

CAPÍTULO II

EMPRESA

2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA

De acuerdo con la real academia de la lengua española a la empresa se le define como la entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de producción, y dedicada a actividades industriales y mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

Castañeda nos comparte su definición de empresa como “la célula creadora de riqueza de que dispone la sociedad; una riqueza que permite el desarrollo económico y el consiguiente acceso a la cultura, la salud, la seguridad y todos los elementos que proporcionan calidad de vida.” (Castañeda, 1998).

La definición que se acerca más a lo que se quiere dar a entender como empresa en este apartado es, un organismo social compuesto por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios a la sociedad, coordinados por una persona llamada administrador que toma decisiones en forma oportuna para lograr los objetivos.

Como es de conocimiento general, las empresas, al igual que un organismo vivo, nacen, crecen y mueren; la mayoría de ellas nacen pequeñas, pero pocas son las que

logran mantenerse y crecer para conseguir posicionarse dentro de las medianas o grandes empresas; la preocupación recae entonces en aquéllas que no logran subsistir, ya que, representan una gran aportación a la economía mexicana, y si éstas desaparecen o su permanencia en el mercado es mínima la sociedad en sí se ve afectada; de otra manera, si se pudiera aumentar el porcentaje de las que perduran, es decir, que fueran mayoría las que logran desarrollarse y crecer, el beneficio se vería reflejado en la sociedad en general, puesto que, como señala Gonzalo Castañeda en su libro *La empresa Mexicana y su Gobierno Corporativo*, la sociedad reclama cada vez mejores niveles de vida y eso exige el crecimiento y la renovación del tejido económico empresarial.

Por otro lado, existe otra definición de empresa que es importante hacer mención debido a que se aprecia como “un conjunto de hombres que constituyen una organización y persiguen un mismo fin.” (Departamento de Creación Editorial de Plaza, 1990).

Es substancial que el directivo no olvide que aquello que está manejando o encausando no son sólo números, técnicas o máquinas, si no que se trata de una organización humana, y que de las personas que la conforman depende el éxito de la empresa.

“Una organización humana es un conjunto de personas cuyos esfuerzos y acciones se han coordinado para conseguir un cierto resultado u objetivo en el que todos están interesados, aunque su interés pueda deberse a motivos muy diferentes.” (Departamento de Creación Editorial de Plaza, 1990).

Comprender todas y cada una de las motivaciones, o por lo menos la mayoría de ellas, hará más fácil definir con claridad los objetivos de la empresa y crear vínculo de comunicación para que los propósitos definidos lleguen a todos los niveles de la organización.

El liderazgo encausado de manera correcta hace que existan menores fallas en el lado humano de la empresa, y por tanto, menores riesgos de fracaso en el objetivo de la institución, teniendo como consecuencia la convivencia y desarrollo de las actividades en forma armoniosa, de manera que, cada uno se sienta satisfecho con el papel que desempeña y esto a su vez, traiga consigo el crecimiento de la empresa. Se puede decir que si el lado humano falla es muy probable que la empresa falle, y por el contrario, si éste se logra encausar de la mejor manera posible la empresa se verá afectada de manera positiva.

Retomando la definición de empresa de Castañeda como la célula de la sociedad que aporta riqueza, junto con la del Departamento de Creación Editorial de Plaza, que la precisa como una organización humana, es significativo hacer un detenimiento en lo que ahora se conoce como Responsabilidad Social Empresarial.

La definición de Responsabilidad Social Empresarial o también conocida como Responsabilidad Social Corporativa se da como aquellas políticas, prácticas o programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente; parte de la idea de que el objetivo de una empresa no sólo es la creación de riqueza y

empleo, es decir, no sólo tiene una función económica, si no que también tiene la social y ambiental, dicho de otra manera, recae en ella cierto compromiso con la comunidad en la que se desarrolla, con los empleados que le permiten dicho desarrollo y con el medio ambiente que la rodea.

Mucho se habla de la transparencia con la que deben contar las empresas para llevar a cabo un buen Gobierno Corporativo, pero por lo regular dicha transparencia es asociada sólo con los Estados Financieros; la mentalidad y el objetivo hoy en día, es aclarar que dicha nitidez tiene que ver con la Responsabilidad Social, puesto que no sólo debe enfocarse en la información financiera, si no que al hablar de transparencia, se habla de todo tipo de información que puede circular dentro de la empresa, entre sus empleados, o bien, salir de ella hacia los consumidores y medio ambiente; para cumplir con una buena Responsabilidad Social la empresa puede, por ejemplo, integrar ciertas normas de gestión a la empresa en donde se esclarezcan los aspectos medioambientales que la empresa llevará acabo para proteger el entorno que la rodea, incluir etiquetas en los productos terminados para que el consumidor tenga información del producto, invertir en fondos de pensión para los empleados, entre otros.

Después de hacer esta reflexión, es importante aclarar que la empresa no debe dejar a un lado este término, si no que al contrario, tomar en cuenta lo que representa, prestarle mayor atención para que sea bien implementado y por tanto, lograr el objetivo de alcanzar la transparencia necesaria en la institución.

2.2 CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Para el análisis que se seguirá es necesario clasificar a las empresas como Micro, pequeñas y medianas. El concepto de cada una de ellas, ha variado con el tiempo debido a las sucesivas revoluciones tecnológicas. Anteriormente, las empresas contaban con grandes unidades productivas que empleaban a un gran número de trabajadores, pero a medida que ha transcurrido el tiempo y con la aparición de las computadoras y los programas de automatización, las empresas, en la actualidad, van requiriendo de menor personal, por lo que esto le da un nuevo giro y sentido a las definiciones de las micro, pequeñas y medianas empresas.

En 1985 la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), hoy en día la Secretaría de Economía, estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo con su tamaño. El 30 de abril de ese año, publicó en el Diario Oficial de la Federación el programa para el Desarrollo Integral de la Industria Pequeña y Mediana, en el que se establece la clasificación bajo los siguientes criterios:

- Microindustria.- Las empresas que ocuparan hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas fuera hasta 30 millones de pesos al año.

- Industria Pequeña.- Las empresas que ocuparan hasta 100 personas y sus ventas netas no rebasaran la cantidad de 400 millones de pesos al año.

- **Industria Mediana.**- Las empresas que ocuparan hasta 250 personas y el valor de sus ventas no rebasara la cantidad de mil 100 millones de pesos al año.

Desde entonces, el marco normativo y regulatorio de las actividades económicas de las micro, pequeñas y medianas empresas lo ha establecido la Secretaría de Economía (antes SECOFI).

A partir de 1990, existieron cinco cambios en la definición de las micro, pequeñas y medianas empresas, realizados los primeros cuatro de ellos por la entonces Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y la última por la Secretaría de Economía, en las siguientes fechas:

- 18 de mayo de 1990
- 11 de abril de 1991
- 03 de diciembre de 1993
- 30 de marzo de 1999
- 30 de diciembre de 2002

Esta última clasificación que se lleva a cabo en base al número de empleados, se presenta a continuación en forma de tabla dividida en los sectores industrial, comercial y de servicios:

	Industria	Comercio	Servicios
Micro	De 0 a 10	De 0 a 10	De 0 a 10
Pequeña	De 11 a 50	De 11 a 30	De 11 a 50
Mediana	De 51 a 250	De 31 a 100	De 51 a 100

Cabe mencionar que esta clasificación se encuentra contenida de igual forma en la Ley para el Desarrollo de la competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa; dicha ley tiene por objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Asimismo incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional

Por otro lado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) recomienda la siguiente la clasificación para fines legales y administrativos:

	Personal Ocupado	Ventas anuales (euros)	Balance anual (euros)
Micro	De 1 a 9	Menor a 2 millones	Menor a 2 millones
Pequeña	De 10 a 49	Menor a 10 millones	Menor a 10 millones
Mediana	De 50 a 249	Menor a 50 millones	Menor a 43 millones

2.3 EMPRESA FAMILIAR

Normalmente se entiende por familia al padre, la madre y los hijos, pero de acuerdo con Lomnitz Pérez Lizaur (1987), “la familia que da fuerza a la sociedad mexicana debe ser entendida en una concepción amplia, abarcando no solamente al núcleo familiar que se limita a los padres e hijos que viven bajo un mismo techo, sino incluyendo un círculo de parentesco más extenso”, es decir, no precisamente la familia tiene que estar compuesta por los mismos elementos sino que se debe tomar en cuenta que existe todo tipo de familias, las hay desde las que integran a los tíos, abuelos, primos, sobrinos, etc., hasta en donde solo existe un padre y un hijo, ya sea en femenino o masculino.

México es un país en el que se considera que la gente es muy allegada a su familia y que depende mucho el individuo de ella tanto social, emocional y económicamente hablando.

Castañeda nos dice que en México es considerada a la familia como la unidad básica de la organización social y que por lo tanto a partir de ella se estructuran organizaciones más complejas.

Las empresas, se parecen a las familias dado que ambas son organizaciones humanas, pero ¿qué es lo que sucede cuando estos dos tipos de organizaciones se conjuntan para formar una empresa familiar?

De acuerdo con el Instituto de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el 90 por ciento de las empresas son familiares en México.

Debido a su gran peso en la economía mexicana se ha comenzado a hacer análisis acerca de ellas, siendo el resultado no como se esperaba, ya que Francisco Gil Diaz declara en una conferencia llevada a cabo en el 2004 titulada Gobierno Corporativo en México que “el 85 por ciento de las empresas familiares desaparecen en cuanto se cambia de fundador” (De la Torre, 2006); este fundador no es mas que el padre de familia que tuvo la idea de emprender un negocio, lo llevó acabo, lo desarrolló y en quien recaen todas las responsabilidades y toma de decisiones para bien o mal de la empresa; dicho de otra manera, muy pocas empresas alcanzan a pasar a la primera generación de la empresa, es decir, en cuanto el padre de familia se retira o muere, los hijos o demás miembros de la familia y empresa no saben como darle un seguimiento y comienza el declive hasta que desaparece o pasa a manos de otros en el mejor de los casos.

Cabe esclarecer dos cosas; primero, no porque se haga referencia al fundador en término masculino, tiene que ser precisamente un hombre el que encabece a la familia y empresa, sino que, cuando se haga mención a la palabra fundador se tomará en cuenta que también puede ser fundadora. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) para el 2005 los hogares en México tienen jefatura femenina en un 23 por ciento, cantidad razonablemente importante para aclarar dicho término. Segundo, Jesús González Arellano aclara que lo que se podría entender como primera generación es la etapa de creación, y sólo cuando el negocio pasa a manos de los

hijos o familiares que tenga que ver con el fundador es cuando se le llamará a ésta la primera generación; dentro de los datos que maneja, comenta que sólo tres de cada diez empresas logran dar este paso, y peor aún, ya que sólo una de esas tres pasa a lo que sería la segunda generación.

El problema antes mencionado en cuanto a la crisis que viven la mayoría de las empresas familiares cuando pasan a la primera generación se da, debido a la falta de organización e institucionalidad en la empresa; y por tanto, comienzan a involucrar la familia con el trabajo, o comienzan a surgir conflictos de intereses, o bien, no todos están de acuerdo con las decisiones de otros, etc.

Para ahondar más en el tema es necesario hacer la siguiente reflexión, cada uno de los integrantes de la familia conviven con otros miembros de otras familias logrando con esto establecer a lo que Castañeda llama “redes sociales”; a través de estas redes, los individuos pueden conocer a diferentes personas, interactuar con ellas y dejar que éstas influyeran su manera de pensar, sentir, analizar y resolver algún problema. De manera específica, es por medio de las redes sociales, que los individuos conocen a su próximo o actual cónyuge, dicho cónyuge hará que el miembro de la familia que al mismo tiempo es miembro de la empresa cambie o refuerce la decisión que se deba tomar en la empresa. Y ésta a su vez puede que escuche la recomendación de su mejor amigo y por tanto se modifique su propio criterio y repercuta en el último individuo para la toma de decisiones; a partir de aquí, el problema se vuelve más grande, porque ahora no sólo estamos hablando de los intereses y motivaciones de los miembros de la familia, sino que

se ven involucrados terceros y que de una u otra manera su punto de vista y decisión se ven reflejado en el negocio; luego de grandes conflictos y desacuerdos tanto institucionales como familiares las empresas no logran ponerse de acuerdo y quiebran.

Dentro de las responsabilidades que tiene el padre de familia existe la que, de alguna manera, es una de las más importantes, puesto que se le toma a él como el encargado de la sucesión de la empresa y por tanto es necesario comenzar a hacer conciencia en cada uno de ellos para que tomen en cuenta que dentro de sus tareas como administrador general de la empresa además de las más conocidas como las financieras, toma de decisiones, etc., se encuentra la de “planear”, y esto quiere decir, que si planea o visualiza que su empresa o negocio siga creciendo entonces debe tener una visión y una estrategia a futuro, es aquí donde entra el Gobierno Corporativo.

El director del IPADE Business School México, Alfonso Bolio, declara que es responsabilidad del fundador encausar a sus hijos desde que son pequeños para que forme parte de la empresa y poco a poco vayan tomando el gusto y la motivación por ella; además señala que no precisamente tiene que ser el primogénito al que se le encause, puesto que no sólo él puede ser el que posea las habilidades necesarias, si no que mas bien se trata de buscar entre los futuros herederos al más “conveniente” para que esté al frente; de no existir alguno, es necesario que busque a algún tercero en el que pueda confiar el negocio para salir adelante, y con cualquiera de los elegidos comenzar la etapa de sucesión, puesto que recomiendo que, aquel cambio que se da cuando el fundador como el sucesor van de la mano es la más favorable, siempre y cuando el fundador deje

que el sucesor se vaya desarrollando en la toma de decisiones y en las actividades de la empresa, para que éste no pierda el interés por la empresa, si no que al contrario, cada vez se involucre más.