabaco con un 20% y la de servicios profesionales con un 17%.

Factores del Empresario

Los resultados obtenidos acerca de las características de los 130 empresarios de las Pymes de la región centro del estado de Coahuila, en México, se presentan en la Tabla 5. Se puede apreciar que la mayoría (76.4%) de los empresarios son hombres, la mitad tiene estudios de licenciatura, siendo la ingeniería con un 32.7%, la mayor área de estudios cursada y una mayor experiencia del empresario en ventas con un 42.6%.

Relación Entre Factores del Empresario y Éxito Económico

Para comprobar la H_1 : *Los factores del empresario se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila*, se aplicó el coeficiente de correlación *Rho de Spearman* en los indicadores generación como empresario heredero y escolaridad para determinar su relación con el éxito económico obteniéndose los resultados que se presentan en la Tabla 6.

Tabla 5: Características de los Empresarios de la Región Centro del Estado de Coahuila

| Factores del empresario | | Empresas | % |
|-------------------------|---|----------|------|
| Femenino | | 30 | 23.6 |
| Masculino | | 97 | 76.4 |
| | Género Total | 127 | 100 |
| Primera | | 13 | 52.0 |
| Segunda | | 11 | 44.0 |
| Tercera | | 1 | 4.0 |
| | Generación como empresario heredero Total | 123 | 100 |
| Sin estudios | | 1 | 0.8 |
| Primaria | | 4 | 3.1 |
| Secundaria | | 10 | 7.8 |
| Preparatoria | | 19 | 14.8 |
| Carrera Técnica | | 13 | 10.2 |
| Licenciatura | | 64 | 50.0 |
| Especialidad | | 12 | 9.4 |
| Maestría | | 5 | 3.9 |
| | Escolaridad Total | 128 | 100 |
| Ventas | | 55 | 42.6 |
| Mercadotecnia | | 2 | 1.6 |
| Producción | | 20 | 15.5 |
| Administración general | | 20 | 15.5 |
| Ingeniería | | 10 | 7.8 |
| Contabilidad / Finanzas | | 11 | 8.5 |
| Derecho | | 4 | 3.1 |
| Recursos Humanos | | 2 | 1.6 |
| Educación | | 2 | 1.6 |
| Otra | | 3 | 2.3 |
| | Experiencia del propietario Total | 100 | 100 |
| Ciencias | | 5 | 4.8 |
| Sistemas de Información | | 3 | 2.9 |
| Ingeniería | | 34 | 32.7 |
| Operación | | 5 | 4.8 |
| Mercadotecnia | | 3 | 2.9 |
| Contabilidad | | 16 | 15.4 |
| Administración general | | 20 | 19.2 |
| Derecho | | 6 | 5.8 |
| Otra | | 12 | 11.5 |
| | Área de estudios Total | 104 | 100 |

En esta tabla se presentan los factores del empresario entre los que se encuentran: el género, la generación como empresario heredero, la escolaridad, la experiencia del propietario y el área de estudios.

Tabla 6: Relación Entre Generación Como Empresario Heredero y Escolaridad Con Éxito Económico

| Factores del empresario | Éxito Económico (Crecimiento en los dos últimos años en): | | | |
|-------------------------------------|---|----------------|------------------------|----------------------------------|
| | Número de Empleados | Ventas | Utilidades o Ganancias | Inversión en maquinaria y equipo |
| Generación como empresario heredero | 0.099 | 0.211 | 0.342 | -0.012 |
| | 0.638 (25) | 0.312 (25) | 0.094 (25) | 0.957 (24) |
| Escolaridad | 0.138 | 0.024 | 0.106 | 0.222* |
| | 0.135 (119) | 0.802 (115) | 0.249 (119) | 0.018 (113) |

En esta tabla se muestran los resultados obtenidos acerca de la relación entre generación como empresario heredero y escolaridad del empresario con el éxito económico desarrollado por las empresas. * Nivel de significancia $p < 0.05$ ** Nivel de significancia $p < 0.01$

Los resultados encontrados muestran una correlación positiva (.222) y estadísticamente significativa a un nivel de confianza del 95% entre el nivel de escolaridad del empresario y el crecimiento en la inversión en maquinaria y equipo, lo cual confirma que a mayor nivel de escolaridad del empresario, mayor será el crecimiento de la inversión en maquinaria y equipo. Enseguida, para el resto de los indicadores de los factores del empresario (género, experiencia del propietario y área de estudios del empresario) se aplicó la técnica *Cross Tabs* utilizándose el estadístico coeficiente de contingencia para determinar su asociación con el éxito económico, encontrándose que en todos los casos los resultados encontrados no muestran valores estadísticamente significativos a un nivel de confianza del 95% entre dichos factores del empresario y el éxito económico, excepto en el área con más experiencia del empresario que de manera específica se relaciona con el crecimiento en ventas en los últimos dos años, donde se encontró un coeficiente de contingencia de .535 con valores significativos a un nivel de confianza del 95%, de acuerdo a lo que se indica en la Tabla 7.

Tabla 7: Asociación Entre Mayor Experiencia del Empresario Con Crecimiento en Ventas

| Mayor Experiencia del empresario en el área de: | Crecimiento en Ventas en los dos últimos años | | | | |
|---|---|------|-------|------|-------|
| | Nulo | Bajo | Medio | Alto | Total |
| Ventas | 1 | 5 | 33 | 12 | 51 |
| Mercadotecnia | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Producción | 0 | 1 | 13 | 2 | 16 |
| Administración general | 0 | 2 | 11 | 5 | 18 |
| Ingeniería | 1 | 1 | 6 | 2 | 10 |
| Contabilidad y finanzas | 1 | 3 | 6 | 0 | 10 |
| Derecho | 2 | 0 | 1 | 0 | 3 |
| Recursos humanos | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Educación | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| Otra | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| Total | 5 | 13 | 77 | 21 | 116 |

En esta tabla se muestra la asociación entre las variables mayor experiencia del empresario con el crecimiento en ventas en los últimos dos años Valor del coeficiente de contingencia .535 Nivel de significancia $p < 0.05$

Se aprecia que existe una relación entre la mayor experiencia desarrollada por el empresario y el crecimiento en ventas obtenido en los dos últimos años en el sentido que se menciona a continuación: i) los empresarios con mayor experiencia en las áreas de ventas, producción, administración general o ingeniería, obtuvieron un mediano y alto crecimiento en venta, ii) los empresarios con mayor experiencia en las áreas de contabilidad y finanzas o recursos humanos obtuvieron un mediano crecimiento en ventas, iii) los empresarios con mayor experiencia en el área de educación obtuvieron un mediano o bajo crecimiento en venta y iv) los empresarios con mayor experiencia en el área de derecho obtuvieron un bajo crecimiento en las ventas.

Lo anteriormente expuesto permite aceptar parcialmente la H_1 : *Los factores del empresario se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila ya que, sólo existe evidencia estadísticamente significativa para hacerlo en el caso del nivel de escolaridad del empresario que se relaciona con el crecimiento en la inversión de maquinaria y equipo y el área con*

más experiencia del empresario que de manera específica se relaciona con el crecimiento en ventas en los últimos dos años; este estudio no arroja evidencia suficiente para asegurar que exista una asociación entre el resto de los indicadores de los factores del empresario con el éxito económico.

Relación Entre Factores de la Empresa y Éxito Económico

Para comprobar la H2: Los factores de la empresa se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila, en primer lugar se aplicó el coeficiente de correlación Rho de Spearman en el indicador tamaño de empresa para determinar su relación con el éxito económico, encontrándose en todos los casos que no existe una relación estadísticamente significativa entre ellos, por tanto los hallazgos de este estudio no aportan suficiente evidencia para establecer una relación entre ambas variables. En segundo lugar para el resto de los indicadores de los factores de la empresa (el sector económico, la estructura jurídica, el tipo de ventas y la actividad del negocio) se aplicó la técnica Cross Tabs utilizándose el estadístico coeficiente de contingencia para determinar su asociación con el éxito económico, encontrándose los siguientes resultados:

La estructura jurídica de la empresa: (persona moral o persona física con actividad empresarial) no muestran valores estadísticamente significativos a un nivel de confianza del 95% entre dichos indicadores y el éxito económico medido en términos del crecimiento en las ventas y en las utilidades o ganancias en los dos últimos años. Sin embargo si reporta una asociación con el éxito económico medido con el crecimiento en los dos últimos años del número de empleados (coeficiente de contingencia de .255 con $p < 0.05$) y con el crecimiento de la inversión en maquinaria y equipo en ese mismo tiempo (coeficiente de contingencia de .281 con $p < 0.05$). La asociación que se presentan en ambos casos, es que las Pymes constituidas como persona moral reportan un mediano crecimiento en el número de empleados y la inversión de maquinaria y equipo, mientras que las que se constituyeron como persona física con actividad empresarial reportan un bajo crecimiento en dichos indicadores.

El sector económico de la empresa: (comercial, servicios o industria) no muestran valores estadísticamente significativos a un nivel de confianza del 95% entre dichos indicadores y el éxito económico medido en términos del crecimiento en el número de empleados y en las utilidades o ganancias en los dos últimos años. Sin embargo, si reporta una asociación con el éxito económico medido con el crecimiento en ventas en los dos últimos años (coeficiente de contingencia de .328 con $p < 0.05$) y con el crecimiento de la inversión en maquinaria y equipo en ese mismo tiempo (coeficiente de contingencia de .376 con $p < 0.01$). Las asociaciones que se presentan son por un lado, que las Pymes industriales y comerciales reportan un mediano y alto crecimiento en ventas, mientras que las Pymes de servicios reportan un mediano y bajo crecimiento en ventas, y por el otro, que las Pymes de servicios y comerciales reportan un bajo y mediano crecimiento en la inversión de maquinaria y equipo, mientras que las Pymes industriales reportan un mediano y alto crecimiento en dicho indicador.

El tipo de ventas: (mayoreo o menudeo) no muestran valores estadísticamente significativos a un nivel de confianza del 95% entre dichos indicadores y el éxito económico medido en términos del crecimiento en las ventas y en las utilidades o ganancias en los dos últimos años. Sin embargo si reporta una asociación con el éxito económico medido con el crecimiento en los dos últimos años del número de empleados (coeficiente de contingencia de .309 con $p < 0.05$) y con el crecimiento de la inversión en maquinaria y equipo en ese mismo tiempo (coeficiente de contingencia de .337 con $p < 0.01$). Las asociaciones que se presentan son por un lado, que las Pymes con ventas al menudeo reportan un bajo crecimiento en la inversión de maquinaria y equipo, mientras que las Pymes con ventas al mayoreo reportan un mediano y alto crecimiento en dicho indicador, y por el otro, que las Pymes con ventas al menudeo reportan un bajo crecimiento en el número de empleados, mientras que las Pymes con ventas al mayoreo reportan un mediano crecimiento en dicho indicador.

La principal actividad del negocio:, en todos sus indicadores, no se encontraron valores estadísticamente significativos a un nivel de confianza del 95% en su relación con el éxito económico. Lo anteriormente expuesto permite aceptar parcialmente la H2: Los factores de la empresa se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila ya que, sólo existe evidencia estadísticamente significativa para hacerlo en el caso de la estructura jurídica de la empresa y el tipo de ventas que realiza la empresa, que se relacionan con el éxito económico medido en términos del crecimiento en el número de empleados y en la inversión de maquinaria y equipo, así como el sector económico de la empresa, que de manera específicas se relaciona con el éxito económico en el crecimiento en ventas y en la inversión de maquinaria y equipo en los últimos dos años. Este estudio no arroja evidencia suficiente para asegurar que exista una asociación entre el resto de los indicadores de los factores de la empresa con el éxito económico.

CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación se realiza en una muestra por conveniencia de micro, pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la región centro del estado de Coahuila, por tanto los resultados encontrados, se limitan a las empresas antes mencionadas y corresponden al trabajo de campo realizado en el 2012. El estudio versó entorno al análisis, por un lado, de la relación que existe entre los factores de la empresa con el éxito económico obtenido por las Pymes, y por el otro, al análisis de la relación que existe entre los factores del empresario y el éxito económico obtenido por dichas empresas. Los resultados de la investigación arrojan evidencia empírica estadísticamente significativa que permite aceptar parcialmente la H1: Los factores del empresario se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila ya que, sólo existe evidencia estadísticamente significativa para hacerlo en el caso del nivel de escolaridad del empresario que se relaciona con el crecimiento en la inversión de maquinaria y equipo y el área con más experiencia del empresario que de manera específica se relaciona con el crecimiento en ventas en los últimos dos años; este estudio no arroja evidencia suficiente para asegurar que exista una asociación entre el resto de los indicadores de los factores del empresario con el éxito económico. Lo encontrado sugiere que el hecho de que el empresario esté preparado y capacitado en ciertas áreas específicas relacionadas con la actividad económica de las firmas, contribuye en gran manera a que la empresa logre incrementar indicadores relacionados con el éxito económico, haciendo a las empresas cada vez más competitivas.

Respecto a la H2: Los factores de la empresa se relacionan con el éxito económico que han desarrollado las Pymes de la región centro del Estado de Coahuila, los hallazgos permiten aceptarla parcialmente ya que, sólo existe evidencia estadísticamente significativa para hacerlo en el caso de la estructura jurídica de la empresa y el tipo de ventas que realiza la empresa, que se relacionan con el éxito económico medido en términos del crecimiento en el número de empleados y en la inversión de maquinaria y equipo, así como el sector económico de la empresa, que de manera específica se relaciona con el éxito económico en el crecimiento en ventas y en la inversión de maquinaria y equipo en los últimos dos años. Este estudio no arroja evidencia suficiente para asegurar que exista una asociación entre el resto de los indicadores de los factores de la empresa con el éxito económico.

Este resultado parece indicar que estando la empresa constituida en una sociedad, como persona moral, existe la posibilidad de que haya más control por la presión ejercida por los socios, lo cual incrementa el número de empleados y la inversión en maquinaria y equipo de la firma, al contrario de lo que sucede con las personas físicas. De acuerdo con los resultados de este estudio empírico, la principal contribución es la evidencia de que los factores del empresario, específicamente el nivel de escolaridad y las áreas de más experiencia, y que los factores de la empresa, particularmente la estructura jurídica y el tipo de ventas que realiza la empresa, sí tienen relación con el éxito económico que desarrollan las empresas, información que los empresarios requieren conocer para poder aprovechar las fortalezas de su firma en aras de lograr una ventaja competitiva en este entorno globalizado.

Con base en los resultados significativos encontrados en esta investigación, se recomienda que estas pequeñas y medianas empresas promuevan entre sus empresarios y administradores la obtención de niveles más altos de escolaridad y capacitación en las áreas de ventas, producción, administración general y/o ingeniería para que tengan más experiencia, lo cual se derivaría en el incremento de algunos indicadores del éxito económico en su empresa. Además, se recomienda que se constituyan en personas morales, lo cual le dará más solidez a su firma y contribuirá a incrementar sus indicadores de éxito económico. También se recomienda, como línea de investigación futura, analizar con una muestra probabilística, la relación que existe entre los factores de la empresa y del empresario con el éxito económico, pero discriminando el análisis con base en el tamaño de la empresa ya que de acuerdo a la literatura las características y operación de la micro empresa, difiere en gran medida de las pequeñas y medianas empresas.

REFERENCIAS

Abu Kasim, N., Minai, B. y Loo, S. (1989). Performance measures in Malaysia - the state-of-the-art. *Malaysian Management Review*, 24(3): 3-9.

Aragón y Rubio (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en España. *Universia Bussines Review*. Cuarto trimestre. Universidad de Murcia.

Arechavala, Ricardo (1998). "Formas de Operación de las Pequeñas Empresas en el Occidente de México: Los Retos de la Competitividad en Mercados Abiertos", *Revista Contaduría y Administración*, Universidad Nacional Autónoma de México, 189, 1 (Abril-Junio) pp. 66-84.

Arechavala, R, y Madrigal, B. (2003). "Internacionalización de Mercados Laborales y Rotación de Personal: Aprendizaje y Adaptación en las Pequeñas Empresas de la Industria del Calzado en el Occidente de México", *Gestión Pública y Empresarial*, 3, 3, (enero-junio), pp. 13-26.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol. 7, No. 1, 99-120.

Calantone, R., Kim, D., Schmidt, J., Cavusgil, T. (2006). The influence of internal and external firm factors on international product adaptation strategy and export performance: A three-country comparison. *Journal of Business Resarch*, 59, pp 176-185.

Dekkers, R. (2005): (R)evolution: organizations and the dynamics of the environment, Springer, New York.

Dixon, J., Nanni, A., Vollman, T. (1990). The New Performance Challenge: Measuring Operations for World Calls Competition. Dow-Jones Irwin. Homewood, Il.

Ferguson P. (1993). Industrial economics: issues and perspectives. Macmillan. Hong Kong.

Garrigos-Simon, F., Marques, D., Narangajavana, Y. (2005). Competitive strategies and performance in Spanish hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospital Management*, 17(1): 22-38.

Hansen, G. y Wernerfelt, B. (1989). Determinants of firm performance: The relative importance of economic and organizational factors. *Strategic Management Journal*, Vol 10, 399-411.

INEGI (2010). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. www.inegi.org.mx

Lussier, R. (1995). A nonfinancial business success versus failure prediction model for young firms. *Journal of Small Business Management*, 39(3): 228-239.

- Maes, J., Sels, L., Roodhooft, F. (2005). Modelling the link between management practices and financial performance: evidence from small construction companies. *Small Business Economics*, 25: 17-34.
- Máynez, A., Cavazos, J., Torres, V. y Escobedo, M. (2013). Las capacidades de la empresa para personalizar su producción y reconfigurarse de forma interna: ¿influyen su desempeño operativo y su ventaja competitiva percibidos? Aceptado para publicación en: *Revista Internacional Administración & Finanzas*. V6(7), 2013.
- McGahan A. y Porter, M. (1997). How much does industry matter, really? *Strategic Management Journal*, 18: 15-30.
- McNamee, P., Greenan, K. y McFerran, B. (1999). The competitive analysis model: A new approach to strategic development for small businesses. *Benchmarking International Journal*, 6(2): 125-46.
- Powers TL, Hahn W (2002). Skill and resource based competitive methods: impact on firm performance. *Journal of Professional Services Marketing*, 16(2): 113-24.
- Rosli, M. (2011). Determinants of small and medium enterprises performance in the Malaysian auto-parts industry. *African Journal of Business Management*, Vol. 5 (20), pp. 8235-8241.
- Rubio, A. y Aragón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de Gestión*, V2(1), 2002.
- Rueda I. y Simón N. (Coord.). (2001). *De la Privatización a la Crisis: el caso de Altos Hornos de México*, Miguel Ángel Porrúa Editores-Instituto de Investigaciones Económicas-Facultad de Contaduría y Administración-UNAM. México.
- Saad, M. y Patel, B. (2006). An investigation of supply chain performance measurement in the Indian automotive sector. *Benchmarking International Journal*, 13(1/2): 36-53.
- Saavedra, M.; Hernández, M.; Mendoza, J.; Jiménez, M.; Hernández, G.; Vázquez, A.; Navarrete, D. (2007). Perfil Financiero y Administrativo de las Pequeñas Empresas del Estado de Hidalgo. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México.
- Sarder, J., Ghosh, D., Rosa, P. (1997). The importance of support services to small enterprises in Bangladesh. *Journal of Small Business Management*, 35 (2): 26-36.
- Schutjens, V. y Weverm E. (2000) Determinants of new firm success, *Papers in Regional Science*, No. 79, p. 135-159.
- Schimke, A. y Brenner, T. (2011). Long-run factors of firm growth - a study of German firms, Working Paper Series in Economics, No. 21, Karlsruhe Institut für Technologie, KIT – University of the State of Baden-Wuerttemberg and National Laboratory of the Helmholtz Association. April 2011.
- Simón, N. y Rueda, I., (2004). Changes in the Mexican steel industry after privatization: The case of Altos Hornos de México (AHMSA). *Mexico and the World Web Journal*. Volume 9, Issue 3, Summer 2004, PROFMEX ISSN 1535-0630. México.
- Velarde, E. y Araiza, Z. (2008). *Las estrategias de dirección y su relación con el éxito económico en las MPYMES de la región centro del estado de Coahuila*. Memorias del XII congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas, Academia de Ciencias Administrativas, A. C. y CETYS Universidad, Tijuana, B.C., México.
- Wengel J, Rodriguez E (2006). SME export performance in Indonesia after the crisis. *Small Business Economics*, 26: 25-37.

Wijewardena H, Tibbits GE (1999). Factors contributing to the growth of small manufacturing firms: data from Australia. *Journal of Small Business Management*, 37(2): 88-95.

Wynarczyk P, Watson R (2005). Firm growth and supply chain partnership: an empirical analysis of U.K. SME subcontractors. *Small Business Economics*, 24: 39-51.

Ynzunza, C., Izar, J. (2013). Efecto de las estrategias competitivas y los recursos y capacidades orientados al mercado sobre el crecimiento de las organizaciones. *Contaduría y Administración*, 58 (1), enero-marzo 2013: 169-197.

BIOGRAFÍA DE LOS AUTORES

Elvira Velarde López, es Doctora en Administración, catedrática e investigadora adscrita a la Universidad Autónoma de Coahuila; ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales y ha publicado capítulos de libros de investigación y artículos en revistas indexadas. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores y es miembro del cuerpo arbitral de varias revistas de investigación, actualmente colabora con la línea de investigación de capacidades tecnológicas en pequeñas empresas. E-mail: elvira_velarde@yahoo.com.mx.

Zóchitl Araiza Garza, es Doctora en Administración actualmente adscrita a la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, donde es líder del cuerpo académico micros, pequeñas y medianas empresas; cultiva la línea de investigación de asociación y cooperación entre pequeñas empresas, exponiendo sus contribuciones al conocimiento en ponencias en congresos nacionales e internacionales, así como conferencias y publicando capítulos de libros de investigación y artículos arbitrados y de divulgación. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores y del cuerpo arbitral de varias revistas de investigación. E-mail: araizagarza@yahoo.com.mx.

Anahí García Moreno, es estudiante de la Universidad Autónoma de Coahuila, en México, y actualmente colabora en los proyectos de investigación de la Dra. Velarde y la Dra. Araiza. E-mail: anahi_elizabeth07@hotmail.com.

