

Análisis sobre el perfil de directivos empresariales en México: caso de estudio (Analysis of the profile business executives in Mexico: case study)

Emmanuel F. Herrera, Jorge A. Balderas Flores & Reynaldo Chapa Cantú
Universidad Autónoma de Nuevo León, San Nicolás de los Garza, N.L., México.
Email: ing.e.herrera@hotmail.com

Keywords: CEO (Chief Executive Officer), CEO Profile, commercial grade, descriptive study, quantitative study, schooling of the CEO

Abstract. A CEO, Managing Director or CEO as they call some companies in Mexico, have an important position within the organization and carrying out control of the human capital management companies, and acts as liaison between employees the company and senior management. For this research design was selected a quantitative study, this paper investigates the schooling of the CEO of the 300 best companies in Mexico for a total of 500 companies in Mexico in 2010. The CD (CEOs) have at least a bachelor's degree, master's and doctoral degrees. The specific level of education often depends on the nature of the business sector in which the company operates. CEOs of the 300 total, 273 have a Bachelor's representing 91% of the total, dominated by graduates of Business Administration with 44 cases represented by 15.88%. It was found that the average age between them is 54.1 years, age range is between 39 and 81 years, 149 of the 300 CEOs have a Masters degree accounting for 49.67%, of which 89 have Master Business Administration equivalent to 29.67%, 10 CD have the Ph.D. degree being 3.33%, of which a PhD in Business Administration ranks the 1.33% of the 4 cases that records the total population.

Palabras clave: categoría comercial, CEO, consejero delegado (CD), escolaridad del consejero delegado, estudio cuantitativo, estudio descriptivo, perfil del consejero delegado

Resumen. Un Consejero Delegado, Director General o CEO como le llaman algunas empresas en México, tienen una posición importante dentro de las organizaciones, ya que llevan a cabo el control de la gestión del capital humano de las empresas, y actúa como enlace entre los empleados de la empresa y los altos directivos. Para este diseño de investigación se utilizó un estudio descriptivo y estudio cuantitativo, este trabajo investiga la escolaridad del Consejero Delegado de las 300 mejores empresas de México de un total de

500 empresas más importantes en México en el 2010. Los CD (Consejeros Delegados) tienen al menos un título de licenciatura, maestría y doctorado. El nivel específico de educación a menudo depende de la naturaleza del sector comercial en que se desempeña la empresa. De los 300 Consejeros Delegados totales, 273 tienen el grado de Licenciatura lo que representa al 91% del total, predominan los Licenciados en Administración de Empresas con 44 casos representados por el 15.88%. Se obtuvo que el promedio de edad entre ellos es de 54.1 años, el rango de edad está entre los 39 y 81 años, 149 de los 300 Consejeros Delegados tiene el grado de Maestría representando el 49.67%, de los cuales 89 cuentan con Maestría en Administración de Empresas equivalente al 29.67%, 10 CD cuentan con el grado de Doctorado siendo el 3.33%, de los cuales el Doctorado en Administración jerarquiza el 1.33% de los 4 casos que registra el total de la población.

Introducción y revisión de literatura

El trabajo de un consejo de administración es asegurar el proceso de toma de decisiones que sea transparente y que permita dar cuenta de las decisiones tomadas.

El consejo de administración está formado por tres dimensiones: Económica, Competitiva y Organizativa ya que las políticas de la empresa deben hacer posible una organización que no solo sea eficiente sino que consiga crear y recrear el clima humano necesario para atraer y retener a buenos profesionistas y promover su desarrollo personal y profesional (Canales, 2004) de tal forma que un Consejero Delegado, Director General o CEO como le llaman algunas empresas en México, tienen una posición importante dentro de las organizaciones, ya que llevan a cabo el control de la gestión del capital humano de las empresas, y actúa como enlace entre los empleados de la empresa y los altos directivos, influyen directamente en la reputación de la empresa en su rol de activo productivo y a través de su liderazgo (Urra, 2009), de igual manera son responsables de la planificación y ejecución de la estrategia de una empresa, se mantiene como el responsable del éxito ó fracaso de la organización a través del Consejo de Administración y los accionistas de la empresa, además por su notoriedad o prominencia en la opinión pública, especialmente entre los inversionistas y empleados (Helm, 2006). Para la consultora en Relaciones Públicas y Comunicación Burson-Masteller la razón que explica esta relación causal es que el CD ó CEO es ahora más que nunca el rostro público y brújula ética de la organización. La capacidad de relación y el estilo de dirección del

Consejero Delegado están siempre a prueba pues serán esas relaciones las que permitan incidir en la marcha de su equipo, corregir el rumbo e introducir cambios con un desgaste personal, es decir, con un recurso controlado al uso básico del poder (Stein, 2009).

Se ubicaron las 300 mejores empresas por CNNExpansión (CNNExpansión, 2010) que hemos tomado de referencia para ésta investigación, de las cuales están ubicadas en 20 de los 31 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal. El Distrito Federal cuenta 186 empresas sedes, mientras que los Estados de Nuevo León cuenta con 42, Jalisco y el Estado de México (Toluca) con 13 empresas cada una; lo cual representan el 62%, 14%, 4.33% y 4.33% respectivamente. El sector de servicios financieros predomina en el Estado de Nuevo León y el Distrito Federal representando a 34 organizaciones que son el 11.33% de los 48 sectores que maneja CNNExpansión. El total del capital humano con las que cuentan estas 300 empresas son de 3,007,700 empleados y generan \$8,010,351.10 MDP (Millones De Pesos) anuales en los ingresos por ventas netas, mientras que generan una ganancia de \$497,571.60 MDP como utilidad neta. Estas 300 empresas contribuyen de manera significativa a la productividad general de todo México. Ésta investigación arrojó que varios de los Consejeros Delegados tienen al menos un título de licenciatura, maestría y doctorado, la mayoría de ellos graduados en Administración de Empresas, Ingeniero Industrial y Contador Público. Aunque en otros países el nivel específico de educación a menudo depende de la naturaleza del sector comercial de las empresas, cabe señalar que existe un alto índice donde la experiencia laboral de cada uno de ellos predomina más que el tipo de Licenciatura en comparación al sector en que se desempeña la empresa y la ubicación geográfica donde se ubican. Ahora bien, la reputación del CD es una señal que influye en la mayoría de los involucrados de las organizaciones de una empresa (Solomon, Reckers, & Lowe, 2005). El Consejero Delegado pone rostro a la empresa y es clave para la configuración de su reputación (Hoffman, 1999) y su estilo es el factor más importante en la formación de la personalidad e imagen de la empresa, en cuanto mayor sea su reputación, mayor será la reputación de la empresa. Una vez que las empresas entran en el ranking, lo importante ya no es el tamaño, si no la reputación del CD y la visibilidad que proporciona estar en sectores concentrados.

A pesar de que son numerosos los consejos que en materia de innovación han dado los expertos, la investigación de los autores ha desembocado en una breve lista con los siete elementos esenciales a la hora de innovar, y que deberían ser objeto de atención preferente de parte de la alta dirección empresarial: Ejercer un liderazgo firme; Integrar la innovación en la mentalidad comercial en la empresa; Alinear la cantidad y tipo de innovación con el campo de trabajo de la empresa; Administrar la tensión natural entre creatividad y valor; Neutralizar los obstáculos al cambio; Reconocer que la unidad básica de innovación es una red que conjuga conocimientos y personas; y Crear sistemas de medición y recompensa adecuados para la innovación (Davila, Epstein, & Shelton, 2005); por lo que mayor ó menor valoración entre los involucrados de las organizaciones hacen que la reputación corporativa no dependa del rendimiento financiero ni del tamaño de la organización (Garbett, 1988). Sin embargo, el perfil y la escolaridad del CEO depende de un constante aprendizaje, preparación educativa y conocimientos técnicos de acuerdo con Michael Watkins (Stein, 2009) por lo que el consejo debe tener un presidente con claras condiciones de liderazgo pero debe también contar con consejeros que sean buenos profesionales y que estén involucrados de modo efectivo en el trabajo del consejo (Canales, 2004).

Este trabajo investiga la escolaridad del Consejero Delegado de las 300 mejores empresas de México de un total de 500 empresas más importantes en México en el 2010. El análisis empieza por las variables independientes como el nombre de la empresa, el nombre de su Consejero Delegado y posteriormente las variables dependientes tales como edad, sexo, licenciatura, maestría y doctorado. El diseño de la investigación es descriptivo y cuantitativo, ya que estos métodos nos permiten realizar el análisis de los líderes de cada una de las empresas en México. Existe una discusión frente a los resultados del análisis seguida por las observaciones finales.

La Secretaría de Educación Pública (SEP, 2011) muestra que en México entre el año 2009 y 2010 hubo un total de 2,418,144 estudiantes de licenciatura, de los cuales, 1,230,924 fueron hombres y 1,187,220 fueron mujeres; de estas cantidades, solo 245,550 estudiantes obtuvieron su título, lo que corresponde a un 10.16%. Mientras que en el grado de maestría en este mismo periodo, hubo 196,397 estudiantes, de los cuales 95,468 fueron

hombres y 100,929 fueron mujeres; 36,886 obtuvieron su grado de maestría, equivalente al 18.79%.

Formulación del problema

Conocer cuales son las 300 mejores empresas de México, así como saber cuales son los Consejeros Delegados de cada una de ellas. Medir las muestras de la población para los análisis pertinentes que nos lleven a conocer el comportamiento de cada una de las empresas y de sus consejeros delegados; posteriormente, realizar estadísticas que nos permitan visualizar de mejor forma los análisis para poder conocer el tipo de estadística que permita utilizarse en esta investigación e identificar los tipos de variables para la realización del método cuantitativo en la investigación.

Objetivos de la investigación

Conocer las mejores 300 empresas en México del año 2010 e identificar a cada uno de los Consejeros Delegados de esas empresas, de ésta forma identificar la edad y el grado de estudios con el que cuenta cada uno; así como conocer la carrera y especialidad que más trascendencia tiene en cada uno de ellos, como también el tipo de sector de mercado que ocupan las empresas.

Justificación

Hoy en día, en muchos países las empresas buscan una forma de analizar y manejar el capital humano por la que está formada la organización y ver la proyección del manejo directivo de los consejeros delegados en las propias empresas de acuerdo a un cierto numero de variables que permiten ver la capacidad y comportamiento a base del conocimiento, edad, experiencia y conocimientos tanto técnicos como tecnológicos desarrollados a través de su formación profesional y académica; por lo que la mayoría de las empresas reservan su información por seguridad propia. En México se empieza hacer este tipo de análisis, por ejemplo, CNNExpansión Online publica cuales son las 500 empresas más importantes de México 2010, y da a conocer en otro apartado a 10 Consejeros Delegados de esas 500

empresas (CNNExpansión, Los mejores MBA del 2010, 2010). Esto nos permite ampliar la forma estructural de nuestra investigación para conocer cuales son los 300 Consejeros Delegados de nuestra investigación.

Modelo gráfico e hipótesis general

En este apartado se integran las variables pertenecientes al modelo propuesto, las cuáles son identificadas, señaladas y definidas. El análisis empieza por las variables independientes como el nombre de la empresa, el nombre de su Consejero Delegado, posteriormente las variables dependientes tales como edad, sexo, licenciatura, maestría, doctorado; ranking, ubicación, sector, origen, ventas netas, utilidad de operación, utilidad neta, activo total, pasivo total, patrimonio neto y empleos de todas las empresas. El estudio de la investigación es descriptivo y cuantitativo, siendo éste último interpretado por un análisis de varianza, ya que éste método nos permite realizar el análisis del perfil de los Consejeros Delegados de cada una de las empresas en México. Las variables dependientes son los atributos de la personalidad, la cuál es denominada como modelo conceptual, éste nos permite plantear la relación de cada una de las variables independientes con las dependientes, así como apoyarnos en la elaboración de las hipótesis, mismas que se derivan de las relaciones planteadas en este estudio como se mencionan a continuación:

Hipótesis de investigación

- H1:** El perfil del Consejero Delegado depende del grado académico profesional superior, maestría y doctorado en áreas administrativas, siendo más importante que la edad en que prevalece para llegar a ocupar el puesto de CEO el cual se encuentra en un rango de entre 45 a 50 años.
- H2:** El sector comercial y la ubicación de las empresas en el país influyen en el perfil del Consejero Delegado, puesto que la mayor parte de las empresas se ubican en la zona Centro, a diferencia de las zonas Norte y Sur de de la República Mexicana.

La diversidad de las empresas

La forma de comparación de CNNExpansión de las 500 mejores empresas de México 2010, incluye factores distintivos como ubicación geográfica, sectores de las empresas, ingresos, servicios y productos ofrecidos. De acuerdo a Pitts y Hopkins (1982) “no existe una definición generalmente aceptada o medida de la diversificación”. Como por ejemplo, una revisión completa y exhaustiva de la literatura acerca de la diversidad corporativa (Ramanujam & Varadarajan, 1989). La falta de una medición aceptable permite a los investigadores desarrollar su definición con el fin de investigar y analizar la diversidad firme entre las empresas.

Uno de los antecedentes más importantes de la reputación corporativa es el desempeño financiero (Fombrun & Shanley, 1990) como el famoso GMAC de Fortune, que han sido criticados por estar muy vinculados a las variables del rendimiento financiero, como la rentabilidad, el crecimiento por las ventas, etcétera; para Brown y Perry (1994) lo que obliga a controlar esta dimensión en cualquier investigación sobre los antecedentes de la reputación corporativa con el fin de descontar el denominado halo financiero. Para McGuire, Thomas, & Branch (1990) y Fombrun & Shanley (1990) comprobaron que las variables financieras explicaban gran parte de la varianza del ranking de reputación publicado por Fortune.

Mientras para el análisis de las 500 mejores empresas de CNNExpansión, la primera tarea urgente fue identificar o clasificar a las empresas. Los diferentes enfoques para lograr este primer paso, fueron los recursos internos con los que cuentan las empresas, así como los servicios y productos que ofrecen (Pitts & Hopkins, 1982). Una organización se afirma que no guarda relación si “la producción de diferentes instalaciones y canales de distribución están por separado, es probable que necesiten dos empresas diferentes para que funcionen correctamente” (Pitts & Hopkins, 1982).

La falta de información pública que identifica a los recursos internos de las organizaciones, ejecutan un esfuerzo mayor para el investigador (Pitts & Hopkins, 1982). Debido a la dificultad en la medición de las preferencias de los clientes y el mercado, los investigadores rara vez utilizan el segundo enfoque como fuente de investigación (Pitts & Hopkins, 1982). Las variaciones de este esquema de clasificación se encuentran en los estudios que se concentran en la magnitud de la empresa en el mercado con

referencia a la utilización de las características geográficas en las que se encuentran situadas, con el fin de clasificar la diversidad de las mismas (Pitts & Hopkins, 1982). La diferencia del producto, es la técnica utilizada para esta investigación respecto a las 500 mejores empresas de México (CNNExpansión, 2010). De acuerdo a Pitts y Hopkins (1982), ésta técnica mezcla la diversidad en los enfoques tanto de recursos como para el mercado en el que se encuentran, ya que los productos deben cumplir las diferentes necesidades de los clientes. Para utilizar este método, el investigador, deberá emplear una clasificación de los productos establecidos por las leyes gubernamentales que estipulen la calidad de los mismos (Pitts & Hopkins, 1982, p. 621). La clasificación de los distintos servicios y productos, son basados en la categoría comercial de cada una de las empresas. La Bolsa Mexicana de Valores (BMV) divide en categorías los sectores en subsectores, para efectos de esta investigación, estos sectores estarán definidos por los que originalmente CNNExpansión aplica.

Por ejemplo, en EUA la Industria Norteamericana del Sistema de Clasificación (NAICS por sus siglas en inglés) es utilizado por el gobierno federal y estatal para fines estadísticos y para todos los investigadores y científicos de las organizaciones empresariales y el público en general. Donde los primeros cinco dígitos del código son de forma estándar y uniforme en su utilización a lo largo de los EUA, mientras que si es de seis dígitos puede variar de un país a otro o en los estados de EUA (Martelli, Abels, & Ward, An empirical investigation focusing on the composition and performance of the Fortune 500, 2009). Por lo tanto, partiendo de este enfoque, las 500 mejores empresas de México 2010 de CNNExpansión, cumplen con el uso de codificación NAICS para clasificar la diversidad de las empresas entre si.

Es importante señalar, que en México, muchas organizaciones reservan su información por sentido de seguridad, siendo un esfuerzo mayor la obtención de estos, ya que muy pocas empresas contribuyeron con esta investigación.

Datos y metodología

Para este diseño de investigación se seleccionó un estudio descriptivo y cuantitativo con el fin de analizar a los Consejeros Delegados de las 300

mejores empresas de México 2010. La investigación incluyó las variables independientes como el nombre de la empresa, el nombre de su Consejero Delegado y posteriormente las variables dependientes tales como edad, sexo, licenciatura, maestría y doctorado; la información fue obtenida por publicaciones a través de internet de Las 500 empresas más importantes de México 2010 (CNNExpansión, 2010) en la revista en línea Líderes Mexicanos (Online, 2011), en la Biblioteca Digital de la Universidad Autónoma de Nuevo León a través de Proquest (Profiles, 2011) y textos ya citados, así como en algunos buscadores de internet. Para esta investigación, las 300 mejores empresas de México 2010 fueron seleccionadas en base a los ingresos de cada una de ellas tomando como base la lista de las 500 empresas más importantes de México 2010 de CNNExpansión.

Para la obtención de información de los Consejeros Delegados de las 300 mejores empresas de México 2010, se identificó al 100% de la población de los CEOs; se obtuvo el 94.33% la edad de ellos, el 92.33% la Licenciatura, 49.67% el grado de Maestría y el 3.33% el grado de Doctor. El uso del estudio descriptivo y cuantitativo, nos permitirán el análisis y resumen de las observaciones reportadas. Se utilizó un análisis de varianza para el estudio del perfil de los Consejeros Delegados de cada una de las empresas en México.

Resultados

En base a los resultados del estudio descriptivo, se obtuvo que el promedio de edad entre ellos es de 54.1 años, el rango de edad está entre los 39 y 81 años, 80 de ellos se encuentran en un rango de 45 a 50 años siendo el 28.27%, dando una edad media de 47.5 años. De todos ellos, 293 son hombres, equivalente al 97.67%. El resto de los CD son mujeres obteniendo 7 casos equivalentes al 2.33%, teniendo un promedio de edad entre ellas del 47 años.

De los 300 Consejeros Delegados totales, 273 tienen el grado de Licenciatura lo que representa al 91% del total; de los 23 restantes que representan el 7.67%, no se pudo obtener información sobre el grado de Licenciatura; y a los 4 restantes cabe mencionar que solo cuentan con estudios básicos que representan el 1.44%.

De los 273 CEO's que obtuvieron un título de Licenciatura, predominan los Licenciados en Administración de Empresas con 44 casos representados por el 15.88%, en seguida se encuentran los Ingenieros Industriales con 43 casos equivalentes a un 15.52% y seguido por 32 Contadores Públicos que significan el 11.55%.

Así mismo, 149 de los 300 Consejeros Delegados tiene el grado de Maestría representando el 49.67%, 151 de ellos no cuentan con este grado pertenecientes al 50.33%, de los cuales 89 cuentan con Maestría en Administración de Empresas equivalente al 29.67% y 14 con Maestría en Alta Dirección representando el 4.67%. 18 de ellos cuentan con una doble Maestría que representa el 6%, predominando los títulos de Maestría en Alta Dirección, Desarrollo Económico, y Finanzas con 2 casos cada uno representado por el 0.67% respectivamente. 10 Consejeros cuentan con el grado de Doctorado siendo el 3.33%, de los cuales el Doctorado en Administración jerarquiza el 1.33% de los 4 casos que registra el total de la población.

La zona geográfica donde se encuentran ubicadas las 300 mejores empresas de México 2010, se encuentran distribuidas de la siguiente forma: 186 en el Distrito Federal, que representa al 62%; Nuevo León con 42 equivalente al 14%; los estados de Jalisco y Toluca cuentan con 13 casos que equivalen al 8.67% entre ambas, es decir 4.34% cada una. Por lo tanto, podemos decir que al Norte de la República Mexicana se encuentran 69 empresas resultando el 23%, en el Centro del país se encuentran 225 empresas equivalentes al 75% y al Sur hay 6 empresas equivalentes al 2%.

El sector del mercado esta compuesto por 34 empresas de Servicios Financieros, lo que equivale al 11.33% del mercado, el sector de Alimentos y Bebidas está compuesto por 22 empresas representadas por el 7.33% y 19 empresas en el sector de Seguros y Finanzas que equivale al 6.33% los cuales conforman los principales sectores del mercado. Para el Distrito Federal existe mayor cantidad de empresas por parte del sector de Servicios Financieros con 29; Seguros y fianzas con 17 equivalentes al 5.67% y 9.67% respectivamente. Mientras para Nuevo León, Bebidas y Cervezas representa el 1.33% al tener 4 empresas, así como los sectores Química Petroquímica y Servicios Financieros tienen tres empresas cada una siendo el 1% por cada sector respectivamente. Por ultimo, Jalisco cuenta con el sector de Electrónica con 3 empresas y Suplementos Alimenticios con 2, originando el

1% y 0.67% respectivamente. De todas estas empresas, se concentraron principalmente en el sector de Servicios Financieros, Alimentos, Seguros y Finanzas con un alto número en sus ingresos por las ventas netas, así como también el número de empleados y el activo total de cada una de las empresas que participan en los sectores mencionados, según las 500 de CNNExpansión. Los Directores Generales de estas empresas en su gran mayoría son hombres con un promedio de edad de 54.3 años y una minoría son mujeres entre los 47 años de edad. Mencionando que la edad donde se concentra una moda de la población para ocupar el puesto se ubica entre los 45 a 50 años de edad.

A continuación se presentan diversas tablas informativas (Tablas 1 a 13) con los datos descriptivos de las muestras observadas de la población, la cual nos permite analizar los resultados mencionados anteriormente:

Tabla 1. *Categoría Sexo*

	Cantidad	Porcentaje
Total Mujeres:	7	2.33%
Total Hombres:	293	97.67%
Total Población:	300	100%

Tabla 2. *Categoría Edad*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	283	94.33%
Total sin Datos:	17	5.67%
Promedio de Edad CEO's:	54.1	18.03%
Promedio de Edad Hombres:	54.3	19.19%
Promedio de Edad Mujeres:	47.0	16.61%
Rango de Edad 45-50:	80	28.27%
Rango de Edad 50-55:	70	24.73%
Rango de Edad CEO's:	39 y 81 Años	

Tabla 3. *Categoría Licenciatura*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	277	92.33%
Total sin Datos:	23	7.67%
Con Licenciatura:	273	91.00%
Admon de Empresas	44	15.88%
Ingeniero Industrial	43	15.52%
Contador Público	32	11.55%

Tabla 4. *Categoría Maestría*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	149	49.67%
Total sin Datos:	151	50.33%
Admon de Empresas	89	29.67%
Alta Dirección	14	4.67%

Tabla 5. *Categoría CEO'S con 2 Maestrías*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	18	6.00%
Total sin Datos:	282	94.00%
Alta Dirección	2	0.67%
Desarrollo Económico	2	0.67%
Finanzas	2	0.67%

Tabla 6. *Categoría Doctorado*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	10	3.33%
Total sin Datos:	290	96.67%
Administración	4	1.33%

Tabla 7. *Categoría Ubicación*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	300	100.00%
Total sin Datos:	0	0.00%
Distrito Federal	186	62.00%
Nuevo León	42	14.00%
Jalisco	13	4.33%
México (Toluca)	13	4.33%

Tabla 8. *Zona de Ubicación en el País*

	Cantidad	Porcentaje	
Norte	8	69	23.00%
Centro	9	225	75.00%
Sur	3	6	2.00%
Total	20	300	100.00%

Tabla 9. *Categoría Sector Comercial*

	Cantidad	Porcentaje
Total con Datos:	300	100.00%
Total sin Datos:	0	0.00%
Servicios financieros	34	11.33%
Alimentos	22	7.33%
Seguros y Finanzas	19	6.33%

Tabla 10. *Sector Comercial por principales estados*

	DF	NL	JALISCO
Bebidas y cervezas		4	
Electrónica			3
Química y petroquímica		3	
Seguros y fianzas	17		
Servicios financieros	29	3	
Suplementos alimenticios			2
	5.67%	1.33%	3.00%
	9.67%	1.00%	2.00%
		1.00%	

Tabla 11. *Categoría Empleos*

Empresa	Cantidad
Petroleos Mexicanos	147,294
Walmart de México	176,463
Comisión Federal de Electricidad	83,812
Fomento Económico Mexicano	127,179
Grupo Bimbo	102,000

Nota 1: Total con Datos 300 (100%)

Nota 2: Total sin Datos: 0 (0%)

Tabla 12. *Ventas Netas*

Empresa	Millones de Pesos
Petroleos Mexicanos	\$1,094,155
América Móvil	\$394,711
Walmart de México	\$270,451
Comisión Federal de Electricidad	\$220,034
Carso Global Telecom	\$209,539
SARE	\$2,766

Nota 1: Total con Datos 300 (100%)

Nota 2: Total sin Datos: 0 (0%)

Tabla 13. *Utilidad Neta*

Empresa	Millones de Pesos
Petroleos Mexicanos	\$46,137
América Móvil	\$76,914
Grupo Financiero BBVA-Bancomer	\$21,612
Teléfonos de México	\$20,469
Grupo Financiero Banamex	\$18,756
Aseguradora Interacciones	\$2
Nota 1: Total con Datos 300 (100%)	
Nota 2: Total sin Datos: 0 (0%)	

De acuerdo al estudio cuantitativo del análisis de varianza que nos permiten comprobar nuestras hipótesis se obtuvo qué:

- El perfil del Consejero Delegado depende del grado académico profesional superior, maestría y doctorado
- Los títulos de los grados académicos en Administración influye en el perfil del CD
- El sector comercial no influye en el Perfil del Consejero Delegado ya que depende de la zona de ubicación donde se encuentran cada una de las empresas
- La ubicación de las empresas influye en el perfil del CD para la asignación de éste mismo en cada una de las empresas

Tabla 16. *Resumen del análisis de varianza de dos factores con una sola muestra por grupos, enfocado al grado académico*

Resumen	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
Área Admtiva.	4	279	69.75	6252.25
Otras Áreas	4	171	42.75	2144.92
Licenciatura	2	273	136.5	1740.5
Maestría 1	2	149	74.5	1624.5
Maestría 2	2	18	9	18
Doctorado	2	10	5	2

Tabla 17. *Análisis de varianza, los títulos de los grados académicos en Administración influye en el perfil del CD*

Orig. Variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad	Val. Crítico F
Área Admtiva.	1458	1	1458	2.26985	0.22901	34.11622
Grado Escolar	23264.5	3	7754.833	12.0729	0.03508	29.45670
Error	1927	3	642.3333			
Total	26649.5	7				

El resultado del coeficiente de R2 (R cuadrada) del análisis de varianza enfocado al grado académico es de 0.94, por lo que el estudio comprueba que independientemente del grado académico de los Consejeros Delegados que se encuentre enfocado al área de administración, influye en el Perfil del Consejero Delegado.

Tabla 18. *Resumen del análisis de varianza de dos factores con una sola muestra por grupos, enfocado al sector comercial*

Resumen	Cuenta	Suma	Promedio	Varianza
Norte	7	23	3.28571	8.90476
Centro	7	98	14	66.3333
Sur	7	4	0.57143	1.28571
Servicios Financieros	3	34	11.3333	292.3333
Alimentos	3	22	7.33333	14.3333
Seguros y Finanzas	3	19	6.33333	86.3333
Armadora	3	12	4	37
Automotriz y Autopartes	3	13	4.33333	9.3333
Holding	3	12	4	21
Química Farmacéutica	3	13	4.33333	56.3333

Con el análisis de varianza, se comprobó que la mayoría de las empresas se ubican en la zona centro de la República Mexicana, por lo que la ubicación de las empresas influye en el perfil del CD para la asignación de este mismo en cada una de las empresas, ya sea por el factor del sector comercial de la empresa y lugar de donde radica, tomando en cuenta el tiempo y costo de traslado.

Tabla 19. *Análisis de varianza, ubicación de las empresas*

Orig. Variaciones	Suma de cuadrados	Grados de libertad	Promedio de los cuadrados	F	Probabilidad	Val. Crítico F
Ubicación por Zona	705.80952	2	352.90476	12.92992	0.00101	6.92661
Empresas por Zona	131.61905	6	21.93651	0.80372	0.58574	4.82057
Error	327.52381	12	27.29365			
Total	1164.9523	20				

Por lo tanto, el resultado del coeficiente de R² (R cuadrada) del análisis de varianza enfocado al sector comercial y de la ubicación de las empresas es de -1.4, por lo que el estudio demuestra que el sector comercial no está vinculado con la ubicación de las empresas según el Perfil del Consejero Delegado, sin embargo la ubicación de las empresas si influye en el Perfil del CD para su nombramiento en la organización.

Conclusión

Mediante los resultados que se obtuvieron en esta investigación conforme al estudio descriptivo, nos muestran que las empresas en su mayoría fueron captadas por el sector de Servicios financieros. La mayoría de sus Consejeros Delegados son hombres representados por 293 casos, mientras que en su minoría, las mujeres fueron representadas por 7 casos, todos ellos entre una edad media de 54.1 años, de los cuales 44 CD tienen Licenciatura en Administración de Empresas, en seguida se encuentran los Ingenieros Industriales con 43 casos y seguido por 32 Contadores Públicos.

Del total de los CEO's 149 tienen el grado de Maestría (49.67%), de los cuales 89 cuentan con Maestría en Administración de Empresas y 14 con Maestría en Alta Dirección. 18 de ellos cuentan con una doble Maestría predominando los títulos de Maestría en Alta Dirección, Desarrollo Económico, y Finanzas con 2 casos cada uno. Solo 10 CD cuentan con el grado de Doctorado, de los cuales el Doctorado en Administración jerarquiza el 1.33% de los 4 casos que registra el total de la población.

La zona geográfica donde se encuentran ubicadas las 300 mejores empresas de México 2010, se encuentran distribuidas de la siguiente forma: 186 en el Distrito Federal, que representa al 62%; Nuevo León con 42 equivalente al 14%; los estados de Jalisco y Toluca cuentan con 13 casos que equivalen al 8.67% entre ambas, es decir 4.34% cada una. Por lo tanto, podemos decir que al Norte de la República Mexicana se encuentran 69 empresas resultando el 23%, en el Centro del país se encuentran 225 empresas equivalentes al 75% y al Sur hay 6 empresas equivalentes al 2% dentro de las 500 empresas más importantes de México 2010 de CNNExpansión.

Mientras que el estudio cuantitativo nos permite tener un alto porcentaje de confiabilidad al decir que cualquier grado académico ya sea licenciatura, maestría y doctorado enfocada a la administración de empresas influye en el Perfil del Consejero Delegado; mientras que el sector comercial no influye ya que depende de la zona de ubicación donde se encuentran cada una de las empresas; por lo tanto la ubicación de las empresas influye en el perfil del CD para la asignación de éste mismo en cada una de las organizaciones.

Investigaciones futuras

Ésta investigación nos mostró que el sector comercial en México no está vinculado con la ubicación de las empresas según el Perfil del Consejero Delegado, por lo que se sugiere tomar en cuenta otro tipo de variables que permitan demostrar la correlación que exista entre el sector comercial y la ubicación de las empresas, por mencionar algunas como: las vías de comercialización, zona geográfica de comercio, entre otras variables.

Por otra parte, acerca de la información obtenida en esta investigación, se observó que varios de los CEO's tienen vinculación familiar entre una o más empresas, por lo que se sugiere llevar a cabo una investigación sobre ¿el por qué las empresas nacionales familiarizadas tienden a desaparecer o presentan dificultades en su administración?: caso de estudio sobre las pymes.

Reconocimientos

Los autores desean expresar su agradecimiento a los siguientes profesores y personal que contribuyó con su amable apoyo en la revisión y sugerencias en la mejora del contenido de ésta publicación: CPC. Enrique Carlos Reta Garza, FACPYA, UANL; Ing. Esteban Báez Villarreal, FIME, UANL; Dr. José Nicolás Barragán Codina, FACPYA, UANL; Dra. Adriana Verónica Hinojosa Cruz, FACPYA, UANL; MS. Vicente Treviño González, FACPYA, UANL; CP. José Inés Martínez Juárez, FACPYA, UANL; Ing. Jaime Castillo Elizondo, FIME, UANL; MC. Valeria Paola González Duéñez, FIME, UANL; Dr. Luis Chávez Guzmán, FIME, UANL; MGP. Tabata Burgoa Martínez, FACPYAP, UANL; Lic. Mario Burgoa González, HU, UANL; Lic. Miguel Herrera Castro, HU, UANL; Lic. María F. Báez, HU, UANL.

Referencias

- Amexcap. (2010). *Speakers*. Recuperado el Septiembre - Noviembre de 2011, de <http://amexcap.spribo.com/speakers>
- Arbuckle, D. R. (1999). *1997 North American Classification System - 1987 Standard Industrial Classification Replacement*. Washington: Office of Management and Budget, Office of Management and Budget, Washington.
- Blanco, F. (2011). *El nó, ya lo tenemos* (Vol. 2011). Distrito Federal, México: Endira.
- Board, T. O. (2011). *The Official Board*. Recuperado el Septiembre - Noviembre de 2011, de <http://www.theofficialboard.com>
- Brown, B., & Perry, S. (1994). Removing the financial performance halo from Fortune's most admired companies. *Academy of Management Journal*, 37 (5), 1347-1359.
- Burck, C. G. (Mayo de 1976). A group profile of the Fortune 500 Chief Executive Officers. *Fortune*, 173-177, 308-312.
- Canales, J. (2004). *Pautas de buen gobierno en los consejeros de administración*. Madrid, España: Grupo Recoletos Comunicación.
- CNNExpansión. (2010). *Las 500 empresas más importantes de México 2010*. (S.D. Derechos Reservados Expansión, Editor, CNNExpansión, Productor, & Cable News Network. Turner Broadcasting System, Inc. All Rights Reserved) Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.cnnexpansion.com/tablas/2010/07/08/empresas-500-2010>
- CNNExpansión. (2010). *Los mejores MBA del 2010*. Recuperado el Agosto - Noviembre de 2011, de <http://www.cnnexpansion.com/especiales/los-mejores-mba-2010>
- Cydsa. (2011). *Reporte anual, Consejo de Administración*. Recuperado en Octubre 2011 de http://www.cydsa.com.mx/InfoFin_pdf/RAAnual/pdf09/07%20Consejo%20de%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Davila, T., Epstein, M., & Shelton, R. (2005). *Making Innovation Work (Poner a trabajar a la innovación: cómo gestionarla, medirla y beneficiarse de ella)*. EUA: Wharton School Publishing.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in name? Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, 3(2), 233-258.

- Forbes. (2011). *Forbes Online*. Recuperado el Septiembre - Noviembre de 2011, de <http://www.forbes.com>
- Garbett, T. (1988). *How Build a Corporation's Identity and Project Its Image*. Massachusetts, EUA: Lexington.
- Google. (2011). *Google*. Recuperado el Octubre-Noviembre de 2011, de <http://www.google.com>
- Helm, S. (Mayo de 2006). Common grounds in the perception of three stakeholder groups. *10th Anniversary Conference on Reputation, Image, Identity and Competitiveness*, 25-28.
- Hoffman, L. (1999). Reputation starts with the CEO. *MC Technology Marketing Intelligence*, 19(7), 56-58.
- Markets. (2010). *Markets*. Recuperado el Septiembre - Noviembre de 2011, de <http://markets.ft.com>
- Martelli, J. T., & Abels, P. B. (2011). Becoming a leader: what does it take? *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 6(2), 19-23.
- Martelli, J. T., & Abels, P. B. (2009). Profile of a leader: The educational credentials and other characteristics of Fortune 500 Chief Executive Officers. *In The Proceedings of the 44th MBAA*.
- Martelli, J. T., Abels, P. B., & Ward, K. M. (2009). An empirical investigation focusing on the composition and performance of the Fortune 500. *The Journal of North American Management Society*, 4(2).
- McGuire, J., Thomas, S., & Branch, B. (1990). Perceptions of firm quality: A cause or result of firm performance. *Journal of Management*, 16(1), 167-180.
- negocio, O. d. (2010). *Oportunidades de negocio*. Recuperado el Noviembre de 2011, de http://www.oportunidadesdenegocios.com.mx/texto.asp?id_noticia=7269743
- Online, R. L. (2011). *Líderes Mexicanos*. Recuperado el Octubre - Noviembre de 2011, de <http://www.lideresmexicanos.com>
- Online, R. T. (2011). *T21 Online*. Recuperado el Octubre de 2011, de http://www.buenamar.com/utilerias/Revista_T21_Enero_11_Los_100.pdf
- Online, T. (2010). *Revista T21 Online*. Recuperado el Noviembre de 2011, de http://www.t21.com.mx/revista/113/revista_mes/revista_actual/titulo_1_portada.ph
- Pitts, R. A., & Hopkins, H. D. (1982). Firm diversity: Conceptualization and measurement. *Academy of Management Review*, 620-629.
- Profiles, H. C. (2011). *Hoover's A D&B Company*. Recuperado el Octubre - Noviembre de 2011, de ProQuest LLC: <http://search.proquest.com/hooverscompany/index>
- Ramanujam, V., & Varadarajan, P. (1989). Research on corporate diversification: A synthesis. *Strategic Management Journal*, 523-551.
- Reuters. (2010). *Reuters*. Recuperado el Octubre de 2011, de <http://www.reuters.com>
- Scribd. (2011). *Scribd*. Recuperado el Septiembre - Noviembre de 2011, de <http://es.scribd.com/doc/52110743/160/Antonio-R-Zarate-Negron>
- SEP. (2011). *Secretaría de Educación Pública*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2011, de http://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/1899/1/images/principales:cifras_2009_2010.pdf

- Solomon, S., Reckers, P., & Lowe, J. (2005). Impact of management image and non-audit services fees on investors perceptions of earnings quality. *Advances in Accounting*, 21, 199-216.
- Stein, G. (Noviembre de 2009). EL desarrollo de directivos en épocas de incertidumbre: claves para evitar fracasos. *Harvard Deusto Business Review*, 46-52.
- Week, B. (Noviembre de 1991). The Corporate Elite. *Business Week*, 174-216.