

HERRAMIENTAS PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LAS MIPYME. TOOLS TO MSMES CONSOLIDATION

Mtro. Miguel Angel González Romero
miguelglez85@gmail.com

M.A. Josabeth Mendoza Juárez
josabeth2001@yahoo.com

Karina Tlapale Carro
karina.tc@hotmail.com

Leslie Martínez Castro
less.mcastro@gmail.com

Fecha de recepción: 01.03.2016

Fecha de aceptación: 09.04.2016

Resumen.

Las MiPymes son una importante fuente económica en el país, pero estas se enfrentan diariamente a grandes retos ya sean internos o externos que afectan la estabilidad de las mismas.

Buscar nichos de mercado y puntos estratégicos de comercialización, tener una amplia y novedosa cartera de productos, incursionar en el mundo de las redes sociales y la aplicación de modelos financieros son algunas de las herramientas que se proponen y estas pretenden ayudar a los micro, pequeños y medianos empresarios a consolidar sus empresas.

Palabras clave: MiPyMe, consolidación, empresa, negocios.

Abstract.

MSMEs are an important economic source in the country, but they face everyday to big challenges whether internal or external that affect their stability.

look for niches market and strategic commercialization points, have a large and newfangled product portfolio, enter in the world of social networks and enforcement of financial models are some of the tools proposed that pretend to help micro, small and medium businessmen to consolidate their enterprises.

Key words: MiPyMe, consolidation, enterprise, business.

Introducción.

En México las MiPymes contribuyen en gran medida a la generación de empleos y al producto interno bruto, representado en el crecimiento económico del país. Pero se enfrentan a una gran problemática; la consolidación y un crecimiento

posterior de estas, ya que de acuerdo con estudios especializados alcanzan a sobrevivir solo durante 18 meses, esto se debe a diferentes motivos, tanto internos como externos. Factores internos como a la ausencia de una cultura empresarial, falta de análisis estratégico, mala administración, incompetencia personal, creerse todólogo, mala previsión financiera, adquirir deuda, centralizar el poder, ausencia de controles y falta de planeación. Y externos como a la inestabilidad económica del país debido a la depreciación del peso frente al dólar, causado por la sobreoferta del crudo, la recesión económica de China y el aumento en las tasas de interés por parte de la Reserva Federal de Estados Unidos (FED).

Es un reto importante para los micro, pequeños y medianos empresarios consolidar sus entidades económicas ya que no siempre se cuenta con los recursos y capacitación necesarios, para ello se diseñaron una serie de herramientas divididas en tres grandes bloques que podrían ayudarles a consolidarlas y lograr el éxito planeado, evitando de esta forma el cierre de empresas y la pérdida total de inversiones, generando un impacto positivo en la economía nacional.

Metodología

El enfoque metodológico que se utilizará en la presente investigación será de tipo mixto, debido a que se utilizaran técnicas cualitativas. Esta investigación también se considera de carácter descriptivo, empírico, transversal y documental.

Resultados

Entorno de las MIPYMES.

Las micro, pequeñas y medianas empresas, constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

Respecto a la cifra de unidades empresariales dada anteriormente, la mayoría

tienen una supervivencia de 12 a 24 meses, con rentabilidad de 5 a 6 por ciento (Becerril, 2012). Esto debido a factores diversos como ausencia de una cultura empresarial, falta de análisis estratégico, mala administración, incompetencia personal, creerse todólogo, mala previsión financiera, adquirir deuda, centralizar el poder, ausencia de controles y falta de planeación, esto de acuerdo a un estudio realizado por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) en el año 2013.

De acuerdo a un análisis e investigación metodológica, se diseñaron las siguientes herramientas que facilitarían la consolidación de las MiPymes (ver cuadro 1) están herramientas son neutrales, es decir cualquier persona y empresa puede ejecutarlas, el cómo las aplique depende en función de las características y necesidades de cada empresa.

Cuadro 1. Herramientas de crecimiento de la MiPymes

Herramientas organizacionales	Herramientas e-business.	Herramientas financieras para el crecimiento interno o externo.
<ul style="list-style-type: none">● Pensamiento estratégico.● Controles de seguridad interna.● Fomentar el trabajo en equipo● Estar abierto al cambio, innovación y creatividad.● Feedback	<ul style="list-style-type: none">● Cartera de productos.● Networking● Website y redes sociales.● Buscar nichos de mercado y punto estratégico de comercialización.	<ul style="list-style-type: none">● Aplicar modelos financieros.

Fuente: Elaboración de los autores

HERRAMIENTAS ORGANIZACIONALES.

Las herramientas organizacionales se basan en el seno de la empresa y estas son las que dirigen los esfuerzos, habilidades y conocimiento de la empresa hacia el logro de su misión, visión, metas y objetivos.

Pensamiento estratégico.

Es importante que la entidad tenga claro y definido su misión, visión, metas, objetivos y valores, ya que estas orientan el comportamiento de los colaboradores hacia el cumplimiento de metas y objetivos, e incluso aumentar la productividad y desempeño tanto individual como grupal. Este concepto le facilitará al emprendedor tomar las decisiones adecuadas que dirijan la entidad al cumplimiento de lo establecido, de otra forma le costará consolidarse o incluso podría llegar a fracasar.

- **Visión:** La visión es la imagen que se desea conseguir en un futuro definido, ya sea a mediano o largo plazo. Para lograr establecer la visión corporativa se pueden realizar las siguientes preguntas. ¿Qué quiero hacer en el futuro?, ¿Para qué lo quiero hacer?, ¿Cómo veo a la compañía?
- **Misión:** La misión es la razón de ser de la empresa, todas aquellas acciones que realiza día con día para concebir el cumplimiento de la visión. Para elaborar la misión se puede cuestionar: ¿Por qué lo hacemos?, ¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Por qué lo hacemos?
- **Metas:** Las metas son las declaraciones que se establecen sobre el futuro de la entidad. Es decir lo que quieres hacer, ser o cumplir en un futuro establecido. Estas se deben alinear con la misión y visión establecidas.
- **Objetivos:** Los objetivos son los pequeños pasos que das día a día para el cumplimiento de las metas. Deben ser medibles, alcanzables, cuantificables y se establecen en un tiempo determinado.
- **Valores:** Los valores guían la conducta diaria de los líderes y colaboradores de una empresa, marcan patrones para la toma de decisiones en el cumplimiento de la misión y visión de esta. Fortalecen el compromiso de los empleados e incrementa su desempeño.
- **Definir producto y servicio:** Saber perfectamente cuál es el mercado objetivo para transmitir los mensajes hacia los empleados y hacia los clientes de manera correcta.
- **Establecer jerarquías:** Que cada miembro del equipo sepa cuáles son sus responsabilidades y límites. Los empleados deben saber qué es lo que la

empresa espera de ellos y ésta debe saber aprovechar las habilidades de los colaboradores. (Hernández, 2014)

- Registrar las actividades: Documentar los errores para no repetirlos, los avances de la empresa y cada actividad que realiza para tener un control.
- Adoptar una filosofía de responsabilidad social empresarial: La responsabilidad social empresarial no solo abarca al medio ambiente como muchos lo creen, la comunidad y el individuo también forman parte de este círculo. Al adoptar este tipo de filosofía se logra una benéfica cooperación externa con el entorno social, económico y ambiental, e interna favoreciendo el desempeño y productividad de los colaboradores.

Controles de seguridad interna.

El control interno es una parte importante que debe quedar clara en la empresa y que todos deben tener presente para una adecuada operación sin riesgos. Como se observa, el control interno en las PYMES es de vital importancia para la optimización de los recursos y el desempeño de la empresa, tanto en lo administrativo como en la operación; beneficiando así desde los dueños hasta el propio cliente, debido a que éste tendrá un grado de confianza sobre la empresa y prevalecerá en el tiempo generando utilidades y crecimiento interno en la empresa.

En las empresas existen dos formas de clasificar el CI, principalmente en las áreas administrativas y contables:

Control Interno Administrativo: la empresa busca la promoción de la eficiencia en la operación de la empresa y que la ejecución de las operaciones se adhiera a las políticas establecidas por la administración de la empresa. Esta se basa en lograr los objetivos de la organización.

Control Interno Contable: Con este control se busca la protección de los activos de la empresa, donde además se pretende obtener información financiera veraz, confiable y oportuna. Este tipo de control comprende el plan de organización, los métodos y procedimientos que están relacionados con la confiabilidad de los estados financieros, al igual debe de incluir controles tales como los sistemas de autorización y aprobación, separación de deberes e informes de contabilidad, aquellos relativos a operaciones o a la custodia de activos. (Choix. & Armenta Velazquez , 2012)

Fomentar el trabajo en equipo.

Es importante crear equipos de trabajo con diferentes personas porque se obtiene una diversidad de ideas y habilidades que se enfocan al cumplimiento de metas y objetivos en común, cumpliendo con ellos de una manera eficiente y eficaz.

Se deben de generar equipos de trabajo en el interior del negocio como en el exterior, con los colaboradores y socios, con esto ayudaremos a hacer un ambiente de trabajo más próspero. Para que este ambiente de trabajo se logre, aunado a incrementar el desempeño de los trabajadores y su productividad se sugiere aplicar los siguientes puntos.

Preparación: El recurso humano es fundamental ya que es el cuerpo de la empresa y este hace que esta funcione, así que es recomendable contar con un equipo bien preparado de acuerdo con las necesidades de la empresa.

Compromiso: El compromiso de los empleados es la llave maestra para la puesta en escena de la estrategia empresarial. El compromiso es un camino de doble vía entre empresa y trabajador. A la empresa le conviene el compromiso del trabajador y a éste ser convenientemente retribuido por ello. La empresa debe siempre tener en cuenta que el trabajador, antes del compromiso hacia la empresa que le contrata, tiene un compromiso con su profesión y su carrera.

Los siguientes puntos son sugeridos para crear compromiso entre los trabajadores.

- Satisfacción. Es la medida más básica de la opinión del trabajador. Es un estado pasivo, no necesariamente conectado con conductas productivas.
- Implicación. Es la medida de la alineación del trabajador con los valores y la cultura de la organización y con la consecución de la visión de la misma. Una actitud fuertemente vinculada con la lealtad de los trabajadores y la excelencia en el servicio a los clientes.
- Orgullo de pertenencia. Es una medida de la opinión del trabajador que refleja satisfacción con el éxito de la organización. También está directamente vinculada con la lealtad de los trabajadores y la excelencia en servicio a la clientela. (Jiménez, 2007)

Motivación: Motivación se define como la acción de estimular a los empleados

con el objetivo de que obtengan un mejor rendimiento en el logro de los objetivos de la empresa.

Por medio de la motivación obtendremos mejores niveles de desempeño, productividad, eficiencia, creatividad, responsabilidad y compromiso de parte de los empleados. (Tecolo, 2012)

Mentoring: La capacitación a través del mentoring, ofrece grandes beneficios a los empleadores y trabajadores. En primer lugar la relación de mentoring brinda al tutelado una persona experimentada y con conocimientos y consejos útiles para guiarle, brindarle compañía, apoyo y motivación extra. Para la empresa, el mentoring motiva al empleado y le ayuda a ser más productivo. A través del mentor se pueden reducir los errores y generar estrategias de trabajo para lidiar con los problemas. Hace a un entorno más feliz y de perfeccionamiento profesional y a empleados más fieles. Los mentores también obtienen beneficios dado que al enseñar a otros, la seguridad de uno aumenta, como también lo hace su satisfacción con su empleo. Además, le ayuda a perfeccionar sus habilidades profesionales y de supervisión. (España, 2014)

Coaching: En el ámbito empresarial la práctica del coaching trabaja con un plan de acción alineado con la compañía y se aplica como un camino para obtener resultados específicos y corrección en la actitud de los empleados, tanto a nivel individual como grupal. (Pyme E. , s.f.). Coaching tiene el objetivo de guiar, motivar, enseñar y dar mentoring a las personas, desarrollando sus habilidades para poder alcanzar sus metas y objetivos.

Estar abierto al cambio, innovación y creatividad.

Conforme la empresa crece aunado al mundo dinámico de los negocios va necesitando de más, nuevos y mejores recursos por lo que tiene que cambiar y adaptarse a nuevos procesos, tecnologías, modelos, etcétera. Entre más rápido se adapte al cambio encontrará más y nuevas oportunidades de negocio y por ende de crecimiento, fusionado con la creatividad e innovación le permitirá aumentar su capacidad competitiva, tener solidez y agregar valor.

Creatividad e innovación empresarial no sólo son elementos esenciales para

alcanzar el éxito en una empresa, sino también, son requisitos indispensables para la supervivencia de ésta. Estos no sólo nos permiten asegurar una posición competitiva en el mercado, sino asimismo, nos permiten hacer frente a los constantes cambios que se dan en éste. (ALTAG., 2013)

La innovación no solo se refiere a las “grandes ideas” sino también a todas esas ideas que se pueden aplicar en la vida diaria de las organizaciones para ahorrar recursos, mejorar procesos, rediseñar productos y servicios, promover comunicación más efectiva, proveer un excelente y diferenciado servicio al cliente, manejar mejor las quejas, entre muchos otros. (inspiración., s.f.)

Algunas formas de practicar la innovación empresarial son:

- **Estimular la creatividad empresarial:** la creatividad es la base de la innovación, para innovar es preciso contar con los conocimientos necesarios, pero es la creatividad la que nos permite aprovechar estos conocimientos, por ejemplo, para crear e implementar nuevos productos, tecnologías o procesos.
- **Erradicar el miedo al fracaso:** para innovar es necesario que eliminemos el miedo al fracaso en nuestros empleados, por ejemplo, haciéndoles saber que está permitido hacer todas las pruebas que crean conveniente y cometer todos errores que sean necesarios, pero siempre y cuando, se aprendan de estos errores.
- **Lanzar constantemente nuevos productos:** debemos lanzar constantemente nuevos productos al mercado, los cuales no necesariamente tienen que ser totalmente nuevos, sino que a los que ya tenemos podríamos modificarle el diseño, agregarle nuevas funciones o características, cambiarles el empaque, etc.
- **Estar atento a los cambios del mercado:** para innovar debemos estar siempre atentos a las nuevas necesidades, a los nuevos gustos, a las nuevas modas y a las tendencias; de tal forma que podamos rápidamente aprovecharlos o reaccionar ante éstos, por ejemplo, diseñando productos que satisfagan las nuevas necesidades.

La creatividad empresarial podría definirse como la capacidad de idear o crear algo nuevo y original, pero a la vez útil y beneficioso para una empresa. (ALTAG., 2013). Algunas maneras de estimular la creatividad son:

Enfocar la creatividad de los trabajadores proponiendo retos o solución a problemas que enfrente la empresa, de esta manera los colaboradores sabrán que tendrán que crear algo funcional y no debe ser una simple ocurrencia. Para que los trabajadores se sientan más cómodos al enfocar su creatividad permítales una mayor autonomía, que ellos puedan tomar el control de sus decisiones y en base a ello se sentirán en un ambiente agradable para generar ideas.

- Motive a los empleados mediante el reconocimiento, incentivos o recompensas no necesariamente monetarias, pues los trabajadores se sienten más satisfechos y parte de la empresa cuando se reconoce su trabajo.
- Promueva la participación y diversidad mediante la integración de diversas personas con diferentes perfiles, formando equipos multidisciplinarios, de esta forma podrán generarse ideas desde diferentes perspectivas pero que a la vez se complementen.
- No se limite a fracasar y experimentar cosas nuevas, solo de esta forma los trabajadores podrán perder el miedo y tomar riesgos. Cada vez que haya un fracaso los colaboradores buscarán formas de recuperarse y crear algo mejor, con forme se repite este proceso de fracasar pero saberse levantar los empleados generaran ideas más creativas.
- Capacite en herramientas para pensar diferente y “fuera de la caja”. algunas herramientas concretas que pueden usar los gerentes para estimular ideas más radicales y revolucionarias en sus colaboradores.
 - Mapas Mentales: Un mapa mental es una técnica gráfica de organizar las ideas y de conectarlas visualmente creada por Tony Buzan, donde se parte de un nodo central y se despliegan las ideas como las ramas de un árbol en forma radial. Esta forma de organizar las ideas rompe con el pensamiento lineal y nos ayuda a crear conexiones nuevas entre nuestras ideas. Los mapas mentales, al ser una herramienta gráfica, promueven el uso del hemisferio derecho de nuestro cerebro, el cual está asociado con el pensamiento visual y el pensamiento creativo.
 - Pensamiento Lateral: El Pensamiento Lateral es un término acuñado por el psicólogo y escritor maltés Edward de Bono como un conjunto de técnicas para provocar el pensamiento creativo. En vez de esperar que las ideas lleguen como por arte de magia, De Bono plantea el uso del pensamiento lateral de manera consciente y deliberada para cambiar los patrones de pensamiento, rompiendo el pensamiento lógico y predecible, para producir ideas nuevas e

inesperadas.

□ TRIZ: El TRIZ o pensamiento inventivo sistemático es un método que se basa en las investigaciones desarrolladas por el ingeniero ruso Genrich Altshuller. TRIZ es un método que lo ayuda a uno a encontrar soluciones creativas de forma estructurada y sistemática. Lo que lo diferencia de otros métodos de creatividad es que está basado en ciertos patrones de pensamiento que históricamente han llevado a otras personas a pensar de forma creativa. Es por esto que esta técnica produce una lista de ideas más corta y más aplicables que otros métodos. (Morales, 2009)

Feedback.

La retroinformación es una actividad que puede convertirse en una herramienta de mejora continua sumamente importante, incluso en una ventaja competitiva, es por esto que se debe recibir constantemente. Se recomienda hacer feedback en el lapso de un mes.

Recibir retroinformación de parte de los clientes para conocer cómo se sienten con su adquisición, como fue el servicio prestado, en qué aspectos y cómo puedes mejorar, ayudará a mejorar el servicio y el cliente se sentirá apreciado ya que se le toma en cuenta, esta información se puede conocer a través de una encuesta de satisfacción. También es importante recibir esta retroinformación de los trabajadores para conocer ambas perspectivas y a partir de ello realizar las actividades necesarias para lograr una mejora e incluso se pueden localizar nuevas oportunidades de negocio en necesidades que aún no logran ser satisfechas.

HERRAMIENTAS E-BUSINESS.

En un entorno de negocios dinámico es fundamental que las empresas optimicen dos aspectos importantes como los son el tiempo y el costo, estas herramientas e-business se basan en hacer negocios apoyados de las tecnologías de la información, logrando el uso eficiente de ambos recursos.

Cartera de productos.

Ofrecer al mercado una variedad de productos innovadores con valor agregado, teniendo un área de especialización, es decir tener un producto “estrella” y una gama de productos que probablemente lo complementen; de esta forma el grado de expansión en el mercado aumentará porque se tendrá una mayor

diversificación de productos atendiendo diversas necesidades.

Buscar nichos de mercado y punto estratégico de comercialización.

Un nicho de mercado es aquella segmentación de población que cuenta con necesidades y características similares. La tarea del empresario es identificar aquellas necesidades que no están siendo cubiertas y lograr satisfacerlas. Para establecer un nicho de mercado, se sugieren pensar en lo siguiente:

- Identifica las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.
- Busca un elemento de especialización, es decir cómo o a quién le vas a vender tu producto o servicios, ya sea, por género, edad, clase social, extensión geográfica, vida útil, etcétera.
- Realiza una investigación y análisis sobre el mercado, puedes cuestionarte lo siguiente: ¿Existe una verdadera necesidad o la estoy creando?, ¿Cuántas personas o empresas están satisfaciendo al mercado?, ¿Cuál es el riesgo?, ¿Cuán dispuestos están a comprar el producto o servicio?, ¿Qué tan dispuestos están a pagar por el producto o servicio?, a partir de esto realiza predicciones realistas sobre el crecimiento y beneficios que pudieras obtener.
- Identifica la demanda para saber si es suficiente para el negocio o si lograrás cumplir con ella.

Aunado a buscar un nicho de mercado es importante que el negocio se ubique en un punto donde los clientes puedan encontrarlo fácilmente, que sea seguro y probablemente que haya negocios cerca del tuyo que complementen tus ventas.

Networking.

Es el proceso, que genera y amplía contactos a través de una red de trabajo permite no sólo ofrecer un producto o servicio, sino recibir ayuda, información y beneficios complementarios de otras empresas, proveedores y clientes.

¿Cómo hacer Networking?

Existen varias formas de crear Networking, en la actualidad es muy fácil ya que una muy buena manera es hacerlo es mediante las redes sociales, y lo único que se necesita es un dispositivo con internet, así aparte de hacer publicidad y promoción puedes atraer a inversionistas, socios u otros de negocios de tu

interés con los que se puedan hacer otros proyectos.

También se puede aprovechar la oportunidad en estos sitios para relacionarnos: presentaciones en instituciones como cámaras de comercio, ferias o muestras comerciales, desayunos de trabajo, cursos, encuentros online, redes sociales como, LinkedIn, Twitter e incluso Facebook.

Recuerde que usted, junto a su equipo de trabajo puede hacer networking, y para lograrlo principalmente necesitan saber hasta dónde quieren llegar, cómo quieren crecer, con quiénes les gustaría asociarse, y hacer un análisis de las carencias y fortalezas de su negocio. “El networking busca que los contactos a futuro sean proveedores o clientes, por lo que no sólo se trata de relaciones públicas, sino que el contacto tenga beneficio potencial para el negocio, además de lo anterior el networking ayuda a percibir más información, a crear nuevos clientes, mejores costos, garantías y proveedores” (Moreno, 2010)

Para llevar a cabo un networking eficaz se sugiere seguir los siguientes pasos:

1. Establece un objetivo: ¿Para qué quieres hacer networking?, Para generar clientes, socios, nuevos productos.
2. Identifica a la personas o entidades adecuadas: Busca y acércate con quien te ayude a alcanzar tus objetivos.
3. Antes de pedir ofrece: Una forma de lograr acercarte a quienes te ayudarán en el cumplimiento de tus objetivos es lograr venderle los beneficios que obtendrá al trabajar contigo, puede ser un incremento en sus ventas, contactarlo con personas que quizá le interesen, entre otros.
4. Documentar tus avances: Registrar regularmente con cuantas personas nuevas has hecho contacto, con cuantas sigues teniendo contacto o si hay oportunidades para tu negocio, es decir si alguien está dispuesto a hacer negocio contigo.
5. Mantén tu red activa: Contacta regularmente a alguien nuevo de tu lista, pregúntales cómo les va en su negocio, comparte información relevante, envíale saludos o invítalos a eventos que consideres son de su interés.

Website y redes sociales.

Incursionar en el mundo de las redes sociales y tener un sitio web con una estrategia de promoción y publicidad al producto o servicio específico puede reforzar la lealtad de los clientes e incluso podrá atraer a nuevos consumidores.

De igual manera el sitio web de tu tienda puede servir para realizar compras por ese mismo medio, tus clientes puede hacerte pedidos directamente en la página de internet, esta es una técnica de venta, práctica, ya que le facilitas las compras a tu cliente y tu vendes más; aunque para que esto tenga una mayor eficacia podrías acceder a un experto.

En la actualidad las redes sociales han tomado una importancia a nivel mundial y hoy en día son una herramienta más para desarrollar tu negocio debería considerar abrir una cuenta en Twitter y en Facebook.

HERRAMIENTAS FINANCIERAS PARA EL CRECIMIENTO INTERNO O EXTERNO.

Estas herramientas se basan en conocer la salud financiera de la entidad por medio de modelos financieros y a partir de ello poder tomar decisiones informadas para decidir el crecimiento de la empresa, este puede ser interno o externo.

Aplicar modelos financieros.

Las empresas pueden crecer de dos formas ya sea por crecimiento interno o externo, basado en el análisis de sus modelos financieros, los cuales permiten conocer la salud financiera de la entidad, ayudar a que no pierda en sus activos, siga creciendo, mida su rentabilidad y en caso de que sea necesario pueda pedir financiamientos. Se sugiere que estas actividades las realice un experto en el tema.

Un modelo financiero le permite saber al responsable de la organización testear distintos escenarios futuros, identificar errores en la planeación, tomar decisiones puntuales sobre inversiones estratégicas e identificar el impacto de las medidas de reducción de costos. (Talent, 2016)

El modelo financiero aplicado va a depender de las necesidades del líder de la organización, “por ejemplo para definir su relación entre utilidades y gastos necesita elaborar un estado de resultados; para monitorear el capital que tiene disponible con un reporte de flujo de efectivo, que muestra el efectivo generado y su distribución en tareas operativas, financieras y de inversión y tener una visión amplia de la situación del negocio vía un balance general, el cual señala

activos, pasivos y patrimonio de la compañía”. (Gálvez, 2015)

Los datos que aportan estos modelos revelan, entre otras cosas, el nivel de rentabilidad que está logrando la compañía.

Crecimiento interno.

Se basa en la realización de inversiones hechas por la propia empresa, con el objetivo de aumentar su capacidad productiva, tamaño y volumen de ventas. Este se refleja en el grado de expansión en el mercado y diversificación de productos.

Crecimiento externo.

Modalidad de crecimiento rápido, por el cual se busca acceder a nuevos mercados, este crecimiento se puede dar mediante una fusión de empresas, una absorción o un financiamiento, sin embargo la empresa tendrá que evaluar qué modelo de crecimiento se adecua a sus necesidades y características.

Conclusión.

Hacer negocios en un ambiente dinámico como el actual, lleva a las MiPymes a un entorno de constante competencia, logrando ventajas competitivas de gran importancia en su desarrollo además que deben consolidar una estructura fuerte y definida que ayude a su permanencia en el mercado y garantizar el éxito deseado.

Existen diversas formas de conseguir el éxito financiero deseado en cada empresa para lo cual es factor determinante conocer sus necesidades y situación actual, siendo esta una razón por lo que esta serie de herramientas presentadas en el presente artículo deben ser consideradas para ayudar a las empresas a elegir una forma de crecimiento y realizar actividades que agreguen valor. Esta forma dinámica de hacer interactuarlas provocará que los clientes potenciales volteen a ver a la entidad, creen una preferencia y puedan llegar a tener una lealtad.

Referencias bibliográficas

ALTAG. (16 de Mayo de 2013). *Creatividad e innovación empresarial son cruciales*. Obtenido de <http://www.altag.net/creatividad-e-innovacion-empresarial-son-cruciales/>

Becerril, I. (16 de Enero de 2012). *La mayoría de las Pymes no sobrevive más de 2 años*. Obtenido de http://biblioteca.iiec.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=15629&Itemid=146

Choix., R. A., & Armenta Velazquez , C. E. (Enero de 2012). *LA IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN MÉXICO*. . Obtenido de http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no76/68d_-_la_importancia_del_contorl_interno_en_las_pequenas_y_medianas_empresas_en_mexicox.pdf

España, U. (16 de Mayo de 2014). *Los beneficios del mentoring en una empresa*. Obtenido de <http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2014/05/16/1096832/beneficios-mentoring-empresa.html>

Financieros., C. N. (s.f.). *Empresario Pyme. Como usuario de servicios financieros*. . Obtenido de http://www.condusef.gob.mx/PDF-s/cuadros_comparativos/bancos/cuentas_credito/pymes/empresario_pyme.pdf

Gálvez, A. P. (8 de Mayo de 2015). *Cómo tener ganancias con tu empresa*. Obtenido de <http://www.entrepreneur.com/article/268260>

Hernández, A. (23 de Julio de 2014). *Cultura organizacional, éxito de las Mipymes*. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/power-tools/cultura-organizacional-exito-de-las-mipymes.html>

Inspiración., T. m. (s.f.). *¿Cómo motivar y dirigir la creatividad e innovación?* Obtenido de <http://www.tmiconsultoria.com/Colombia/Newsletter/paginas/articulo1.php>

Jiménez, J. I. (7 de Octubre de 2007). *El compromiso laboral*. Obtenido de http://elpais.com/diario/2007/10/07/negocio/1191762867_850215.html

Morales, M. (16 de Junio de 2009). *Cómo estimular la creatividad en su empresa*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/como-estimular-la-creatividad-en-su-empresa/>

Moreno, T. M. (6 de Enero de 2010). *Las 9 ventajas del networking para Pymes*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2010/01/05/las-9-ventajas-del-networking-para-pymes>

PROMÉXICO. (2015). *PYMES, ESLABÓN FUNDAMENTAL PARA EL CRECIMIENTO EN MÉXICO*. Obtenido de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Pyme, E. (s.f.). *Coaching en la Empresa*. Obtenido de <http://www.emprendepyme.net/coaching-en-la-empresa.html>

Talent, L. (12 de Enero de 2016). *Guía del emprendedor: Cómo hacer un modelo financiero*. Obtenido de <https://www.lancetaalent.com/blog/guia-del-emprendedor-como-hacer-un-modelo-financiero/>

Tecolo. (8 de Junio de 2012). *La motivación de los empleados dentro de la empresa*. Obtenido de <http://www.tecoloco.com/blog/la-motivacion-de-los-empleados-dentro-de-la-empresa.aspx#ixzz44xIJCsw>

Mtro. Miguel Angel González Romero

miguelglez85@gmail.com

Profesor Investigador Tiempo completo de la Facultad de Contaduría Pública-BUAP.

M.A. Josabeth Mendoza Juárez

josabeth2001@yahoo.com

Profesor Investigador Tiempo completo de la Facultad de Contaduría Pública-BUAP.

Karina Tlapale Carro

karina.tc@hotmail.com

Alumna del 2do semestre de la licenciatura en Dirección Financiera-BUAP

Leslie Martínez Castro

less.mcastro@gmail.com

Alumna del 2do semestre de la licenciatura en Dirección Financiera-BUAP