

El estudio de la pequeña empresa familiar en México Una perspectiva analítica

Marcela Victoria Rendón Cobián
Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa
marcela_uami@hotmail.com
México

Introducción

El objetivo del presente trabajo es realizar una reflexión acerca de la investigación actual acerca de la pequeña empresa familiar en México. El texto se divide en dos apartados. El primero aborda el análisis estadístico de la pequeña y mediana empresa en México. A manera introductoria y referencial, pero no comparativa, se hace alusión al caso latinoamericano, destacando las dificultades en el establecimiento de los criterios adecuados que definen el tamaño de la empresa y la diversidad de políticas públicas puestas en operación para su apoyo. El resto del apartado se aboca a presentar las cifras generales del caso mexicano, destacando, entre otros, su tamaño y personal ocupado, su sector de pertenencia, el personal remunerado y no remunerado, el cual nos proporciona, indirectamente, una idea bastante aproximada de la importancia de la solidaridad familiar en las pequeñas empresas familiares. Otras dos variables importantes que componen esta presentación son el género y la distribución geográfica al significar referencias ineludibles en el estudio de la pequeña empresa en México.

El segundo apartado intenta complementar el anterior. Este es de carácter más cualitativo y en él se reflexiona sobre tres aspectos centrales. Primero, la diversidad de criterios que giran alrededor de la definición de la pequeña empresa familiar; segundo, la amplitud de aspectos que deben ser considerados en el estudio de este tipo de organizaciones y, finalmente, los temas más recurrentes en su estudio reciente.

Primera parte. La micro y pequeña empresa

América Latina. A manera de preámbulo

La pequeña empresa es una realidad socioeconómica muy extendida aunque presenta diferencias importantes de acuerdo con su ubicación geográfica. El primer asunto a atender es la diversidad de clasificaciones que de ella se realiza. En América Latina, algunos países como Argentina y Panamá consideran el monto de las ventas, otros se basan en el número de empleados, como sucede en México y Guatemala, mientras algunos otros utilizan combinaciones que incluyen además, entre otros, el total de activos o ingresos brutos. Las

diferencias son en algunos casos muy significativas; así, por ejemplo, una gran empresa en México es aquella que tiene más de 500 trabajadores mientras que en Bolivia se requerirían tan sólo 50. Las definiciones se realizan nacionalmente, entre otros, en función de la realidad socioeconómica de las empresas en conjunto dando pie a políticas económicas diferenciadas que posibiliten su desarrollo. Si bien ello dificulta la comparación internacional no resulta limitante si queremos tener una panorámica general de la situación que guardan las pequeñas empresas en esta parte del continente.

Así, podemos observar que la microempresa es la de mayor frecuencia en todos los países considerados, siendo las grandes empresas las de menor ocurrencia. Son, en términos generales, los países con mayor desarrollo económico los que más apoyan el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa –mypime-, como se puede observar en el Cuadro 1. Así, de acuerdo con Zevallos (2003), Argentina, Chile y México cuentan con mayores apoyos que Costa Rica y Guatemala.

En términos generales, las mypimes de la región son las menos preparadas para sortear los vaivenes de la inestabilidad económica, las que conocen mayores dificultades para ingresar al mundo competido de la globalización, las menos favorecidas por las políticas públicas y, aunque se notan algunos cambios recientes, son las más alejadas de los intereses académicos

Cuadro 1. América Latina, empresas por tamaño y líneas comunes de apoyo a las mypimes

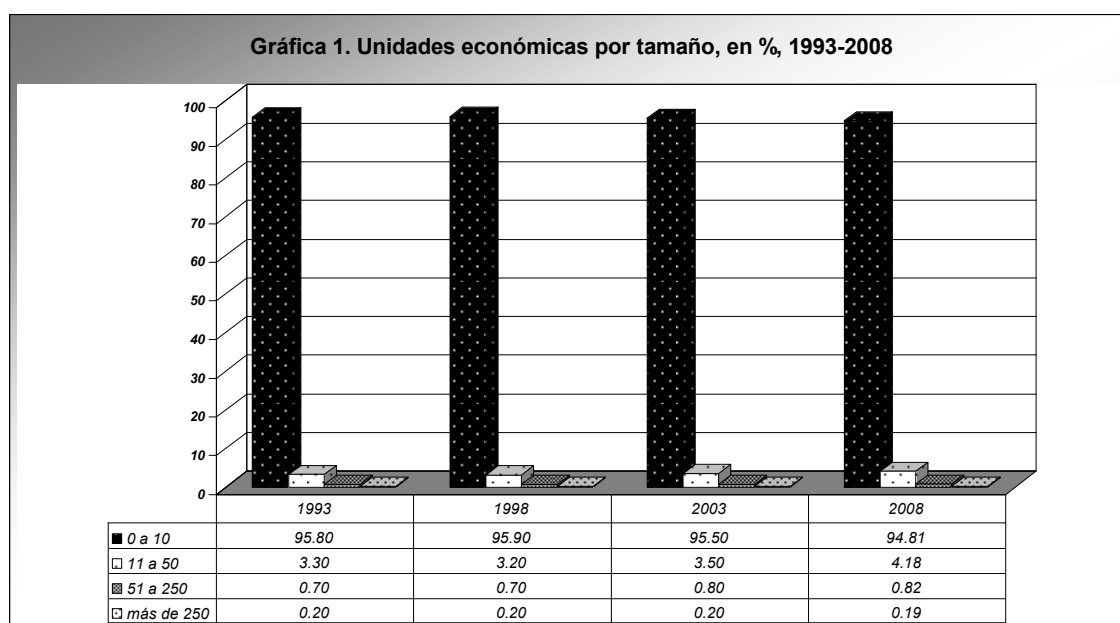
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total	a)	b)	c)	d)	e)	f)	g)
Argentina	814,400	69,500	7,400	5,200	896,500			n.d.		n.d.		
%	90.84	7.75	0.83	0.58	100.00							
Bolivia	500,000	1,007	326	234	501,567	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
%	99.69	0.20	0.06	0.05	100.00							
Brasil	3,806,769	292,828		24,746	4,124,343	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
%	92.30	7.10		0.60	100.00							
Chile	432,431	78,805	10,870	4,814	526,920							
%	82.07	14.96	2.06	0.91	100.00							
Colombia	657,952	26,694		821	685,467				n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
%	95.99	3.89		0.12	100.00							
Costa Rica	58,620	14,898		1,348	74,866				n.d.	n.d.	n.d.	
%	78.30	19.90		1.80	100.00							
El Salvador	464,000	12,398	502	316	477,216							
%	97.23	2.60	0.11	0.07	100.00							
Guatemala	135,000	29,024	9,675	2,438	176,137							
%	76.64	16.48	5.49	1.38	100.00							
México	4,877,070	214,956	42,415	9,615	5,144,056							
%	94.81	4.18	0.82	0.19	100.00							
Panamá	34,235	5,601	1,149	1,239	42,224							
%	81.08	13.26	2.72	2.93	100.00							
Venezuela	8,701		2,613	776	12,090							
%	71.97		21.61	6.42	100.00							

- a) Préstamos para mypimes
- b) Fondos de capital de riesgo
- c) Crédito fiscal para I y D
- d) Programas especiales de comercialización y comercio exterior
- e) Simplificación de trámites para el pago de impuestos
- f) Agencias de desarrollo regional
- g) Crédito fiscal para la capacitación

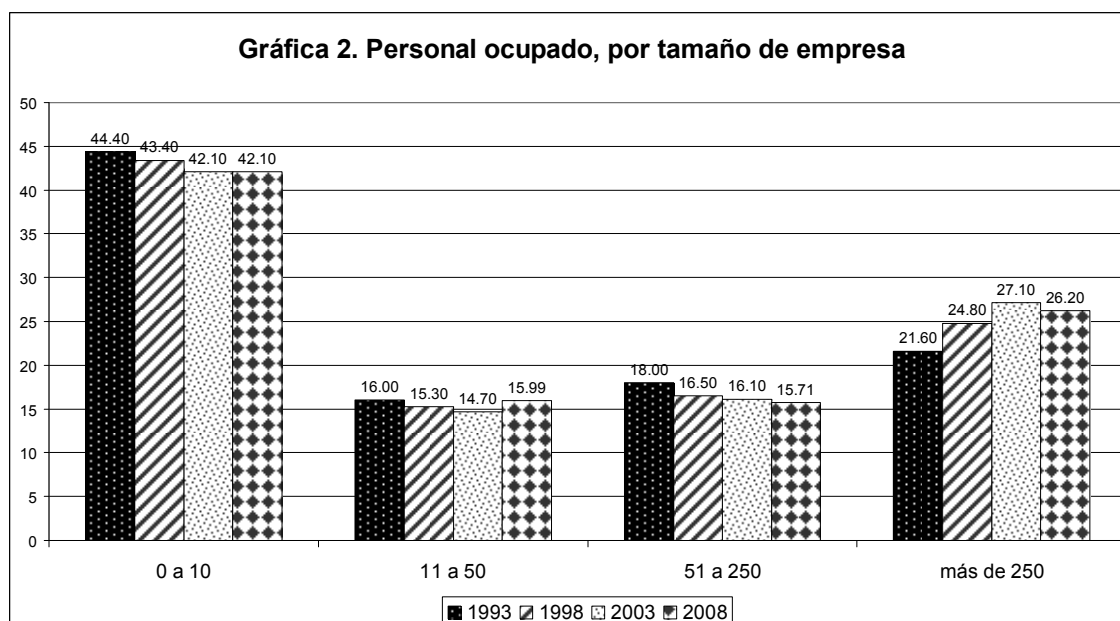
Fuente: Elaborado con base en Zeballos 2003, Torres 2006 e INEGI 2009.

Micro y pequeña empresa en México. Una primera mirada

En términos generales, como en todas las economías, las empresas que más abundan en México son las más pequeñas; aquellas que cuentan con hasta 10 empleados representan cerca del 95% del total (Gráfica 1), seguidas de aquellas que tienen hasta 50 empleados; estos dos tamaños totalizaron el 99.1% en 1993 y el 98.9% en 2008. La mayor parte del personal ocupado se encuentra en la empresa más pequeña, abarcando el 44.4 en 1993 y el 42.1 en 2008 (Gráfica 2).



Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006, 2009



Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006, 2009

Los esfuerzos realizados para determinar el tamaño de las empresas no han sido fáciles; prueba de ello es que en México se dieron en un período de doce años -1990-2002- cinco clasificaciones distintas hasta llegar a la que actualmente se utiliza. Esta establece que el sector en el que participan las empresas debe ser considerado. Así, el sector de comercio contempla, exceptuando el caso de la micro empresa, establecimientos más pequeños que el industrial o el de servicios (Cuadro 2).

Cuadro 2. Estratificación de empresas de acuerdo con el Diario Oficial de la Federación del 30 de diciembre de 2002

Tamaño	Sector de actividad		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeño	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediano	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100
Grande	más de 250	más de 100	más de 100

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

La importancia del sector

Tomando en cuenta el criterio anterior, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática –INEGI- publicó en 2006 un estudio realizado en 2003 en el que consideraba los tres principales sectores de un total de 19 que constituyen el espectro total de la actividad económica. Estos tres sectores daban cuenta de cerca del 97% del total de las unidades económicas y 89% del total del personal ocupado. La concentración en estos tres sectores es aún ligeramente mayor en la actualidad al representar el 98% del total de establecimientos y el

91% del empleo total. El sector de comercio concentra hoy en día el mayor porcentaje de los establecimientos económicos mientras que el de servicios el de mayor empleo -47% en ambos casos-. La industria manufacturera posee los indicadores más bajos -11% y 18% respectivamente- (INEGI, 2009).

Si bien los datos estadísticos con los que trabajaremos de aquí en adelante corresponden a 2003, podemos señalar que, por lo que hemos podido observar cuando incorporamos cifras más recientes, de 2008, las diferencias porcentuales no son muy significativas por lo que consideramos que ellas reflejan de manera bastante adecuada parte de la problemática actual.

La microempresa resulta más característica del sector comercial -97% del total de dicho sector- y menos del manufacturero -91%-; inversamente, es en esos sectores que la presencia, muy reducida por cierto, de la gran empresa se hace sentir 0.9% en la manufactura y 0.2% en el comercio (Cuadro 3). Una característica relevante de este sector es que un número amplio de microempresas genera una parte relativamente muy baja del empleo -18/%- mientras que un número muy reducido de grandes empresas concentra más del 50%.

Cuadro 3. Distribución de las empresas por tamaño y sector, 2003

Tamaño	Manufactura	%	Comercio	%	Servicios	%
Micro	298,678	90.86	1,533,865	97.04	960,135	94.71
Pequeña	19,754	6.01	33,031	2.09	43,835	4.32
Mediana	7,235	2.20	9,976	0.63	5,179	0.51
Grande	3,051	0.93	3,715	0.24	4,594	0.45
Total	328,718	100.00	1,580,587	100	1,013,743	100

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Una característica relevante del sector manufacturero es que un número amplio de microempresas genera una parte relativamente muy baja del empleo -18/%- mientras que un número muy reducido de grandes empresas concentra más del 50%. La microempresa del sector de servicios, por su parte, ocupa al 62% del personal ocupado mientras que la gran empresa se encarga tan sólo de una tercera parte -34%-. Finalmente, en el terreno de los servicios encontramos, como ya se mencionó, la mayor concentración de las empresas más pequeñas, aportando además el 62% del empleo del sector, siendo la gran empresa la que menos contribuye al empleo, con tan sólo el 17% del total (Cuadro 4).

Cuadro 4. Distribución del personal ocupado por tamaño y sector, 2003

Tamaño	Manufactura	%	Comercio	%	Servicios	%
Micro	762,103	18.15	3,100,941	62.05	2,198,687	42.15
Pequeña	431,768	10.28	557,554	11.16	899,134	17.24
Mediana	810,095	19.29	512,283	10.25	364,419	6.99
Grande	2,194,613	52.27	826,588	16.54	1,753,568	33.62

Total	4,198,579	100.00	4,997,366	100.00	5,215,808	100.00
-------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

En el sector manufacturero, el subsector con mayor cantidad de establecimientos lo constituye la industria alimentaria, la cual concentra la mayor cantidad de microempresas del sector. De hecho, la microempresa alimentaria totaliza cerca del 34% de todas las empresas del sector. Esta alta concentración no se corresponde con el indicador del empleo ya que esa alta proporción de empresas aporta tan sólo el 7% del total del sector; lo mismo ocurre con otros indicadores tales como las remuneraciones, el valor agregado bruto y el total de activos fijos - 1%, 2% y 0.1% respectivamente-. El sector comercial, por su lado, encuentra en la actividad comercio al por menor de alimentos la más alta concentración. En efecto, el 46% de los establecimientos del sector corresponde a la microempresa dedicadas a esta actividad. La aportación de estas empresas al conjunto de variables económicas del sector es mucho más significativa que en el caso del sector manufacturero; los valores de dichas variables son de 26% del personal total ocupado, 3% del total de remuneraciones, 9% del valor agregado bruto y 13% del total de activos fijos. Finalmente, el sector de servicios es el que presenta la menor concentración de microempresas en una sola industria; en efecto, la más representativa es la que corresponde a la actividad económica denominada alojamiento temporal y restaurantes. Esta microempresa cuenta por el 26% del total del sector, con una participación más discreta en su aportación al resto de las variables del sector: 13%, 2%, 3% y 5% respectivamente.

El personal remunerado. Diferencias significativas

Es conocido que las micro y pequeñas empresas son establecimientos económicos que se caracterizan, en términos generales, por una amplia racionalidad social sustentada en redes informales de cooperación que les proporciona un principio de flexibilidad necesario para sortear muchos de los efectos negativos de la inestabilidad económica. Así, la mayor parte de estos establecimientos incorporan miembros diversos de la familia para llevar a cabo sus operaciones. Así, podemos observar en el Cuadro 5 que el personal dependiente no remunerado que participa en las empresas es mucho más alto en el caso de la micro empresa - 64%- que en el de la grande -0.3%-. El personal no remunerado es aquel que aporta su trabajo pero no recibe remuneración económica formal tal como acontece con muchos propietarios y familiares de éste. Por otra parte, el personal no dependiente de la razón social es aquel que labora en el establecimiento y recibe ingresos por honorarios o comisiones o bien es proporcionado por otra razón social. Este personal es poco frecuente en la microempresa.

Cuadro 5. Distribución del personal remunerado y no remunerado, por tamaño, 2003

Tamaño	Dependiente				No dependiente de la razón social	%	Total	%
	Remunerado	%	No remunerado	%				
Micro	1,989,158	32.82	3,881,952	64.04	190,621	3.14	6,061,731	100.00
Pequeña	1,530,267	81.03	154,650	8.19	203,539	10.78	1,888,456	100.00
Mediana	1,455,117	86.27	16,546	0.98	215,134	12.75	1,686,797	100.00
Grande	4,107,250	86.02	13,063	0.27	654,456	13.71	4,774,769	100.00
Total	9,081,792	63.02	4,066,211	28.21	1,263,750	8.77	14,411,753	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Si bien el personal no remunerado disminuye conforme se incrementa el tamaño de la empresa, la distribución del tipo de personal varía también de acuerdo con el sector económico. Así, el sector manufacturero es el que cuenta con la mayor proporción de personal remunerado -81%- mientras que el comercio posee la menor proporción -49%-; los servicios, por su lado, totalizan un nivel intermedio, correspondiente al 63% (Cuadros 5, 6 y 8). En los tres sectores se observa, de manera constante, que en el caso de la micro empresa, el porcentaje de personal no remunerado es bastante alto con respecto al caso incluso de la pequeña empresa, haciendo una notoria diferencia incluso con ésta última.

Cuadro 6. Distribución del personal remunerado y no remunerado en la manufactura, por tamaño, 2003

Tamaño	Dependiente				No dependiente de la razón social	%	Total	%
	Remunerado	%	No remunerado	%				
Micro	307,903	40.40	442,605	58.08	11,595	1.52	762,103	100.00
Pequeña	386,654	89.55	23,347	5.41	21,767	5.04	431,768	100.00
Mediana	727,194	89.77	4,222	0.52	78,679	9.71	810,095	100.00
Grande	1,965,582	89.56	2,630	0.12	226,401	10.32	2,194,613	100.00
Total	3,387,333	80.68	472,804	11.26	338,442	8.06	4,198,579	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 7. Distribución del personal remunerado y no remunerado en el comercio, por tamaño, 2003

Tamaño	Dependientes				No dependiente de la razón social	%	Total	%
	Remunerado	%	No remunerado	%				
Micro	850,036	27.41	2,154,810	69.49	96,095	3.10	3,100,941	100.00
Pequeña	467,936	83.93	23,277	4.17	66,341	11.90	557,554	100.00
Mediana	427,657	83.48	5,187	1.01	79,439	15.51	512,283	100.00
Grande	686,333	83.03	1,155	0.14	139,100	16.83	826,588	100.00
Total	2,431,962	48.66	2,184,429	43.71	380,975	7.62	4,997,366	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 8. Distribución del personal remunerado y no remunerado en los servicios, por tamaño, 2003

Tamaño	Dependientes				No dependiente de la razón social	%	Total	%
	Remunerado	%	No remunerado	%				
Micro	831,219	37.81	1,284,537	58.42	82,931	3.77	2,198,687	100.00

Pequeña	675,677	75.15	108,026	12.01	115,431	12.84	899,134	100.00
Mediana	300,266	82.40	7,137	1.96	57,016	15.65	364,419	100.00
Grande	1,455,335	82.99	9,278	0.53	288,955	16.48	1,753,568	100.00
Total	3,262,497	62.55	1,408,978	27.01	544,333	10.44	5,215,808	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

El género femenino. Los nuevos actores

La participación de la mujer en las actividades económicas formales ha sido, sin duda, junto con su mayor participación social, una de las transformaciones más importantes del siglo pasado. Así, podemos observar que, de acuerdo con los datos de INEGI, la mujer contaba por el 41.5% de la fuerza laboral en la economía mexicana, la cual se incrementa ligeramente en 2008, en un 1%. Esta participación es, en términos generales, más importante en la micro empresa -46%- (Cuadro 9). De hecho, la mayoría de los países latinoamericanos poseen políticas económicas que apoyan con préstamos a las mypimes dirigidas por mujeres (Zevallos: 2003).

Cuadro 9. Distribución del personal por género y tamaño, 2003

Tamaño	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Micro	3,273,571	54.00	2,788,160	46.00	6,061,731	100.00
Pequeña	1,179,559	62.46	708,897	37.54	1,888,456	100.00
Mediana	1,102,102	65.34	584,695	34.66	1,686,797	100.00
Grande	2,882,833	60.38	1,891,936	39.62	4,774,769	100.00
Total	8,438,066	58.55	5,973,687	41.45	14,411,753	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

La fuerza de trabajo femenina se concentra de manera similar en los sectores de comercio y de servicios -38% y 37% respectivamente-, ocupando la manufactura el tercer lugar -25%-. El tamaño de empresa y sector que más concentra el trabajo de las mujeres es el de la microempresa comercial; ella concentra el 27% del total; por el contrario, la pequeña empresa manufacturera es el menos preferido por las mujeres para trabajar; ella representa tan sólo el 2%. De hecho, en el sector manufacturero la mujer participa poco del empleo de la microempresa -33%-, haciéndolo más en la gran empresa -38%- (Cuadro 10). En el sector de comercio su participación es mayor en la microempresa -52%- que en los establecimientos de otro tamaño (Cuadro 11), mientras que en los servicios la participación femenina ocupa un lugar intermedio con respecto a los otros dos, teniendo una distribución muy similar en relación al tamaño de la empresa -cerca de 43% en todos los casos- (Cuadro 12).

Cuadro 10. Distribución del personal por género y tamaño, manufactura, 2003

Tamaño	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
--------	---------	---	---------	---	-------	---

Micro	511,136	67.07	250,967	32.93	762,103	100.00
Pequeña	303,390	70.27	128,378	29.73	431,768	100.00
Mediana	542,060	66.91	268,035	33.09	810,095	100.00
Grande	1,358,450	61.90	836,163	38.10	2,194,613	100.00
Total	2,715,036	64.67	1,483,543	35.33	4,198,579	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 11. Distribución del personal por género y tamaño, comercio, 2003

Tamaño	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Micro	1,491,594	48.10	1,609,347	51.90	3,100,941	100.00
Pequeña	369,957	66.35	187,597	33.65	557,554	100.00
Mediana	355,603	69.42	156,680	30.58	512,283	100.00
Grande	526,603	63.71	299,985	36.29	826,588	100.00
Total	2,743,757	54.90	2,253,609	45.10	4,997,366	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 12. Distribución del personal por género y tamaño, servicios, 2003

Tamaño	Hombres	%	Mujeres	%	Total	%
Micro	1,270,841	57.80	927,846	42.20	2,198,687	100.00
Pequeña	506,212	56.30	392,922	43.70	899,134	100.00
Mediana	204,439	56.10	159,980	43.90	364,419	100.00
Grande	997,780	56.90	755,788	43.10	1,753,568	100.00
Total	2,979,273	60.60	2,236,535	39.40	5,215,808	100.00

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Región y desarrollo

Otra variable que nos ha parecido pertinente incorporar en este análisis es la ubicación geográfica. En efecto, la gran diversidad del país permite reconocer, *grosso modo*, cinco grandes regiones con especificidades socioeconómicas, culturales y políticas bastante diferenciadas. El norte del país es el más industrializado y mantiene diversos canales de comunicación con el vecino del norte. La cercanía con Estados Unidos ha ido construyendo históricamente un perfil particular a las entidades federativas que colindan con dicho país. Las dos regiones del norte concentran la mayor proporción de grandes empresas y la menor de microempresas (Cuadro 13).

Cuadro 13. Distribución de las empresas, por tamaño y región geográfica, en %, 2003

Tamaño	Sur-Sureste	Centro-Occidente	Centro	Noreste	Noroeste	Nacional
Micro	96.9	95.9	95.8	93.2	93.5	95.5
Pequeña	2.4	3.3	3.1	4.8	4.6	3.3
Mediana	0.4	0.5	0.7	1.3	1.3	0.8
Grande	0.2	0.3	0.4	0.7	0.6	0.4
Total absoluto	613,677	717,765	1,019,011	295,253	277,295	2,922,481

Sur-Sureste: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Centro-Occidente: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas.

Centro: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala.

Noreste: Coahuila, Durango, Nuevo León y Tamaulipas.

Noroeste: Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora.

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

De hecho, como se puede observar en el Cuadro 14, la mayor parte de los establecimientos económicos, independientemente del sector, se ubica en la región central -35%-, mientras que los que tienen menor concentración numérica son las regiones del norte, sobre todo en el caso del sector manufacturero, los cuales poseen los mayores índices de grandes empresas (Cuadro 15).

Cuadro 14. Distribución de las empresas, por región geográfica, en %, 2003

Sector	Sur-Sureste	Centro-Occidente	Centro	Noreste	Noroeste
Manufactura	24.45	26.30	33.00	8.44	7.78
Comercio	20.76	24.58	35.82	10.05	8.91
Servicios	20.26	23.97	33.99	10.72	10.94
Total	21.00	24.56	34.87	10.10	9.49

La densidad de las microempresas manufactureras es mayor en el sur-sureste del país y menor en el norte, sobre todo en el noreste, que resulta ser la región más industrializada del país. Por otro lado, la concentración de las grandes empresas de servicios se sigue realizando en el noreste del país, aunque en el sector comercial esta es bastante menor en las regiones del norte (Cuadros 15, 16 y 17).

Cuadro 15. Distribución de las empresas, por región geográfica, manufactura, en %, 2003

Tamaño	Sur-Sureste	Centro-Occidente	Centro	Noreste	Noroeste	Nacional
Micro	97.1	89.9	90.1	82.7	86.5	90.9
Pequeña	2.1	7.3	6.4	10.4	7.2	6.0
Mediana	0.5	2.1	2.6	4.4	3.7	2.2
Grande	0.2	0.7	0.9	2.5	2.5	0.9
Total absoluto	80,450	86,452	108,486	27,734	25,596	328,718

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 16. Distribución de las empresas, por región geográfica, comercio, en %, 2003

Tamaño	Sur-Sureste	Centro-Occidente	Centro	Noreste	Noroeste	Nacional
Micro	97.0	97.6	97.2	97.7	94.9	97.0
Pequeña	1.7	2.0	1.6	3.7	3.5	2.1
Mediana	0.5	0.5	0.5	1.0	1.1	0.6
Grande	0.2	0.2	0.2	0.4	0.3	0.2
Total absoluto	329,746	386,916	568,463	154,440	141,022	1,580,587

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Cuadro 17. Distribución de las empresas, por región geográfica, servicios, en %, 2003

Tamaño	Sur-Sureste	Centro-Occidente	Centro	Noreste	Noroeste	Nacional
Micro	95.7	95.3	94.4	93.5	93.7	94.7
Pequeña	3.6	3.9	4.4	5.2	5.4	4.3
Mediana	0.3	0.0	0.5	1.0	1.1	0.6
Grande	0.3	0.4	0.6	0.7	0.5	0.5
Total absoluto	205,746	244,213	345,250	108,321	110,213	1,013,743

Fuente: elaborado con base en INEGI, 2006

Segunda parte. El debate actual sobre la pequeña empresa familiar

Antecedentes de la empresa familiar

Recordemos que la familia como institución es una de las más antiguas y que las empresas familiares son el antecedente directo de la mayor parte de las grandes y modernas empresas de nuestro tiempo. Hacia los siglos XVII, XVIII y parte del XIX las empresas familiares, dirigidas por sus propietarios, constituían la base de la economía en los Estados Unidos. A mediados del siglo XIX, además de los empresarios, aparecen en escena los banqueros, y Chandler (1990) explica como éstos de manera paulatina se fueron apoderando de la dirección de las empresas hasta llegar a separar a la familia propietaria de la administración de sus negocios.

Alrededor de 1930, la llamada revolución de los managers postulaba que si las empresas deseaban incrementar su desempeño tendrían que ser dirigidas por administradores profesionales y no por los dueños. Así, las grandes empresas comenzaron a ser controladas cada vez más por criterios de racionalidad económica; ello no sucedió así con las pequeñas organizaciones que, hasta la fecha, sobre todo si son de tipo familiar, son administradas incorporando consideraciones de tipo individual y afectivo.

Criterios para definir la empresa familiar

Existe una amplia diversidad de definiciones de empresa familiar; de hecho, algunos temas de investigación, de orden conceptual, se realizan con el objetivo de identificar los elementos que la caracterizan. Más que intentar definirla, resulta más conveniente, y útil, destacar algunos de los rasgos más comunes que ellas presentan. Los criterios que con mayor frecuencia retoman los especialistas para conceptualizarla son la propiedad, el control, la relación entre familia y empresa, la participación de miembros en la empresa y la intención de transferirla a la familia (Cuadro 18).

Cuadro 18. Criterios para definir la pequeña empresa familiar

Criterio	Perspectiva
Propiedad	Económica
Control	Administrativa
Relación familia/empresa	Social
Participación de familiares	Económica y afectiva
Sucesión	Económica, administrativa y afectiva

Desde nuestro punto de vista, los tres primeros criterios representan la base para que una organización sea considerada como empresa familiar. El primero, de índole más económica, se refiere a que la propiedad de la empresa permanece en manos de una familia, o de varias. El segundo, el control, se inclina más por consideraciones de tipo administrativo; la familia marca las acciones a seguir y toma las decisiones que cree conveniente para el buen funcionamiento de la empresa. El tercer criterio, la relación entre familia y empresa, se refiere a una visión más social; se destaca de manera importante la convivencia cotidiana entre la empresa y la familia.

Los otros dos criterios se encuentran muy relacionados con los objetivos mismos de la empresa familiar, uno de orden económico y afectivo contempla la participación de al menos dos miembros de la familia en la empresa, el cual se cumple fácilmente ya que precisamente la empresa se funda, entre otros, para brindar empleo a la familia. La sucesión, último criterio considerado, busca la continuidad de la empresa en manos de la familia desde tres perspectivas diferentes –económica, administrativa y afectiva-, es decir, la búsqueda de perpetuación del patrimonio, el control administrativo y el buen nombre de la familia –incluyendo la cultura y sus valores-.

No todas las empresas familiares son iguales

Como se mencionó anteriormente, se cuenta con determinados elementos que permiten una primera caracterización de las empresas familiares; sin embargo, no todas son iguales, existen otros aspectos (Cuadro 19) que resulta necesario identificar, tales como el tamaño, el sector, la antigüedad, el contexto, la historia y la estructura.

Cuadro 19. Características de la empresa familiar

Aspectos	Tipo de empresa			
Tamaño	Micro	Pequeña	Mediana	Grande
Sector económico	Producción		Servicios	Comercio
Antigüedad	Hasta 5 años	Hasta 10 años	Hasta 15 años	20 años o más
	1° generación		2° generación	3° generación
Contexto	Urbano/Rural		Modernidad /Tradición	

Historia	Objetivos de creación y evolución	
Estructura	Participación de miembros familiares	no familiares

El tamaño de la empresa se mide principalmente por el número de trabajadores que laboran en ella –como en el caso actual de México-; otros criterios de catalogación se realizan a través de los ingresos que perciben y los activos que poseen. El tamaño indica, entre otros, el volumen de las operaciones que realiza y el tipo de mercado en que se ubica.

El sector señala el tipo de infraestructura con la que cuenta, así por ejemplo un industrial necesita una mayor inversión que un comerciante o empresa de servicios. Dependiendo de la situación económica del país, habrá sectores con mayor o menor grado de avance. Por otro lado, una empresa con pocos años de fundada será diferente a otra que tiene muchos años o que incluso ya pasó a otra generación. La antigüedad juega un papel importante; la dinámica que presenta una empresa joven es diferente a la de una empresa con más años. Sin tener datos precisos, varios investigadores apuntan que pocas empresas logran pasar a una segunda generación y mantenerse; ello es aún más difícil en el caso de una tercera generación. El problema de la sucesión es uno de los principales de las empresas familiares.

La ubicación geográfica de la empresa, como ya lo señalamos, proporciona también información para su comprensión (Rendón, 2007). El contexto urbano se caracteriza, en términos generales, por un mayor avance tecnológico y por contar con mayores oportunidades de salud y educativas, lo cual resulta más notorio en las grandes ciudades. Por su parte, en el medio rural predominan las actividades agrícolas y ganaderas y una escasa o nula actividad industrial, aunada a una deficiencia en servicios de salud y educativo; este panorama se observa principalmente en pequeñas poblaciones. De esta manera, el contexto influye de manera muy relevante en la vida cotidiana de los individuos y por ende de las empresas familiares. Así, en las grandes ciudades la tendencia hacia la individualidad y la búsqueda de la autonomía se harán más presentes, mientras que en las pequeñas existe un mayor apego familiar y una menor necesidad de independencia individual.

Una característica, en ocasiones poco retomada, es la historia de la empresa, lo que implica no sólo remontarse a los orígenes de la misma, sino a la historia misma de la familia y de sus integrantes. Este aspecto resulta relevante para entender con mayor profundidad la dinámica familiar, ya que se entrelazan temas como la cultura y los valores. A la familia se le concibe como base principal de la sociedad y como referencia central del individuo; es en ella donde se adquieren los valores más importantes que guiarán el comportamiento futuro.

Por su parte, la estructura de la empresa familiar nos indica el número de familiares que laboran en ella y el lugar jerárquico que ocupan. Es común encontrar que la estructura de la

familia se traspa a la empresa, dando lugar a que los individuos tengan un doble rol; así, por ejemplo, el padre o fundador se convierte en el jefe o patrón.

Los temas más estudiados en las empresas familiares

En los ochentas se retoma la investigación de las empresas familiares. Allouche y Amman (2000) realizaron un recuento de los estudios realizados en el periodo comprendido entre 1977 y 1986; en él encontraron únicamente 53 artículos publicados sobre dicho tema en el *Social Science Citation Index*, mientras que para el periodo 1986-1994, en la base de datos bibliográficos ABI-PROQUEST, se localizaron 582 referencias sobre empresa familiar, habiéndose realizado las dos terceras partes en los últimos años -1992 a 1994-.

El número de investigaciones sobre la empresa familiar ha aumentado de manera acelerada en los últimos años. Es importante señalar además que las disciplinas interesadas en el tema se han ido incrementando. Inicialmente, las investigaciones se inclinaban más hacia la consideración de aspectos económicos y eran realizadas principalmente por consultores. A medida que se ha realizado más investigación encontramos que éstas están conformadas por una red de trayectorias y objetivos individuales, familiares y empresariales que requieren ser analizados e interpretados en su conjunto, por lo que ha sido necesario la participación de otras disciplinas para una mejor comprensión. Así, se puede observar que en la actualidad se ha diversificado dicha base disciplinar, incorporando crecientemente, además de administradores, economistas y contadores, diversos estudiosos de las organizaciones y, en menor grado, a sociólogos, antropólogos y psicólogos.

Un apunte sobre análisis organizacional

El estudio de las organizaciones ha sido abordado de manera tradicional por las ciencias sociales como la economía y la administración, predominando trabajos realizados en empresas y a partir principalmente de metodología cuantitativa. En las últimas décadas podemos observar un incremento importante en las investigaciones realizadas en México, tanto en número como en calidad (Montaño, 2007), observando también una cada vez más marcada inclinación hacia la utilización de la metodología cualitativa.

El interés por un acercamiento al análisis organizacional presenta varias explicaciones. Una primera ha sido la preocupación de los académicos por tener una mejor formación, lo que los ha llevado a realizar estudios de posgrado en el país y en el extranjero; otra razón ha sido la necesidad de emprender investigaciones conjuntamente con otras disciplinas, argumentando que la realidad no se presenta, desde el punto de vista del conocimiento académico

tradicional, de manera fragmentada, por lo que es necesario unir esfuerzos para lograr una mejor comprensión de las organizaciones y de los fenómenos sociales. Una tercera causa consiste en la tendencia creciente por analizar las organizaciones desde un paradigma constructivista.

Así como los marcos explicativos se han ido extendiendo, también ha aumentado la diversidad de organizaciones investigadas; de esta manera, encontramos no sólo empresas, sino una amplia gama de instituciones tales como universidades, hospitales, prisiones, teatros, empresas familiares, entre otros. Los temas que se abordaban en décadas pasadas se centraban con mayor frecuencia en asuntos funcionales; actualmente, se han extendido de manera significativa, encontrándose trabajos relacionados con la cultura, el poder, el lenguaje, la salud y la religión, entre otros.

Hasta antes de la década de los setenta, a nivel mundial, las investigaciones se centraban en las grandes empresas, porque se consideraban a las pequeñas como marginales para el desarrollo económico del país. Sin embargo, desde la década de los ochenta las estadísticas han mostrado lo contrario, ya que el número de éstas rebasa ampliamente a las grandes. Las pequeñas organizaciones han conocido una importante revaloración por el alto número de empleos que proporcionan, por su participación al PIB y por el papel central que juegan en las cadenas productivas, siendo un apoyo significativo para las grandes empresas. Otro elemento central que se ha incorporado lo constituye la revaloración del ámbito cultural que ha permitido generar una nueva mirada a casos como el de las empresas familiares dirigidas por mujeres en el sureste mexicano.

La empresa familiar en México

Se puede asegurar que la mayoría de las empresas en el mundo –Europa, Estados Unidos, América Latina, y otros países, es de tipo familiar. Un alto porcentaje –entre 80% y 90%- son empresas familiares, tal como acontece con Alemania -80%-, Estados Unidos -90%-; algunos países tienen un mayor predominio, como Italia, con 99%. En la mayor parte de los países no se cuenta con estadísticas formales del número de empresas familiares, aunque se disponen de otras referencias como el número de empleos que proporcionan y la participación en el producto interno bruto, destacando su importancia en diversas variables económicas.

Un gran número de micros, pequeñas y medianas empresas se encuentran clasificadas como familiares o sociedades entre amigos o parientes (Rodríguez, 2003). En México, como en la mayor parte de países de América Latina, no se cuentan con datos precisos de éstas; sin embargo, al ser mayoría las familiares, trabajamos a partir de los datos proporcionados por el

INEGI en México y por la CEPAL para otros países latinoamericanos. De acuerdo con datos proporcionados por Rodríguez (2003), el 98% del total de las empresas son controladas por una familia o tienen una fuerte intervención en ésta. En ese mismo sentido, Belausteguigoitia (2004) plantea la importancia de la empresa familiar y afirma que en México y en general en América Latina de cada 10 empresas, 9 son familiares.

Temas recurrentes de investigación en México

El estudio de las organizaciones ha obedecido, en general, a los múltiples intereses que han mostrado los investigadores por abordarlas y a la diversidad de disciplinas de las que provienen. Sin pretender que este recuento sea exhaustivo, comentaremos algunos de los principales temas abordados (Cuadro 20).

Cuadro 20. Principales temas recurrentes en la investigación de la pequeña empresa familiar en México

Tema	Descripción
Estrategia	Líneas de acción
Financiamiento	Fuentes de financiamiento
Contexto	Tecnología, políticas públicas, regionalización y modelo económico.
Organización	Estructura formal e informal
Sucesión	Proceso y problemática
Conflicto	Diferencia de intereses entre los miembros
Género	Participación creciente de las mujeres
Concepto y definición	Aprehensión y características
Cultura	Tradiciones, valores, vida simbólica e identidad
Historia	Historias de vida y de la organización
Configuraciones	Formas de organización del trabajo
Referentes Institucionales	Contradicciones y complementariedades

Para el análisis de la temática en las pequeñas organizaciones hemos anotado en un primer grupo aquellos temas que con mayor frecuencia se han investigado y que datan de fechas más antiguas, como son la estrategia, el financiamiento y el contexto. Cabe mencionar que éstos se han realizado frecuentemente desde una perspectiva funcionalista y cuantitativa.

El tema de la estrategia resulta relevante para afrontar no sólo la situación económica actual, sino también los cambios que constantemente se observan. La falta de capacidad de los empresarios y la necesidad de administrar adecuadamente los negocios se convirtieron en tema central para las primeras investigaciones. Se presume que, en términos generales, los propietarios de las pequeñas organizaciones carecen de los conocimientos formales necesarios

para planear, dirigir y controlar su empresa, siendo esto una de las principales causas de fracaso.

El financiamiento representa la función de la empresa que proporciona los recursos económicos necesarios para cubrir las operaciones de la empresa. La pequeña empresa familiar recurre en una primera instancia a financiarse con capital de la familia, o bien reinvierte las utilidades obtenidas; en menor grado recurre a préstamos bancarios, ya que esto implica pago de intereses además de cumplir con los requisitos establecidos por el banco. Las investigaciones plantean dicha problemática y proponen algunas soluciones como presenta el Cuadro 1.

El contexto es, desde los años setenta, una preocupación central tanto de economistas como de administradores para comprender el desarrollo de las empresas. Las dificultades que tiene la pequeña empresa en la consecución de tecnología de punta, pero también la falta de capacidad para adaptarse de manera adecuada a una creciente inestabilidad económica y las nuevas exigencias de la competitividad hacen que este tipo de empresas se encuentre en franca desventaja frente a sus similares de mayor tamaño. Por ello, los gobiernos establecen programas especiales para apoyar su desarrollo. La región en la que se ubican constituye un espacio social que predetermina no sólo sus modalidades de desarrollo sino también sus posibilidades de sobrevivencia.

Por otro lado, en el segundo bloque podemos observar una tendencia hacia temas más de índole social, el fundamento metodológico incorpora, además de aspectos cuantitativos, herramientas cualitativas con la intención de tener un mayor conocimiento de las organizaciones. Entre los temas más recurrentes encontramos los de organización, sucesión, conflicto y género.

En todo tipo de organizaciones se pueden encontrar dos tipos de estructuras, una formal y otra informal; sin embargo, en las pequeñas organizaciones, y más aún en las familiares, este hecho es más fácilmente observable. En términos generales, éstas se caracterizan por poseer formas de organización poco formalizadas, con lineamientos escasos o inexistentes. La mayor parte de los acuerdos se efectúan de manera verbal y los integrantes de la empresa pueden realizar casi cualquier actividad que se requiera. Las investigaciones que se realizan en este tema tratan de identificar las diversas formas de organización del trabajo desde una perspectiva organizacional y social.

La sucesión representa, es bien sabido en la actualidad, uno de los problemas principales que enfrenta la empresa familiar; en primer lugar porque es un evento que normalmente carece de planeación y, en segundo, por la dificultad, principalmente afectiva, que tiene el fundador de

transferir sus bienes y retirarse de la empresa. Cuando nos referimos a la sucesión es necesario aclarar que no se trata de un hecho puntual que conozca una fecha precisa, sino un proceso largo, difícil y delicado que involucra aspectos de diversa índole. Este tema ha sido abordado desde tres perspectivas principales -económica, administrativa y afectiva- (Rendón: 2007), aunque predominan los dos primeros.

En todas las empresas, en mayor o menor grado, se presentan los conflictos, situación que resulta comprensible al desprenderse de la cotidiana interacción de los individuos en las organizaciones. Los conflictos se presentan frecuentemente por la falta de coincidencia de los objetivos de los individuos con los de empresa, o los de la empresa con los de la familia, o por diferencias generacionales entre padres e hijos, por mencionar algunos de los más importantes.

Por otro lado, se asiste, en las últimas décadas, a un gran vuelco del papel social de la mujer al aumentar notablemente su participación en la vida económica, política y social en nuestro país y en América Latina en general. Su inserción cada vez mayor en el mercado laboral, como los muestran los cuadros 9, 10 y 11, ha despertado un interés central por abordar el papel de la mujer en la sociedad y en especial en las organizaciones. El tema del género se aborda cada vez más, con mayor frecuencia.

Finalmente, un tercer bloque de temas se caracteriza por realizar estudios más analíticos, poco convencionales y de orden crítico. Encontramos temas conceptuales como la definición de la empresa familiar, la importancia de la cultura y su relación con la modernidad, la imbricación entre las historias personales con las de la organización y la comunidad, las diversas configuraciones organizacionales que asume este tipo de empresas y, entre otros, la importancia del análisis de los referentes institucionales en la dinámica organizacional.

El tema del concepto y la definición proviene del interés de los estudiosos de las empresas familiares por dotarse, arguyen, de un conjunto de conceptos propios que den mejor cuenta de un fenómeno que se estima crecientemente complejo. El objetivo principal radica en buscar las características que comparten estas organizaciones y su lógica de funcionamiento.

A finales de la década de los setenta del siglo pasado aparecen en la escena del análisis organizacional temas que cuestionan abiertamente la racionalidad armónica, el progreso y el éxito, la eficiencia desenfrenada, entre otros, para dar entrada a temas más relacionados con la vida simbólica, entre los que encontramos la cultura y la identidad (Rendón: 2007). Así, resulta importante distinguir entre cultura corporativa y organizacional. La primera se refiere a la que promueven los directivos y busca principalmente incrementar las utilidades y el mercado; la metodología utilizada es cuantitativa, principalmente mediante cuestionarios. La

segunda, la cultura organizacional es de orden simbólico y se refiere a aquella que se forma a partir de la convivencia cotidiana e intersubjetiva que tienen los individuos y que les permite otorgar sentido a sus acciones. Esta cultura se representa por tradiciones y valores que son observados, entre otros, a través de ritos; se accede a ella generalmente por medio de entrevistas e historias de vida. Este tipo de investigaciones busca básicamente la comprensión del comportamiento de los individuos en las organizaciones.

En los últimos años, la historia de las organizaciones es un tema que está adquiriendo importancia ya que resulta esencial entretener las historias de los individuos y de la familia para comprender mejor la historia y el desarrollo de la empresa.

El tema de configuraciones organizacionales pretende mostrar diferentes modalidades a partir de las cuales estas empresas organizan el trabajo. Se interrelacionan y analizan los ámbitos organizacional, familiar y personal (Rendón: 2009), habiéndose encontrado cinco configuraciones que son la simple, la departamental, la domiciliaria, la múltiple y en red. Cada una de estas formas responde a diferentes necesidades y lógicas.

Las organizaciones se encuentran formadas por diferentes referentes institucionales, entendiendo por institución un patrón supraorganizacional por medio del cual, los individuos orientan su vida material en el tiempo y en el espacio; constituyen a la vez sistemas simbólicos que asignan categoría y significado a sus actividades (Friedland y Alford: 1999). Así, las empresas familiares se forman a partir de al menos dos referentes institucionales que son la familia y la empresa. Cada institución funciona con su propia lógica, lo que provoca que existan complementariedades y contradicciones entre ellas.

Bibliografía

- Adler Lomnitz, Larissa y Marisol Pérez Lizaur (1993), *Una familia de la élite mexicana. Parentesco, clase y cultura 1820.1980*, Alianza Editorial, México.
- Allouche José y Bruno Amann (2000), “L’entreprise familiale : un état de l’art”, en *Finance Contrôle Stratégie*, vol. 3, núm. 1, pp. 33-79.
- Belausteguigoitia Rius Imanol (2004), *Empresas familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación*, McGraw-Hill, México.
- Dussel Peters, Enrique (2004), “Pequeña y mediana empresa en México: condiciones, relevancia en la economía y retos de política”, en *Economía UNAM*, núm. 2, pp. 64-84.
- Gómez-Betancourt, Gonzalo (2005), *¿Son iguales todas las empresas familiares? Caminos por recorrer*, Norma, Bogotá.

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2006), *Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos*, México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2009), *Censos Económicos 2009*, México.
- Montañó Hirose, Luis (2004), “La dimensión institucional en el análisis organizacional”, en *Iztapalapa*, núm. 56, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, pp. 7-16.
- Rendón Cobián, Marcela (2007), *Dinámica organizacional y referentes institucionales. El caso de un pequeño hospital de propiedad familiar*, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.
- Rendón Cobián, Marcela (2007), “Cultura e institución. El caso de una pequeña empresa familiar”, en Marcela Rendón Cobián (coord.), *Organización y cultura. Tradición, poder y modernidad en México*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, pp. 207-233.
- Rendón Cobián, Marcela (2009), “Configuraciones organizacionales de la pequeña empresa familiar”, en Ayuzaber de la Rosa Alburquerque, María Teresa Montoya Flores y Silvia Pomar Fernández (coords.), *Pequeñas organizaciones: complejidad y diversidad organizacional. Estudio de casos de organizaciones mexicanas*, Universidad Autónoma Metropolitana y Juan Pablos Editor, México, pp. 387-431.
- Rodríguez Valencia, Joaquín (2003), *Administración de pequeñas y medianas empresas*, Thompson, México.
- Rueda Galvis, Javier (2009) (comp.), *Entorno y gestión de la empresa familiar: una perspectiva internacional*, Universidad de La Salle, Bogotá.
- Torres, Mario (2006), *Microempresa, pobreza y empleo en América Latina y el Caribe. Una propuesta de trabajo*, *Organización de los Estados Americanos*, Secretaría ejecutiva para el desarrollo integral, Departamento de desarrollo social y empleo.
- Zevallos V., Emilio (2003), “Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina”, en *Revista de la CEPAL*, núm. 79, pp. 53-70.