

Universidad Autónoma
marco de los objetivos y
académico 2014-2018, presenta
universitarios en su versión digital,
Libro Digital Universitario emitida a
de Investigación y Posgrado.
Universitarios, editada por la Dirección General
UNACH, difunde el patrimonio científico, cultural
Académico 2014-2018 de la Universidad. Es una
que recurre a los avances tecnológicos, modernizando
además de su valor académico. Los títulos publicados
académico y científico de nuestra Universidad. Así, la
estrategia representativa de nuestro tiempo.
Libro Digital Universitario de las Instituciones Educativas,
convicciones de que los libros digitales nos
disponibles virtualmente en cualquier
Universidad Autónoma de Chiapas, Programa Editorial Universitario. Su
programas educativos.
necesita personas y grupos colegiados
capacidad crítica, que realicen investigaciones,
en sus propias respuestas; asimismo, que generen
científicos para contribuir al desarrollo social, económico
n y el país. Es tiempo de brindar a los lectores las
del estudio reflexivo, puedan transformarse a sí
su entorno.

de la necesidad de servir”
Antonio Ruiz Hernández
Universidad Autónoma de Chiapas
Enero de 2015

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
COLECCIÓN DE TEXTOS UNIVERSITARIOS



Gestión del desempeño organizacional en las microempresas en Tapachula, Chiapas

David Ristori Cueto
Alma Leslie León Ayala
Susana Patricia García Sampedro





AUTÓNOMA

GESTIÓN RECTORAL

2014-2018

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL

EN LAS MICROEMPRESAS EN TAPACHULA, CHIAPAS

David Ristori Cueto

Alma Leslie León Ayala

Susana Patricia García Sampedro

DIRECTORIO

Mtro. Carlos Eugenio Ruiz Hernández
RECTOR

Mtro. Hugo Armando Aguilar Aguilar
SECRETARIO GENERAL

Dr. José Radamed Vidal Alegría
SECRETARIO ACADÉMICO

C.P. José Hugo Ruíz Santiago
ENCARGADO DE LA SECRETARÍA ADMINISTRATIVA

Mtro. Luis Iván Camacho Morales
SECRETARIO AUXILIAR DE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

Dr. Lisandro Montesinos Salazar
DIRECTOR GENERAL DE PLANEACIÓN

Dr. Lorenzo Franco Escamiroso Montalvo
DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Lic. Víctor Fabián Rumaya Farrera
DIRECTOR GENERAL DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Mtra. Rocío Aguilar Sánchez
**JEFA DE LA UNIDAD DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA
DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO**



**GESTIÓN RECTORAL
2014-2018**

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS IV

Dr. Raúl Ventura Ibarias
DIRECTOR

Universidad Autónoma
marco de los objetivos y
académico 2014-2018, presenta
universitarios en su versión digital,
libro Digital Universitario emitida a
de Investigación y Posgrado.
Universitarios, editada por la Dirección General
UNACH, difunde el patrimonio científico, cultural
Académico 2014-2018 de la Universidad. Es una
que recurre a los avances tecnológicos, modernizando
además de su valor académico. Los títulos publicados
académico y científico de nuestra Universidad. Así, la
estrategia representativa de nuestro tiempo.
al Universitario de las Instituciones Educativas,
convicciones de que los libros digitales nos
disponibles virtualmente en cualquier
Univ... para
Programa Editorial Universitario. Su
programas educativos.
necesita personas y grupos colegiados
capacidad crítica, que realicen investigaciones,
en sus propias respuestas; asimismo, que generen
anísticos para contribuir al desarrollo social, económico
n y el país. Es tiempo de brindar a los lectores las
s del estudio reflexivo, puedan transformarse a sí
u entorno.

de la necesidad de servir”
nio Ruiz Hernández
Universidad Autónoma de Chiapas

yo de 2015

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
COLECCIÓN DE TEXTOS UNIVERSITARIOS



Gestión del desempeño organizacional en las microempresas en Tapachula, Chiapas

David Ristori Cueto
Alma Leslie León Ayala
Susana Patricia García Sampedro



**GESTIÓN DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL
EN LAS MICROEMPRESAS EN TAPACHULA, CHIAPAS**

D.R. © 2015. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
Boulevard Belisario Domínguez Km. 1081 sin número, Colina Universitaria,
Terán, C.P. 29050, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México

D.R. © 2015. DAVID RISTORI CUETO, ALMA LESLIE LEÓN AYALA,
SUSANA PATRICIA GARCÍA SAMPEDRO

ISBN: 978-607-8363-74-2

EDICIÓN:

Dirección General de Investigación y Posgrado - Unidad de Divulgación Científica

CUIDADO DE LA EDICIÓN:

Fernando Daniel Durán Ruiz

DISEÑO Y COMPOSICIÓN:

Bernardo Olivio Reyes de León y Ernesto de Jesús Pérez Álvarez

DISEÑO DE FORROS:

Bernardo O. Reyes de León

FORMACIÓN EDITORIAL:

Claudia Gisel Hernández Hernández

IMAGEN DE PORTADA:

Iglesia de San Agustín, Tapachula. David Ristori Cueto.

COLECCIÓN:

Textos Universitarios

COORDINACIÓN DE LA COLECCIÓN:

Rocío Aguilar Sánchez

EDICIÓN DIGITAL:

Claudia Gisel Hernández Hernández

La presente publicación ha sido evaluada y aprobada por pares académicos externos a la institución y financiada con recursos del PROFOCIE OP/PROFOCIE-2014-07MSU0001H-01-01 y el Fondo para Elevar la Calidad de la Educación Superior (FECES) 2014.

Dirección General de Investigación y Posgrado
Unidad de Divulgación Científica

Hecho en Mexico (Made in Mexico)

CONTENIDO

PRESENTACIÓN
LIMINAR
INTRODUCCIÓN

I, ANTECEDENTES **23**

II, MARCO TEÓRICO **31**

2.1. Desempeño organizacional **32**

2.2. Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMe) **33**

2.3. La Gestión **38**

2.4. De las dimensiones de estudio **41**

2.5. Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) (gestión tecnológica) **41**

2.6. Normas de calidad (gestión de la calidad) **43**

2.7. Capacitación (gestión del conocimiento) **44**

2.8. Aspectos fiscales (gestión administrativa) **47**

2.9. Estudios realizados sobre el objeto de estudio (Hidalgo, Veracruz y Durango) **49**

| | |
|--|------------|
| 2.10. Tipos de Empresa | 62 |
| 2.11. Tipos de Empresa en Economías de Mercado | 65 |
| III. METODOLOGÍA | 71 |
| 3.1. Planteamiento del problema | 72 |
| 3.2. Objetivos | 80 |
| 3.3. Pregunta central de investigación | 80 |
| 3.4. Supuestos | 81 |
| 3.5. Diseño de la investigación | 81 |
| 3.6. Investigación previa y cualitativa | 84 |
| 3.7. Resultados cualitativos | 86 |
| 3.7.1. Primera etapa de la investigación | 86 |
| 3.7.2. Segunda etapa de la investigación | 97 |
| 3.7.3. Operacionalización de variables | 100 |
| 3.7.4. Trabajo de campo | 106 |
| 3.7.5. Presentación de resultados | 108 |
| 3.7.6. Tercera etapa de la investigación | 136 |
| 3.8. Conclusiones | 141 |
| 3.9. Estrategias de intervención | 146 |
| BIBLIOGRAFÍA | 157 |

Agradecimientos

Al Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP)

A la Universidad Autónoma de Chiapas

Queremos agradecer la colaboración y el apoyo incondicional que la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos (CANACO – Servytur) de Tapachula ha proporcionado, como siempre, para la elaboración de este trabajo, a través de su Presidente el Lic. Eduardo Olvera Cantera y de su Administrador el C.P. Humberto Saucedo Mejía.

A los empresarios participantes, por haber dedicado su tiempo y compartir el tesoro más valioso para la humanidad: la experiencia.

Así mismo queremos agradecer a la Dra. Alma Lilia Sapién Aguilar, de la Universidad Autónoma de Chihuahua, su colaboración y guía fue un soporte importante en el camino de la Investigación Científica y en los Estudios Organizacionales.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

PRESENTACIÓN

La Universidad Autónoma de Chiapas, en el marco de los objetivos y políticas del *Proyecto Académico 2014-2018*, presenta la **Colección de Textos Universitarios** en su versión digital, resultado de la convocatoria **Libro Digital Universitario** emitida a través de la Dirección General de Investigación y Posgrado.

La Colección de Textos Universitarios, editada por la Dirección General de Investigación y Posgrado de la UNACH, difunde el patrimonio científico, cultural y tecnológico enunciado en el *Proyecto Académico 2014-2018* de la Universidad. Es una colección con doble propósito editorial porque recurre a los avances tecnológicos, modernizando su producción, publicación y distribución; además de su valor académico. Los títulos publicados conforman escenarios para el desarrollo académico y científico de nuestra Universidad. Así, la **Colección** puede considerarse como una estrategia representativa de nuestro tiempo.

Los contenidos presentes en el **Libro Digital Universitario** revelan aspectos decisivos en la investigación de los estudiosos activos en nuestra Universidad en el momento de su publicación, al mismo tiempo que dan testimonio de la recepción en el ámbito de las Instituciones Educativas, que perciben con singular claridad las convicciones de que los libros digitales nos permiten cruzar las fronteras, al estar disponibles virtualmente en cualquier parte del mundo.

La Colección de Textos Universitarios se propone ser parte del quehacer universitario dentro del Programa Editorial Universitario. Su producción contribuirá a lograr los objetivos de docencia e investigación referidos en el mejoramiento de los programas educativos.

Hoy más que nunca, la sociedad necesita personas y grupos colegiados de científicos y académicos con mentes de capacidad crítica, que realicen investigaciones, formulen sus propias preguntas y encuentren sus propias respuestas; asimismo, que generen conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos para contribuir al desarrollo social, económico y ambiental del estado de Chiapas, la región y el país. Es tiempo de brindar a los lectores las herramientas necesarias para que, a través del estudio reflexivo, puedan transformarse a sí mismos y enriquecer humanamente su entorno.

“Por la conciencia de la necesidad de servir”

Mtro. Carlos Eugenio Ruiz Hernández

RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

MAYO DE 2015

LIMINAR

El Cuerpo Académico **Gestión y competitividad para el desarrollo organizacional** analizó, a través de un ejercicio retrospectivo y utilizando como herramienta metodológica la malla del Marco Lógico, diversas interacciones para constituir una fuerza conceptual en el fenómeno a investigar y su consecuente dilucidación del objeto de estudio: el Desempeño Organizacional.

Sobre la base de este análisis se pudo establecer que lo que se quería investigar versaba en dos sentidos: *Primero*, describir la forma en que se presentaba en la realidad el Desempeño Organizacional de las Microempresas, tomando en cuenta las dimensiones teóricas (Abstractas) de los **Procesos Comerciales**, la **Evaluación de Procesos** y la **Construcción de Indicadores** y, a su vez, contrastarlas con las dimensiones empíricas (Concretas) de las **Tecnologías de la Información y Comunicación**, las **Normas de Calidad**, la **Capacitación** y los **Aspectos Fiscales**; *Segundo*, categorizar los problemas que se presentan en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMe), describiendo, de alguna manera, la realidad que viven.

Desde la perspectiva de la Investigación Científica, de los Estudios Organizacionales, de la Gestión y otros enfoques teóricos más, se han podido observar una gama inmensa de áreas de oportunidad en las que las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen espacio para impulsar su participación. La zona de confort, el temor a evidenciar falta de conocimiento, la resistencia al cambio en todos los actores del acto económico, entre otros, son factores que se cristalizan en grandes obstáculos para detonar la participación de Docentes e Investigadores, en los que, desde una percepción holística, el campo de acción no se reduce al trabajo en aula, sino en incursionar en la realidad, las calles, los comercios, las instancias gubernamentales, que es en donde los egresados universitarios irán a participar en la construcción de soluciones a las problemáticas que aquejan a los sectores productivos.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

INTRODUCCIÓN

El interés de este cuerpo académico cobró forma sobre la base de la observación de que muchos de los estudios teóricos en torno a las Ciencias Económico Administrativas —también llamadas Ciencias Sociales y Administrativas, o de forma más sencilla: Ciencias Administrativas—, generan un rumbo unidireccional, es decir, la información que se encontró en los libros de administración, y sobre todo del tema de Gestión, tienen un acercamiento abstracto y abultado en la descripción de entornos *sui géneris*, que difícilmente se acoplan a los entornos de los lectores en Latinoamérica, tanto en aspectos de infraestructura de negocios, sociológicos, económicos como de idiosincrasia, lo cual induce a conocimientos que, como piezas de rompecabezas, muchas veces no embonan con la realidad.

No se pierde de vista que son opiniones de los propios autores y generar una alta carga positivista en el enfoque tampoco sería la solución. En diversas publicaciones la disciplina de la Gestión se ha encauzado y enfocado a la ciencia de resolución de trámites que a su propia génesis, desde la perspectiva holística de la conjunción y armonización de recursos encaminados al logro de objetivos.

Según Gaulejac, la Gestión es un sistema de organización del poder dentro de un conjunto de técnicas administrativas, procedimientos de organización y estrategias de posicionamiento institucional. Para él es respuesta a mutaciones sociales, económicas y culturales, derivadas del mundo empresarial actual por transformaciones de la sociedad moderna, por desarrollo de una sociedad dual de movilidad geográfica y profesional. La Administración y la Gestión son discipli-

nas que se encuentran en la mesa de la discusión y el interés es participar en su esclarecimiento epistemológico.

Por otro lado, también se tomó en cuenta la reflexión que hace Durkheim (2004) sobre el ámbito de aplicación de las Ciencias en las que, normalmente, sólo se busca un remedio a un problema, pero no el análisis y la explicación de las interacciones que se presentan entre los factores de un fenómeno social.

Es de conocimiento general que uno de los problemas que se observan en la economía nacional es el diseño de las Políticas Públicas respecto al desarrollo económico y social. Se llevan a cabo intentos para proporcionar insumos a productores o empresarios, pero muchas veces, o son insuficientes o no llegan a tiempo. La idea de esta investigación es reflexionar sobre las interacciones que tienen los factores del Desempeño Organizacional, es decir, saber cuáles son las causas del por qué las microempresas en ocasiones no tiene un buen Desempeño, lo cual no les permite tener un nivel apropiado y estar en condiciones para seguir compitiendo con otras empresas, o en su caso poder subsistir por sí solas.

Se realizó la investigación en la Ciudad de Tapachula, Chiapas. *¿Por qué se eligió esta ciudad?* Tapachula fue nombrada la "Perla del Soconusco" por la potencialidad económica que alcanzó en el estado. Los elementos que se conjugaron para ello fueron la actividad agrícola: cultivos como el plátano, el algodón, la soya, el mango, el café, y otros más. Otro aspecto al que se ha atribuido este potencial es el Geográfico. Su cercanía con la Frontera de Centroamérica es paso obligado de turistas y comerciantes, también propicia un fenómeno denominado: turismo de negocios, ya que se internan en territorio mexicano para llevar a cabo transacciones económicas. Ha existido un sinnúmero de factores, tanto de origen natural como de carácter político, intereses de grupos, prácticas monopólicas, que han frenado el Desarrollo Económico de Tapachula. El distintivo de la "Perla del Soconusco" quedó de referente histórico. De igual forma, y como ya se mencionó, los desastres naturales, la alta contaminación, la idiosincrasia de los pobladores se convierten en grandes frenos para el Desarrollo. Si se observa detenidamente la economía, esta se mueve en función de empresas propiedad de personas foráneas, en donde destacan los chinos, alemanes

y norteamericanos y que en esta región las inversiones de su patrimonio crecen. Así mismo, se destaca la importancia que tiene el comercio con Centroamérica.

La ruta metodológica, con la que el Cuerpo Académico percibió la estructura del proyecto, fue la de representarlo de manera holística en tres grandes etapas:

- a) Al no tener definido un camino inicial del Proyecto fue necesario rescatar de la realidad los elementos que se pudiesen conformar como factores tanto de éxito como de fracaso de las microempresas. La investigación retomó estos referentes de los sujetos que contasen con dos atributos: el primero, que fuesen o hubiesen sido funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos (CANACO Servitur), a partir de este relieve se observaron problemáticas que se extendían a los demás miembros o agremiados; y el segundo referido a su desempeño como empresarios, puesto que están en contacto directo con los problemas que aquejan su quehacer. En esta etapa, denominada "Diagnóstico Inicial", se diseñó un guión de entrevista para realizar el levantamiento de información. Este instrumento fue consensuado con los funcionarios de la CANACO en activo como una forma de validación.

El objetivo de esta etapa fue la de escudriñar en la empírea, con base en la experiencia de los actores, los factores que a su juicio han sido determinantes como impulso o como obstáculo en el Desarrollo Económico. La cantidad de funcionarios entrevistados se estableció en una muestra no probabilística dirigida, siendo cuatro los funcionarios seleccionados por ser una muestra a conveniencia. El paradigma instrumentalista del método de investigación que se utilizó fue el cualitativo. El método para el levantamiento de información en esta etapa fue una entrevista con enfoque cualitativo. Respecto al Universo y Muestra se entrevistaron a 4 sujetos de estudio.

- b) La segunda etapa denominada "Estandarización" tomó como insumo los resultados obtenidos en la etapa anterior, depurando y re expresando tanto las variables como sus características, dando paso al diseño de un cuestionario que al aplicarlo permitió rescatar la

opinión de 40 de 69 microempresas respecto a las mencionadas variables y características. Cabe hacer mención que se contó con la colaboración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, a través del Cuerpo Académico “Sistemas Computacionales”, tanto en el diseño de los instrumentos como en el análisis de la información. En este caso, el objetivo que se persiguió era el de medir en la realidad qué tan consistente era la presencia de estos factores, contando con la posibilidad de retroalimentar los aspectos planteados originalmente. La tradición de investigación que se utilizó en esta etapa versó preponderantemente sobre lo cuantitativo. En esta fase se pretendió presentar, por un lado, la estadística descriptiva mostrando los principales estadígrafos que detallan a los sujetos, objeto del estudio y respecto a la estadística inferencial, se pretendió cruzar las variables en función a las diferentes interacciones que se obtuvieron de acuerdo a la información recabada. En este período se aplicó un cuestionario con enfoque cuantitativo. Los sujetos de estudio fueron 69.

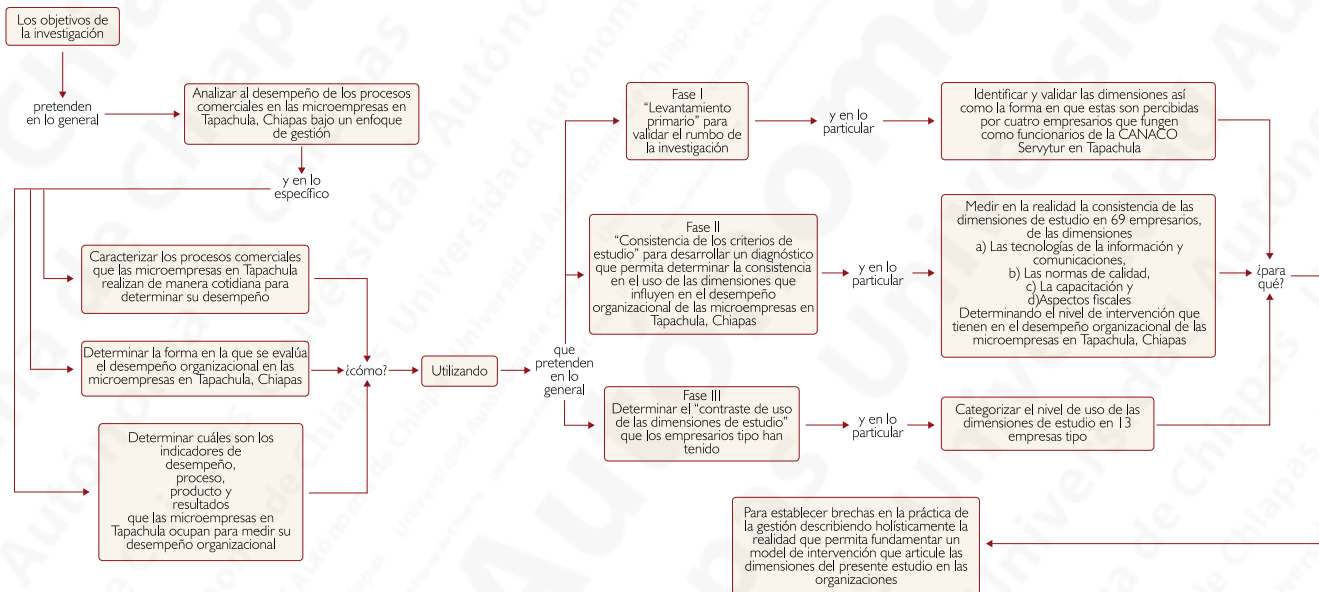
- c) La tercera etapa se denominó: “La realidad”; consistió en retomar los resultados obtenidos y volver a interactuar en la empírea contrastando la información con sujetos tipo que, como atributo, tuvieran más de 15 años de permanencia en el Mercado, para estar en condiciones de determinar la presencia de los factores resultantes y de esta manera cerrar el círculo metodológico y llegar a inferencias concluyentes. En esta última etapa se aplicó un guión de entrevista con enfoque cualitativo a 12 sujetos tipo.

En cada una de las etapas, una vez identificadas las variables se procedió a desarrollar la correspondiente operacionalización de variables lo que trajo como consecuencia el diseño de los instrumentos de medición, como ya se ha indicado. El marco teórico está nutrido de temas que permitió contextualizar desde tres ejes fundamentales: la Gestión, el Desempeño y las MiPyMe. Se conformó de igual forma el marco teórico metodológico.

A continuación señalaremos el recurso humano e institucional involucrado en este proyecto: el Cuerpo Académico “Gestión y Competitividad para el Desarrollo Organizacional” de la Facultad de Contaduría Pública, Campus IV; el Cuerpo Académico “Sistemas Computacionales”

de la Universidad Autónoma de Chihuahua; la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos (CANACO Servytur); el Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP); dos estudiantes de la Licenciatura en Contaduría que desarrollaron su tesis con las tres etapas, fuera del ámbito del proyecto, con una tesis del Programa Educativo del Doctorado en Gestión para el Desarrollo. Las tesis desarrolladas dentro del marco normativo, académico y de investigación de la Universidad Autónoma de Chiapas. Lo expuesto anteriormente se muestra en la Figura No. 1.

Figura No. 1 Mapa conceptual de la ruta metodológica



Fuente: Elaboración Propia.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

ANTECEDENTES I.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

ANTECEDENTES

Discutiendo los conceptos del Desempeño Organizacional, se tomó como referencia a las investigaciones realizadas en los estados de Durango, Hidalgo y Veracruz por sus correspondientes Universidades, en donde abordan el análisis de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (MiPyMe) y de cómo son las organizaciones dentro de su estado, respectivamente.

La micro, pequeña y mediana empresa (MiPyMe) ha sido en los años recientes el centro de atención de numerosos trabajos, debido fundamentalmente a su gran capacidad de generación de empleo, así como a el papel primordial que tienen como productoras de riqueza. Esto ha permitido un mayor conocimiento de sus características y de sus relaciones con el entorno económico. No obstante, las MiPyMe siguen necesitadas de fundamentos operativos que, de forma continua, pongan de manifiesto su problemática y sus estrategias, con el objetivo de facilitar la toma de decisiones en el ámbito de la política interna de la empresa para su gestión y de la política local o estatal, para determinar y fijar programas de actuación pertinentes y anticipados.

Además, es ampliamente conocido que estas empresas con frecuencia presentan dificultades para desarrollar un desempeño global (económico, organizacional y social) y sustentable.

La existencia de debilidades de carácter estructural que padecen las MiPyMe sigue afectando a su supervivencia y mermando su competitividad. Así, la globalización de los mercados, la aceleración del cambio tecnológico y el desarrollo de nuevos sistemas de información y comunicación, unidas al escaso hábito de gestión del conocimiento y del capital humano, la dificultad para la captación de capitales ajenos, la menor cualificación de empresarios y empleados, las dificultades de

localización e infraestructura, y la complejidad para incorporar las innovaciones tecnológicas son, entre otros, aspectos que dificultan y limitan el desarrollo de la PyMe (Martínez García, Sánchez Trejo, Somohano Rodríguez, García Pérez de Lema, & Marín Hernández, 2008).

En la actualidad ser competitivos es vital para la supervivencia de las MiPyMe al constituir una referencia de la capacidad de anticipación y respuesta a los retos del entorno. Para mejorar la competitividad, las MiPyMe tienen la necesidad de adecuar tanto sus estrategias como su estructura organizativa y su forma de gestión al entorno dinámico de la económica actual. Sin embargo, muchas empresas persisten en una actitud conservadora ya que se resisten al cambio por temor a tener un fracaso o el simple hecho no tener confianza donde se necesitan estrategias para introducirse en un mercado globalizado.

El planeamiento de acciones orientadas a la estrategia, estructura, recursos humanos, tecnología e innovación tecnológica, certificación de la calidad, tecnologías de la información y comunicación e internalización de los mercados, llevan implícito un incremento de la inversión, por lo que es necesario asociar estas acciones con la rentabilidad para afrontarlas. Ante este planteamiento, se debe cuestionar cuáles son las actitudes y las prácticas de gestión que deben adoptar las MiPyMe para incrementar su rendimiento.

Panorámica de los Tres Estados

Como una introducción al análisis sobre las MiPyMe en Veracruz, Durango e Hidalgo, se presentan brevemente datos generales sobre cada uno de los estados, así como información relativa a su situación económica y social.

Veracruz

Es hoy el tercer estado más poblado del país; en cuanto a su aspecto económico general, sobresale por su vocación agrícola, forestal y pesquera, pero también cuenta con una gran estructura productiva industrial que lo coloca como líder nacional en ramas como la petroquímica básica, que equivale al 93.2% del total nacional, y la generación de energía eléctrica. En el panorama de la economía nacional ocupa el sexto lugar.

Durango

El estado de Durango poseedor de importantes recursos, ocupa lugares significativos a nivel nacional en los siguientes sectores: 1) Agrícola: el segundo lugar en la producción de manzana, tercer lugar en avena forrajera seca y cuarto lugar en frijol, nuez y maíz forrajero; 2) Sector Pecuario: segundo productor de leche de cabra y tercero en leche de vaca; 3) Sector Forestal: primer productor de pino y encino; y 4) Sector Minero: segundo productor de oro y plata. Aunque el estado de Durango es importante en el sector minero, la extracción de minerales como oro y plata, entre otros minerales metálicos y no metálicos, no recibe localmente el valor agregado que correspondiera.

Hidalgo

El estado de Hidalgo cuenta con medios para impulsar su desarrollo económico y social, en particular, según datos de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO, 2004) Hidalgo:

- Genera 9.4% del total de la energía del país con 2,900 megavatios de capacidad instalada.
- Tiene acceso a cuatro gasoductos que permite al sector productivo hidalguense aprovechar este energético para su desarrollo industrial.
- Cuenta con importante recursos hidráulicos.
- Posee la estación de rastreo satelital más importante del país, ubicada en el municipio de Tulancingo.
- Cuenta con siete parques industriales en operación (Tepeji, Atitalaquia, Pachuca, Tizayuca, Huejutla, Ciudad Sahagún y Huichapan) y tres más en prospección (Actopan, Mineral de la Reforma y Tulancingo).

Metodología de la investigación de acuerdo a los estados de Hidalgo, Veracruz y Durango

Este apartado no es más que el simple proceso de la investigación, es decir, ya que se tienen fijados los objetivos, aquí se describirán cada una de las fases, pasos a seguir y técnicas utilizadas dentro de la investigación.

Durango, Hidalgo y Veracruz expusieron la estructura de la muestra, en donde realizaron el proceso de selección de las variables para obtener la información sobre los distintos aspectos de la dirección y gestión de la empresa, de su estructura organizativa, de sus factores competitivos y de su estrategia, explicando, por último, las técnicas estadísticas a utilizar en el proceso de análisis de la información disponible.

Una de las características importantes para los tres estados fue la selección de Variables y esto es fundamental, puesto que permite configurar el análisis empírico y afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la MiPyMe, y con este obtener las variables necesarias, como son la caracterización de la Empresa, Dirección y Gestión, la estructura de la organización, la gestión de recursos humanos, tecnología, calidad, innovación, etcétera.

Con respecto a la medición de las tecnologías, de manera importante para la eficiencia y crecimiento de una empresa, dado que reducir costos, diferenciarse y alcanzar un nivel de calidad que exige el mercado, son de los principales objetivos que se espera alcanzar a través de la tecnología y se distinguen varias posiciones: (Martínez García, Sánchez Trejo, Somohano Rodríguez, García Pérez de Lema, & Marín Hernández, 2008).

Fuerte, la empresa realiza un desarrollo interno de la tecnología que utiliza con el fin de obtener mejores resultados que la competencia.

Buena, la tecnología adquirida por la empresa o el uso que se hace de ella la posiciona por delante de la competencia.

Sostenible, la tecnología que utilizan es la misma que se utiliza en la mayoría de las empresas del sector y sólo realizan nuevas inversiones cuando comprueban que la competencia obtiene buenos resultados.

Débil, la empresa considera que sus principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna que la nuestra.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

MARCO TEÓRICO



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

MARCO TEÓRICO

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMe) son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB). En el caso de México, las MiPyMe, generan el 52 por ciento del PIB y contribuyen con el 72 por ciento de los empleos formales. En el año 2003 existían en México 3'005,157 empresas, de las cuales el 99.8 por ciento son MiPyMe. (Ángeles Hernández, 2007).

Es por ello que se creó la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa (SPyME) para diseñar, fomentar y promover programas y herramientas que tengan como propósito la creación, consolidación y desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas. Para garantizar que la política tenga los resultados esperados, es necesario reconocer que cada segmento empresarial tiene necesidades particulares y requieren de apoyos específicos y focalizados a su naturaleza para lograr su desarrollo y consolidación.

Por lo anterior, la estrategia de atención a las MiPyMe centra su propuesta en la creación de una política de desarrollo empresarial, basada en cinco segmentos empresariales: emprendedores, microempresas, pequeñas y medianas empresas, empresa gacela y empresas tractoras; los cuales reciben atención del Gobierno Federal, a través de cinco productos: Financiamiento, Comercialización, Capacitación y Consultoría, Gestión e Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Las MiPyMe cumplen un importante papel en la economía de todos los países. Los países de la OCDE suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas. Las principales razones de su existencia son:

Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.

Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de costo.

Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas.

Desempeño Organizacional

Las organizaciones no existen en un vacío. Cada organización se encuentra en un entorno particular al que se halla vinculada inextricablemente. Este entorno proporciona múltiples contextos que afectan a la organización y su desempeño, lo que ella produce y la manera en que funciona. A medida que refinamos y ampliamos el marco original de la evaluación organizacional, el concepto de entorno institucional es clave para comprender y explicar las fuerzas que ayudan a conformar el carácter y el Desempeño de las Organizaciones (Cossman, 2010).

Muchos Proyectos de Desarrollo implementados en Organizaciones fracasan parcial o totalmente debido a que la intervención no aborda en forma adecuada el entorno institucional en el cual funciona la Organización. Por ejemplo, algunos préstamos para el Desarrollo han canalizado recursos hacia nuevos equipos y luego hacia la capacitación del personal para el uso de los nuevos equipos. Sin embargo, cuando esto se realiza en el marco de una administración pública centralizada que carece de las políticas para mantener a las personas capacitadas en el trabajo, los nuevos equipos y la capacitación pueden volverse contraproducentes. Algunos proyectos de préstamos fracasan porque los Organismos ejecutores funcionan en entornos tumultuosos que limitan su capacidad de llevarlos a cabo.

Todo esfuerzo destinado a diagnosticar y mejorar el desempeño de una organización requiere una comprensión de las fuerzas externas a la organización que pueden facilitar o inhibir ese desempeño. Los entornos favorables apoyan a organizaciones e individuos eficaces y eficientes, y

la creación de dichos entornos se está volviendo un aspecto cada vez más importante de la asistencia para el desarrollo (Cossman, 2010).

Concepto de Desempeño Organizacional

En los años cincuenta, el desempeño era la *medida en que una organización, como sistema social, cumplía sus objetivos*. En los años sesenta y setenta, Yuchtman y Seashore definieron el Desempeño como *la capacidad de una organización de explotar su entorno para tener acceso a recursos escasos*. En los años ochenta y noventa, a medida que el pensamiento constructivista se volvió más estándar en la Teoría Organizacional, se reconoció que la identificación de las metas de la Organización es algo más complejo de lo que se pensaba. Una medición del Desempeño Organizacional necesita considerar las percepciones de los múltiples miembros o interesados directos de la Organización, incluidos aquellos que trabajan dentro de ella. En otras palabras, el concepto de Desempeño Organizacional es, al menos en parte, algo que se interpreta individualmente. La influencia o el poder de los diferentes interesados directos determinan cuál es el mensaje de Desempeño predominante.

En términos generales, la bibliografía sobre el Desarrollo Organizacional aborda el Desempeño en cuatro niveles, a saber:

- El empleado individual (Evaluación del Desempeño);
- El equipo o grupo pequeño (Desempeño de Equipo);
- El programa (Desempeño Programático);
- La Organización (Desempeño Organizacional).

Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMe)

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (conocidas también por el acrónimo MiPyMe) son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones. Son agentes con lógicas, culturas, intereses y

un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MiPyMe es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

No existe una definición específica de lo que es MiPyMe; sin embargo, todas las definiciones toman en cuenta al menos la variable: número de trabajadores o empleo, en combinación con una de dos variables adicionales: nivel de ventas y nivel de activos. No obstante, en la práctica limitaciones de información permiten calcular la dimensión del sector utilizando únicamente la variable de número de trabajadores.

Es importante aclarar que los indicadores cuantitativos: número de trabajadores y nivel promedio de ventas, son elementos que para su análisis deben ir acompañados de criterios cualitativos. Esto significa que estos parámetros deberán ser analizados considerando aspectos como el tipo de actividad de la empresa (servicio, manufactura, comercio), antigüedad, estacionalidad de las ventas, etcétera. En ningún momento es aconsejable prescindir de los elementos cuantitativos, ya que una definición basada solamente en aspectos cualitativos sería incompleta y desacertada (no se debe perder de vista que para proyectos de tipo financiero, los parámetros cuantitativos son imprescindibles).

Otro aspecto no menos importante y que podría tomarse en consideración es el tipo o calidad de las empresas. Esto implica que la capacidad, potencial y nivel de desarrollo, pueden formar parte de una definición de micro, pequeña y mediana empresa. No obstante, éstas son características de difícil medición, por lo que su introducción y comprensión en un concepto se dificulta.

En este sentido, se presentan algunos indicadores cuantitativos que pueden ayudar a determinar el nivel de desarrollo o potencial de una empresa:

- Planes de inversión y expansión de la empresa para el futuro.
- Porcentaje de variación (incremento /disminución) del nivel de ventas e ingresos en los últimos tres años.

- Variaciones en la capacidad productiva (incremento /disminución del número de trabajadores y de la inversión en activos fijos) en los últimos tres años.
- Comportamiento (creciente /decreciente) de la rentabilidad de la empresa en los últimos tres años.

Los indicadores antes mencionados, pueden ser adicionados a las definiciones presentadas, a fin de tener una idea del nivel de desarrollo de las empresas y sus tendencias en un corto y mediano plazo.

A manera de ejemplo puede citarse que Instituciones de Crédito hacen énfasis en criterios como inversión fija, ventas, ingresos; instituciones interesadas en el empleo, usan razones como número de trabajadores, trabajadores familiares, trabajadores remunerados, no remunerados, etcétera.

La integración de cada una de las MiPyMe mexicanas al Mercado Internacional será clave para garantizar el crecimiento sostenido de la Economía Mexicana, el cual favorecerá la creación de empleos y garantizará un crecimiento económico sostenido para el futuro.

Una mayor integración en los encadenamientos productivos reducirá el número de importaciones, obteniendo con ello una balanza comercial favorable y la imposibilidad de que surja una crisis económica motivada por problemas de balanza de pagos. Entonces, el reto para México en los próximos años será contar con más y más empresas exportadoras fortaleciendo las cadenas productivas (Cossman, 2010).

El 98% del total de la fuerza empresarial en México, está representado por un cuantioso número de micro, pequeñas y medianas empresas (2,835, 797) y en un porcentaje menor, el 2%, por empresas consideradas grandes, la mayor parte de ellas localizadas en el D.F, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Puebla y Veracruz. De acuerdo a la Ley de la Pequeña y Mediana Empresa, las empresas, dependiendo de su número de trabajadores y del sector al cual pertenecen, se clasifican en:

Tabla I. Clasificación por número de trabajadores

| PyMe | | | |
|----------------|-----------|----------|-----------|
| Sector/ Tamaño | Industria | Comercio | Servicios |
| Micro | 01-10 | 01-10 | 01-10 |
| Pequeña | 11-50 | 11-30 | 11-50 |
| Mediana | 51-250 | 31-100 | 51-100 |

Fuente: (Jurado Arellano, 2007).

En la actualidad son muchos los empresarios mexicanos que siendo propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas, buscan afanosamente el éxito, siendo pocos los que saben consolidarlas y prestigiarlas en el mercado nacional. Un dato sintomático del fracaso del pequeño empresario se refleja en el alto porcentaje de empresas (70%) que cierran sus puertas durante tres primeros años de operación. Por ello se dice que la Alianza entre empresas es una Estrategia Generadora de Empresarios de Éxito (Jurado Arellano, 2007).

El índice de fracaso es elevado sin duda, por motivo de la edición de trabajo, cuya orientación elude los errores a que incurren comúnmente algunos empresarios. De ahí que se sugieran a personas que arriesgan su patrimonio familiar y estabilidad económica, las medidas que les ayuden a sortear venturosamente los obstáculos que representa la administración de una empresa hasta llevarla hasta un buen puerto.

Para cumplir con ese cometido, la Secretaría de Economía, a través del fondo PYME, apoya con financiamiento asesorando con un grupo de profesionistas de distintas especialidades, lo que se dieron a la tarea de buscar alternativas para propietarios y dirigentes de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

En todo caso, se trata de conducir al lector- empresario por un camino que le lleve al éxito, es decir, por la aplicación de una serie de conocimientos que aseguren la permanencia de su empresa en el mercado, hasta lograr su consolidación en un plazo razonable de tiempo, y más allá de eso, lograr que la empresa se mantenga por muchos años como una organización de reconocido prestigio.

Aquí es entonces en el cual entra la Fuerza de la Unión Empresarial en donde se dice que actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas enfrentan grandes dificultades para lograr su permanencia en el mercado y menos aún lograr su crecimiento. Esto debido a los altos niveles de competencia y al aumento de la participación de las empresas grandes en el contexto de la globalización mundial de la economía (Jurado Arellano & Juárez, 2007).

La asociación empresarial es un modelo al que regularmente recurren las empresas, tanto para fortalecerse como para mantenerse en los distintos mercados. Esto ha permitido y sigue permitiendo a los empresarios allegarse beneficios de distinta índole, siempre acordes a sus necesidades.

Existen diferentes modelos de asociación que los empresarios pueden elegir de acuerdo a las necesidades específicas de sus negocios, modelos de asociación que permiten a los empresarios conservar intacta la identidad y la operación de sus propias empresas.

Es menester precisar que la vida empresarial se caracteriza por la inestabilidad y el dinamismo, el cambio constante es la ley imperante en la realidad empresarial. En efecto, continuamente aparecen nuevos productos y procesos de producción, nuevos mercados y más y mejores formas de acceder a ellos.

La unión o alianza con otras empresas es la fórmula que muchas pequeñas empresas han utilizado para resolver de manera exitosa el problema de la supervivencia en el mercado. Así han podido alcanzar resultados que por sí solas no hubiesen podido lograr.

Otros Modelos de Asociarse son:

Subcontratación.

Maquila.

Outsourcing.

Franquicia.

Aventura Conjunta o *Joint Venture*.

Unión de Crédito.

Sociedad Cooperativa.

Club de Compras y Ventas.

Empresa Integradora.

Articuladora.

Cluster.

La Gestión

Del latín *gestiō*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

Por ello, se considera que gestionar es la consecuencia de administrar; el objetivo principal es conseguir aumentar los resultados de una entidad. A través de la estrategia, la cultura, la estructura y la ejecución, se pueden lograr las metas que se tienen marcadas.

Rensis Likert toma el concepto de gestión como la forma de manejar integralmente un conjunto de elementos para alcanzar resultados óptimos, en el ambiente empresarial. Likert hace una aportación con sus obras; “un nuevo método de gestión y dirección” “La organización humana: su dirección y valor” y “Nuevos métodos de gestionar el conflicto”.

Según Likert hay un estilo de liderazgo más efectivo por lo que agrupa a los jefes en dos categorías; aquellos que dirigen su atención en los objetivos de las empresas y aquellos que ponen especial importancia en los aspectos humanos de los problemas de sus colaboradores y que se centran en crear grupos de trabajo que tienen como objetivo elevadas metas.

La gestión o gerencia es un proceso intelectual, creativo y permanente que le permite a un individuo, preparado con habilidades y competencias laborales y gerenciales, conducir un organismo social productivo a las circunstancias del entorno altamente cambiante en el que operan los organismos sociales productivos (empresas), guiándolo y adaptándolo por medio de una serie de políticas y estrategias a largo plazo. Así, el gerente-gestor debe comprender el entorno y la

misión o función de la empresa en la satisfacción de necesidades y en la cadena productiva, y a su vez, tener la capacidad administrativa de definir objetivos claros, organizacionales, así como las estructuras, sistemas de información, procedimientos de operación y controles para evaluar el desempeño, y motivar a los agentes internos y externos para que se logren los resultados deseados (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez, 2011).

Así, la gestión podría definirse como: “El proceso intelectual creativo que permite a un individuo diseñar y ejecutar las directrices y procesos estratégicos y tácticos de una unidad productiva – empresa, negocio o corporación – mediante la comprensión, conceptualización y conocimiento de la esencia de su quehacer, y al mismo tiempo coordinar los recursos o capitales económicos, humanos, tecnológicos y de relaciones sociales, políticas y comerciales para alcanzar sus propósitos u objetivos”.

En vista que la gestión es un proceso intelectual, implica una actividad de reflexión, pensamiento crítico y análisis de la acción ante las circunstancias cambiantes del entorno en que se desenvuelven los organismos sociales productivos, puesto que su quehacer se relaciona de manera estrecha con la economía, y el marco legal, cultura y social de las necesidades de bienes y servicios producidos en un sistema de libre competencia.

La gestión debe ser creativa, es decir, original, para obtener, en virtud de la calidad de los productos o servicios, la preferencia de los consumidores; la innovación y la negociación se manifiestan en las relaciones con clientes, proveedores y otros actores relacionados con la empresa. La creatividad aplicada a los productos y procesos es fundamental en mercados muy competitivos a fin de satisfacer en forma diferente a clientes y mercados cada vez más exigentes.

El autor más reconocido sobre creatividad es Joseph A. Schumpeter (Jacques Filion, Cisneros Martínez, & Mejía-Morales, 2011), quien sostiene que la innovación es necesaria para que la economía se dinamice. Para él, hay estancamiento de una economía cuando no hay innovación, y evolución cuando ésta es el motor del crecimiento económico.

La gestión establece directrices estratégicas en tanto fija los elementos constantes que permiten adaptar la empresa a las circunstancias cambiantes sin perder su rumbo, destino final y esencia.

La gestión debe ser táctica, es decir, debe generar la comprensión y conciencia de todos los elementos humanos de la organización; esto incluye definir la forma y el momento de la acción. Por tanto, el conocimiento del entorno y del desarrollo de la estrategia requiere un proceso de transición que va de la conceptualización de la alta dirección a la sensibilización y alineamiento de todos los recursos, esfuerzos y procesos del negocio.

La gestión se encarga de la coordinación y aprovechamiento de los recursos (capitales) económico, humano tecnológico, social, entre otros, de la empresa. Esto implica el alineamiento de cada recurso en la misma dirección y con propósitos comunes, sin conflictos por visiones divergentes. De ahí que la gestión implique la generación de una visión compartida y motivadora de la acción. Así como los rumiantes mastican varias veces los alimentos con el fin de obtener el máximo provecho de ellos, es conveniente digerir cada elemento de la gestión, sobre todo porque tanto ésta como la gerencia son actividades intelectuales, no mecánicas.

La gestión y la administración guardan una relación estrecha. La gestión, por un lado, implica conocer el entorno, conceptualizarlo y generar las directrices estratégicas; a su vez, se requiere que la administración contribuya a la organización interna. Esta conjunción de gestión y administración permite que los organismos sociales productivos aprovechen sus recursos con eficiencia y logren sus objetivos con eficacia.

El conocimiento o *Know How* de una empresa es su tecnología aplicada a las políticas, sistemas, procedimientos y estructuras que la soportan, de manera que refleje su “saber hacer” o tecnología, así como su capacidad competitiva original. El conocimiento no es información almacenada, sino la habilidad de comprenderla y utilizarla en la consecución de los objetivos de una empresa.

Peter Druker, el más profundo tratadista del tema de gerencia y gestión de empresas, expresó que “el conocimiento es el negocio de negocios, y por tanto, la gestión de una empresa en realidad debe denominarse gestión del conocimiento”. Para él, la gestión del conocimiento tiene por objetivo expresar, en un sistema administrativo, informático y de negocios, todo lo que es valioso para la empresa, sus productos, clientes y proveedores, que le permiten desarrollarse

y fundamentar sus principales decisiones, planes y estrategias (Hernández y Rodríguez & Pulido Martínez, 2011, pág. 2).

De las dimensiones de estudio

Al desempeño lo interpretaremos como el comportamiento o actitud que tiene una persona en el desarrollo de sus actividades laborales (Conducta laboral). Entonces podremos decir que el Desempeño Organizacional es evaluar el comportamiento de una organización (grupo de personas) que llevan un control de sus actividades para tener un nivel alto dentro de un mercado globalizado. Para poder evaluar este desempeño se tomaron en cuenta 4 dimensiones.

¿Por qué se seleccionaron estas dimensiones?

Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) (Gestión Tecnológica)

En la actualidad —conocida como la era del Conocimiento o la tan llamada Sociedad del Conocimiento—, el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) vienen a conformar un instrumento sustancial en el desarrollo de las actividades cotidianas; entendiendo que tales tecnologías son un medio para lograr el desempeño organizacional y no un fin, como en diversos escenarios se podrá haber entendido.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son hardware y software que se encargan del estudio, desarrollo, implementación, almacenamiento y distribución de la información, como medio de sistema informático.

Se observa una importante falta de desarrollo en el uso de los sistemas de información en las MiPyMe, sin embargo, esto crea grandes oportunidades de desarrollo, considerando elementos muy importantes para activarlos ya que se cuenta en la actualidad con recursos que hacen falta dar a conocer y poner al alcance de la MiPyMe; y preparar a los empresarios y empleados, que con mayor capacitación pueden dar un gran impulso al desarrollo de estas empresas (Ángeles Hernández, 2007, pág. 115).

Se debe reconocer que la tecnología de la información se ha venido difundiendo a lo largo de los últimos 25 años en todas las industrias, por lo que no es novedad que se aplique en las empresas relacionadas en cualquier sector primario, sobre todo si se considera la enorme reducción de costos que ha tenido en este periodo las computadoras, las telecomunicaciones y el desarrollo de software.

Gran parte de las MiPyMe son empresas que operan al nivel de eficiencia de sus competidoras en el mercado global. Muchas también se han globalizado, es decir, no participan solo exportando en el mercado internacional, si no que tienen operaciones, funciones y procesos productivos articulados en diversas partes del mundo. Obviamente estas empresas han incorporado la tecnología de la información y la comunicación a su gestión, pero además en algunos casos han impulsado a sus proveedores y al resto de las empresas participantes en la cadena de valor, también adaptarla.

Para lograr la eficiencia con la introducción de las TIC, que se han venido a incorporar, a través de las computadoras, como parte de un sistema de cambios organizacionales que se refuerzan mutuamente, lo que significa combinar la nueva tecnología con nuevas prácticas de trabajo, una nueva estrategia, productos y servicio, para hacer mejorar las empresas y así tener un buen nivel de estrategias dentro del mercado globalizado.

La instrumentación tecnológica es una prioridad en la comunicación de hoy en día, ya que las tecnologías de la comunicación son la diferencia entre una civilización desarrollada y otra en vías de. Éstas poseen la característica de ayudar a comunicar porque se desaparecen las distancias geográficas y el tiempo.

La tecnología es dual por naturaleza, ya que el impacto de éstas se verá afectado dependiendo del uso que les dé el usuario. Así como se puede ayudar a una comunidad rural a aprender por medio de la televisión —buen uso—; también se puede explotar una bomba por medio de un teléfono celular, —mal uso—. El uso de las tecnologías también es dual ya que pueden servir como medio de información y de entretenimiento.

Normas de Calidad (Gestión de la Calidad)

Son reglas establecidas dentro de una empresa, para poder tener, crear o dar un servicio con calidad. Se toma esta dimensión para saber si las empresas de la ciudad de Tapachula cuentan en sus organizaciones con sistemas de Control de Calidad.

Una norma de calidad es un documento, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que proporciona para un uso común y repetido, una serie de reglas, directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad. Las principales organizaciones internacionales, emisoras de normas de calidad son: ISO (Organización Internacional de Estándares) (Cossman, 2010).

Para normas de calidad:

Satisfacción del cliente es un término bastante tópico, para comprender lo que ha de aceptarse en la percepción del cliente sobre tres aspectos diferenciados, pero complementarios que conforman de manera holística un todo: “Q” = calidad del producto o de servicio (de sus características o funcionalidad). Cuando se puede percibir, es una dimensión fácilmente objetivable.

“S” = calidad de servicio se trata principalmente de las formas de cómo se entrega el producto o se presta un servicio. Son terriblemente cambiantes con cada tipo de cliente e incluso para un mismo consumidor con determinadas variables situacionales. Es por ello una dimensión subjetiva en gran parte.

“P” = precio. Aspecto bastante objetivable. Internamente se identifica como costo.

Para proceso: ISO 9000 define su causa como “conjunto de actividades mutuamente relacionada o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”.

Las características objetivas de cualquier producto, que tienen que estar expresadas mediante un número puesto que de otra forma pudieran ser interpretadas de manera subjetiva, giran siempre en torno a tres dimensiones: La calidad intrínseca, el servicio y el precio (Pérez Fernández de Velasco, 2010, págs. 23-24).

Para tener calidad en los productos, es decir, tener un producto de calidad se deben cumplir con ciertos estándares, requisitos que las personas desean o quieren que tenga dicho producto.

Cuando se incursiona en el mundo de las Normas de Calidad, este nos enseña a seguir ciertas reglas para tener un buen control de calidad tanto del producto como de la empresa, pues este ayuda con evaluaciones o instrumentos para que nos den a conocer que es lo que necesita el cliente, conocer la manera de pensar del cliente y así poder satisfacer sus necesidades.

Capacitación (Gestión del Conocimiento)

Capacitación es un elemento importante dentro de una organización, que debe de existir y que no se tome sólo como una obligación. Capacitar a los empleados facilitará su forma de trabajar, los hará más eficientes en cuanto su relación laboral. Más que nada la capacitación se refiere a los conocimientos y habilidades que debe adquirir el empleado para su mejoramiento personal y así poder desempeñarse de manera correcta como persona y como trabajador y tener un nivel óptimo.

La Capacitación o Desarrollo Personal, puede tomarse como la actividad que debe de realizar una organización, para cubrir las necesidades de la misma, que busca mejorar la actitud, conocimientos, habilidades, conducta o comportamiento de su personal (Cossman, 2010).

De tal manera, se busca perfeccionar al personal en su puesto de Trabajo, en función a las necesidades de la empresa, con un proceso estructurado y metas bien definidas.

No tener la persona adecuada en cada puesto. El principio de Peter sostiene que, en una jerarquía, todo empleado tiende a ascender hasta llegar a su nivel de incompetencia y como consecuencia:

- a) A medida que aumenta la antigüedad de la empresa, cada puesto tiende a ser ocupado por un empleado que es incompetente para desempeñarlo exitosamente.
- b) Los colaboradores que aún no han alcanzado su nivel de incompetencia son quienes más contribuyen al funcionamiento exitoso de la organización. (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010)

La necesidad de capacitar surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea y lo que realmente sabe. Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto. Pero esta necesidad no debería de surgir sino, que debe de existir, ya que algunas de la empresas podríamos decir son muy exigentes y al reclutar a los empleados, pidiendo de 1 a 2 años de experiencia laboral, y no le dan la oportunidad a gente nueva de poder ser parte de su empresa, de trabajar con ellos y así poder ir conociéndolos a cada uno de ellos.

Una de las principales responsabilidades de la empresa es adelantarse a los cambios, previendo demandas futuras de capacitación, y hacerlo según las aptitudes y el potencial de cada una de las personas laborales.

Por medio de la capacitación se busca mejorar conocimientos, habilidades, actitudes y conductas de las personas en sus puestos de trabajo.

HABILIDAD es la facilidad para realizar una tarea con cierta eficiencia, empleando el mínimo de recursos y de tiempo.

ACTITUDES son los marcos de referencia, generalmente emocionales, a través de los cuales juzgamos la realidad, y condicionamos nuestra conducta, predisposiciones para actuar, criterios de juicio.

CONDUCTA es la forma de actuar y de relacionarse con los demás; aquí no se evalúan las causas de las conductas. Se busca modificar conductas ante situaciones concretas.

¿Dónde aplicar la Capacitación?

a) Inducción

Es la información que se brinda a los empleados recién ingresados. Generalmente lo hacen los supervisores del ingresante. El departamento de Recursos Humanos establece por escrito las pautas, de modo de que la acción sea uniforme y planificada.

b) Entrenamiento

Se aplica al personal operativo. En general se da en el mismo puesto de trabajo. La capacitación se hace necesaria cuando hay novedades que afectan tareas o funciones, o cuando se hace necesario elevar el nivel general de conocimientos del personal operativo. Las instrucciones para cada puesto de trabajo deberían ser puestas por escrito.

c) Formación básica

Se desarrolla en organizaciones de cierta envergadura; procura personal especialmente preparado, con un conocimiento general de toda la organización. Se toma comúnmente a profesionales jóvenes, que reciben instrucción completa sobre la empresa, y luego reciben destino. Son los “oficiales” del futuro.

d) Desarrollo de jefes

Suele ser lo más difícil, porque se trata de desarrollar más bien actitudes que conocimientos y habilidades concretas. En todas las demás acciones de capacitación, es necesario el compromiso de la gerencia. Aquí, es primordial el compromiso de la gerencia general, y de los máximos niveles de la organización. El estilo gerencial de una empresa se logra no sólo trabajando en común, sino sobre todo con reflexión usual sobre los problemas de la gerencia. Deberían difundirse temas como la administración del tiempo, conducción de reuniones, análisis y toma de decisiones, y otros.

La capacitación se debe de tomar como una inversión, pues la organización debería conocer el potencial de cada uno de sus trabajadores, ya que ésta interviene recursos con cada colaborador al seleccionarlo, incorporarlo y capacitarlo (Jacques Filion, Cisneros Martínez, & Mejía-Morales, 2011).

Aspectos Fiscales (Gestión Administrativa)

La relación tributaria se justifica en la necesidad del Estado de obtener fondos para financiar sus actividades, las cuales siempre deben buscar el bien común. Por lo tanto, al pagar los impuestos, las personas y empresas están contribuyendo al desarrollo de la sociedad y, por lo tanto, a su propio desarrollo. Implica diversos derechos y responsabilidades a sus partes. En su aspecto más general, debe atender a dos cuestiones: el Estado sólo puede exigir el pago de tributos cuando está autorizado por las leyes; y el ciudadano sólo está obligado a pagar aquellos impuestos fijados por la ley (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010).

Dentro del Aspecto Fiscal se puede decir que el Derecho Fiscal o Derecho Tributario es la rama del derecho público que se encarga de regular las normas jurídicas que permiten al Estado ejercer su poder tributario. Las actividades estatales se financian mediante los aportes obligatorios (impuestos) de los ciudadanos, que permiten solventar el gasto público. Esta disciplina del derecho se dedica a estudiar las normativas vinculadas a este proceso.

La importancia de conocer las contribuciones fiscales por parte de todas las personas físicas y morales es primordial, ya que de estas contribuciones dependen en gran medida los avances y desarrollo del país.

Es prioritario que todas las personas físicas y morales conozcan más a fondo todas las obligaciones fiscales, ya que en gran medida en la que estén informados acerca de ellas podrán cumplir con oportunidad, equidad y responsabilidad.

Es por eso que al hablar de impuestos, personas físicas, personas morales, gasto público y derechos universales del hombre, estamos manejando conceptos que corresponden al ambiente fiscal de las empresas y que nos ayudan a entenderlo y adentrarse debidamente en este campo.

Las personas físicas y las morales, están obligadas al pago del impuesto sobre la renta (I.S.R) ya que estos son sujetos de dicho impuesto. Tanto las residentes en México, respecto de todos sus ingresos cualquiera que sea la ubicación de la fuente de riqueza de donde procedan.

Definición de impuestos

Impuestos son las contribuciones establecidas en Ley que deben pagar las personas físicas y morales que se encuentren en la situación jurídica o de hecho prevista por la misma. El cálculo incorrecto del capital de trabajo necesario para operar o de la duración del ciclo de venta, que se encuentran dentro de las causas de fracaso vinculadas a las funciones administrativas y comercial, respectivamente, también contribuyen de manera conjunta con la falta de una planeación fiscal a amplificar el problema de la falta de desarrollo (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010, pág. 33).

Avalúos

Es una estimación de valor, donde valor significa la valía monetaria o utilidad de un objeto para alguien y determinado propósito. Valor de mercado puede definirse simplemente como el precio de venta más probable de una propiedad.

Los avalúos ofrecen asesoría al público sobre las preguntas diarias de valor, también proveen estimaciones de valor imparciales y desinteresadas.

Tipos de avalúos

Bancarios: Son aquellos que se utilizan principalmente para personas a las que se les ha otorgado un crédito hipotecario de las diferentes instituciones.

Comerciales: Este avalúo es realizado por un perito especializado para determinar el valor real de una propiedad en un momento determinado, de acuerdo con sus características físicas y topográficas, además de las variables de entorno que afectan positiva o negativamente el precio de transacción del predio.

Fiscales: Son aquellos que se realizan principalmente en transacciones legales donde se indica el valor que le ha asignado el fisco a un bien y que por lo general es diferente al valor comercial.

Catastrales: Este avalúo consiste en la determinación del valor de los predios, obtenido mediante investigación y análisis estadístico del mercado inmobiliario. (Valuainm, 2008).

Estudios realizados sobre el objeto de estudio (Hidalgo, Veracruz y Durango)

Como se ha mencionado anteriormente alguno de los estudios efectuados fueron realizados en los estados de Hidalgo, Veracruz y Durango. En donde cada uno de los estados ve de diferente manera la situación de las PyMe en México.

Hidalgo

En el caso del estado de Hidalgo se tomó la clasificación de las empresas de acuerdo con SECOFI conforme al número de trabajadores como indicador para establecer su tamaño.

Tabla 2. Tamaño de la empresa por sector

| Estrato | Número de trabajadores | | |
|---------|------------------------|-----------------|-----------------|
| | Industria | Comercio | Servicios |
| Micro | 0-10 | 0-10 | 0-10 |
| Pequeña | 11-50 | 11-30 | 11-50 |
| Mediana | 51-250 | 31-100 | 51-100 |
| Grande | 251 en adelante | 101 en adelante | 101 en adelante |

Fuente: Diario Oficial de la Federación, 30 diciembre 2002.

Esta clasificación de las empresas en México se fundamenta en dos indicadores: actividad y tamaño, a diferencia de otros países que solamente clasifican a sus empresas por el tamaño, por el volumen de ventas o por el total de sus activos.

Es importante señalar que las MiPyMe agrupan el mayor porcentaje de empresas de nuestro país, con una importante generación de empleos y una aportación cada vez más crecientes al PIB. A finales de los años noventa, el porcentaje de empleo que las MiPyMe generaban era del 62% y su contribución al PIB se colocaba entre 42 ó 44 por ciento. En el 2005 las MiPyMe contribuye-

ron con el 73% de la generación total del empleo y superaron el 50% en la participación al PIB nacional (Rodríguez Valencia, 2005).

De acuerdo con el censo económico realizado por el INEGI, en el 2003 el número de unidades económicas en el país fue de 3 millones. De este total, el 99.8% son MiPyMe, las cuales emplean al 72.9% de la población económicamente activa.

La microempresa representa el 95.5% de las unidades económicas, la pequeña empresa el 3.5% la mediana el 0.8% y la grande empresa sólo agrupa el 0.2 %.

La microempresa emplea el 42.1% de la población económicamente activa, la pequeña empresa el 14.7%, en tanto que la mediana empresa emplea el 16.1%. Por su parte, la grande empresa emplea el 27.1%.

En los tres sectores de actividad sobresale el alto porcentaje del estrato de microempresas, como es el caso del sector comercio donde representan el 97%. Todas estas razones (número de unidades, creación de empleados, distribución por áreas y su potencial de desarrollo económico y social) justifican la necesidad de realizar estudios de investigación sobre la MiPyMe basados en un diagnóstico que muestre su realidad actual.

La problemática de las MiPyMe en México se origina principalmente por deficiencias en los aspectos financieros, operativos, administrativos y legales, en parte por una falta de apoyo de las instituciones responsables del desarrollo económico y social de las entidades.

La MiPyMe en el estado de Hidalgo

El estado de Hidalgo cuenta con 62,612 unidades económicas, de acuerdo con el último censo económico del INEGI efectuado en el año 2003. Esta población representa el 2.1% del total de unidades a nivel nacional. El 2.4 en Hidalgo existe un claro predominio de microempresas que va de acuerdo con la tendencia que existe en el resto del país.

De total de empresas registradas, el 99.83% son MiPyMe, observándose una participación limitada de las grandes empresas del estado. En lo que respecta a la Producción Bruta Total en Hidalgo, las MiPyMe suman un total del 26.2% de la producción, mientras que las grandes empresas contribuyen con casi tres cuartas partes como se observa en la tabla 3.

Tabla 3. Producción Bruta Total en Hidalgo

| Tipo de empresa | Porcentaje |
|-----------------|------------|
| Micro | 8.60% |
| Pequeña | 6.90% |
| Mediana | 10.70% |
| Grande | 73.80% |

Fuente: INEGI (2007), Censos Económicos 2004.

Esta tabla permite observar que la estratificación de empresas no es proporcional con la producción bruta total estatal, al observar que la mayor contribución a la economía del estado corresponde a la empresa grande.

Por otro lado, y de acuerdo con los últimos censos económicos de INEGI, el PIB estatal está concentrado en las industrias manufactureras (67.7%); electricidad, agua y gas (13.5%) y comercio al por menor (5%), lo que refleja un bajo valor agregado de las demás actividades económicas.

Con respecto a las actividades que realizan las unidades económicas en la entidad encontramos que predominan cuatro, principalmente las tiendas de abarrotes que representan el 16.02%, los restaurantes con el 4.1%, las tiendas de ropa 3.7% y las tortillerías 3%. Esta distribución refleja que la tercera parte de las actividades pertenece a los sectores de comercio y servicios.

Es importante mencionar que las unidades económicas en el estado de Hidalgo se encuentran principalmente concentradas en doce municipios: Actopan, Apan, Cuautepec de Hinojosa, Huejutla de Reyes, Ixmiquilpan, Mineral de la Reforma, Pachuca de Soto, Tepeapulco, Tepeji del Río de Ocampo, Tizayuca, Tula de Allende y Tulancingo de Bravo. Dichos municipios agrupan aproximadamente el 605 del total de unidades económicas a nivel estatal, mientras que el 40% restante se reparte en 72 municipios.

En lo referente al personal ocupado, las unidades económicas en Hidalgo emplean a un total de 243,974 personas, las cuales representan el 1.5% del personal ocupado en México, donde el 58.7% (143,136) son hombres y el 41.3% (100,388) son mujeres.

Veracruz

Con respecto al estado de **Veracruz** se describe la situación de las PyMe como sigue. En la actualidad se puede apreciar un “nuevo resurgir” de la economía mexicana, un cambio hacia una mayor, si cabe, profesionalización e internacionalización, lo que ha permitido, entre muchos otros aspectos, una mejora del trato hacia la PyMe. Asimismo, las acciones llevadas a cabo en el ámbito internacional, como la entrada en vigor del TLC (Acuerdo de Libre Comercio en América del Norte), la entrada en la OCDE (Organización de Comercio y Desarrollo Económicos) y los numerosos acuerdos de libre cambio suscritos con estados americanos y el acuerdo comercial y de cooperación con la Unión Europea (UE) han favorecido, sin duda, el entorno competitivo de la PyMe dando lugar a una nueva etapa de desarrollo económico.

En lo referente a la PyMe, toda esta actividad ha sido canalizada y coordinada desde el propio Gobierno Federal, y concretamente desde la Secretaría de Economía, a través del Sistema de Información Empresarial Mexicano (www.siem.gob.mx), la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa y lo que se denomina “contactopyme” (www.contactopyme.gob.mx), ofreciendo un apoyo constante a la PyMe.

También es relevante resaltar el esfuerzo realizado para llevar a cabo mejoras estructurales del entorno competitivo de la PyMe para facilitar su desarrollo. En este sentido, es preciso hacer referencia, en primer lugar, a la entrada en vigor de una ley muy importante para el impulso de las PyMe en México, como es la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, cuyo objeto principal es 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; y en segundo lugar, a la Ley que entró en vigor a principios de 1997 referente a “las Cámaras Empresariales”, cuyo objeto es normalizar la constitución y funcionamiento de las cámaras de comercio, de industria y de las confederaciones que las agrupen, así como del Sistema de Información Empresarial Mexicano.

Tabla 4. Estructura por sector y ubicación geográfica de las empresas en México

| ESTADO | EMPRESAS | | | |
|---------------------|-----------|----------|-----------|---------|
| | INDUSTRIA | COMERCIO | SERVICIOS | TOTAL |
| AGUASCALIENTES | 949 | 3,772 | 1,180 | 5,901 |
| BAJA CALIFORNIA | 1,527 | 6,649 | 2,524 | 10,700 |
| BAJA CALIFORNIA SUR | 159 | 4,877 | 1,349 | 6,385 |
| CAMPECHE | 446 | 1,923 | 452 | 2,821 |
| COAHUILA | 895 | 4,332 | 1,860 | 7,087 |
| COLIMA | 389 | 1,021 | 367 | 1,777 |
| CHIAPAS | 605 | 1,590 | 487 | 2,682 |
| CHIHUAHUA | 2,195 | 18,145 | 4,331 | 24,671 |
| DISTRITO FEDERAL | 9,272 | 62,897 | 35,523 | 107,692 |
| DURANGO | 748 | 1,100 | 461 | 2,309 |
| GUANAJUATO | 4,842 | 12,964 | 3,503 | 21,309 |
| GUERRERO | 1,187 | 1,356 | 459 | 3,002 |
| HIDALGO | 791 | 19,909 | 3,518 | 24,218 |
| JALISCO | 7,308 | 56,023 | 14,330 | 77,661 |
| ESTADO DE MEXICO | 4,062 | 56,259 | 12,049 | 72,370 |
| MICHOACAN | 1,913 | 6,211 | 2,024 | 10,148 |
| MORELOS | 472 | 3,151 | 767 | 4,390 |
| NAYARIT | 210 | 7,633 | 1,753 | 9,596 |
| NUEVO LEON | 2,198 | 15,868 | 6,424 | 24,490 |
| OAXACA | 590 | 2,706 | 868 | 4,164 |
| PUEBLA | 2,542 | 7,111 | 2,700 | 12,353 |
| QUERETARO | 689 | 3,559 | 1,108 | 5,356 |
| QUINTANA ROO | 1,579 | 16,648 | 7,738 | 25,965 |
| SAN LUIS POTOSI | 588 | 8,912 | 522 | 10,022 |
| SINALOA | 1,256 | 10,314 | 1,990 | 13,560 |
| SONORA | 387 | 8,147 | 2,120 | 10,654 |
| TABASCO | 481 | 1,302 | 353 | 2,136 |
| TAMAULIPAS | 1,778 | 11,568 | 3,545 | 16,891 |
| TLAXCALA | 390 | 5,581 | 454 | 6,425 |
| VERACRUZ | 4,006 | 16,942 | 5,568 | 26,516 |
| YUCATAN | 2,059 | 14,788 | 2,772 | 19,619 |
| ZACATECAS | 432 | 5,466 | 337 | 6,235 |

Fuente: Página web Secretaría de Economía - Información a Mayo 2003.

Entonces la problemática de las PyMe se ve de la siguiente manera. En los últimos años las PyMe han tomado un auge muy fuerte en los diferentes ámbitos del desarrollo económico. Las PyMe revisten una gran importancia en el desarrollo de los países y pueden ser la diferencia entre un país financieramente sano y otro que no lo sea tanto.

Las PyMe extractivas, industriales, comerciales y de servicios, son consideradas como la parte medular de las economías de los países Europeos, Asiáticos y Americanos. Actualmente, tienen un fuerte impacto en los mercados internacionales y participan activamente y establecen el derrotero en la economía mundial. Han sustentado su desarrollo económico en las micro y pequeñas empresas.

El establecimiento y la operatividad de las cadenas productivas en estas entidades a nivel macroeconómico ha permitido satisfacer la demanda interna y penetrar en mercados extranjeros con óptimos resultados, contribuyendo sustancialmente en el incremento de su producto interno, repercutiendo esto en una mejora del ingreso *per cápita* de sus habitantes, en el mantenimiento y creación de nuevas fuentes de trabajo para los jóvenes que se integran al mercado laboral.

Dando esto mejores expectativas de vida, coadyuvando con ello en la solución de diversos problemas sociales.

El Instituto Nacional de Geografía y Estadística INEGI, Organismo del Gobierno Federal de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en el Censo Económico de 2000, reporta que la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, representan el 99.7 % del total de las empresas en México (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2000). Estas empresas se han visto afectadas negativamente por muchos factores, provocando que muchas PyMe hayan desaparecido u operen en la clandestinidad, fuera del marco regulatorio del Estado y de los organismos empresariales. Entre otros factores se pueden señalar: Inflación, Devaluación, Políticas financieras y fiscales, Globalización, Avance-Tecnológico, Descubrimientos científicos, Corrupción, inseguridad, normatividad.

Características de las empresas en Veracruz

Se realizó en el estado de Veracruz el análisis de las principales características de las empresas. Para ello, se examinan aspectos de las mismas como antigüedad, si se trata de empresas familiares o no, cuáles son las formas jurídicas dominantes, edad y estudios de gerente, tamaño, destino de las ventas; así como origen de las compras que realizan las empresas. También se comprueba cuál es el comportamiento de dichas variables según las regiones del estado de Veracruz, los principales sectores, el tamaño de la empresa y la antigüedad.

Antigüedad; empresa familiar; integración en una sociedad mercantil

Por lo que respecta a la antigüedad de las empresas de la muestra se observa, que hay un elevado dinamismo en las empresas del estado de Veracruz, dado que el 60,7% de las mismas se han constituido en la última década, hecho que cabe calificar de positivo en la medida que evidencia el carácter emprendedor del tejido social de este estado. Como contrapartida, el 39,3% de las empresas están compitiendo en el mercado durante un periodo que supera los diez años. De hecho la antigüedad media de las empresas es de sólo 13,5 años y el 88% de las empresas están en el mercado menos de 25 años.

Antigüedad de la empresa (años transcurridos desde su fundación) (%)

| | |
|--|------|
| Empresas jóvenes (10 o menos años funcionando) | 60.7 |
| Empresas Maduras (más de 10 años funcionando) | 39.3 |
| Total | 100 |

Empresa familiar (un grupo familiar tiene más del 50% del capital) (%)

| | |
|----------------------------|------|
| No es una empresa familiar | 21,6 |
| Sí es una empresa familiar | 78,4 |
| Total | 100 |

El porcentaje de empresas familiares es mayor en las regiones de Veracruz (81,1%) y de Xalapa (80,1%). La región donde las empresas familiares tienen una presencia significativamente inferior a la media del estado es la de Córdoba-Orizaba. Tanto en Coatzacoalcos como en Tuxpan-Poza Rica la presencia de empresas familiares es similar a la media del estado.

En cuanto al mayor o menor número de empresas familiares según la antigüedad, se encuentra que es ligeramente mayor el porcentaje de empresas familiares en el grupo de empresas maduras y, por el contrario, es ligeramente mayor el porcentaje de empresas no familiares entre las más jóvenes, aunque dichas diferencias son muy ajustadas.

Tabla 5. Distribución de Empresas Familiares

| <i>Empresa familiar según Región (%)</i> | | | |
|--|-------------|-------------|------------|
| | No Familiar | Familiar | Total |
| Veracruz | 18,9* | 81,1* | 100 |
| Tuxpan-Poza Rica | 22,6* | 77,4* | 100 |
| Xalapa | 19,9* | 80,1* | 100 |
| Córdoba-Orizaba | 26,8* | 73,2* | 100 |
| Coatzacoalcos | 22,6* | 77,4* | 100 |
| <i>Empresa familiar según sector (%)</i> | | | |
| Manufactura | 16,0** | 84,0** | 100 |
| Comercio y Servicios | 23,0** | 77,0** | 100 |
| Construcción | 27,0** | 73,0** | 100 |
| Turismo | 25,4** | 74,6** | 100 |
| Transporte | 13,9** | 86,1** | 100 |
| <i>Empresa familiar según tamaño (%)</i> | | | |
| Microempresas (≤10 empleados) | 16,1*** | 83,9*** | 100 |
| Pequeñas (> 10 y ≤ 50 empleados) | 25,8*** | 74,2*** | 100 |
| Medianas (> 50 empleados) | 34,3*** | 65,7*** | 100 |
| <i>Empresa familiar según antigüedad (%)</i> | | | |
| Jóvenes (≤ 10 años) | 23,0* | 77,0* | 100 |
| Maduras (> 10 años) | 19,7* | 80,3* | 100 |
| Total | 21,6 | 78,4 | 100 |

Fuente: Debernardo & Hurtado Hernández, 2010.

Con la finalidad de tener un perfil de las empresas, se les preguntó a cada una de ellas si están integradas en una sociedad mercantil y tan sólo el 47,8% respondió afirmativamente por lo que cabe asegurar que el 52,2% restante de empresas está formado por empresarios individuales.

| ¿Está integrada su empresa en una sociedad mercantil? | (%) |
|--|------------|
| No está integrada en una sociedad mercantil | 52,2 |
| Sí está integrada en una sociedad mercantil | 47,8 |
| Total | 100 |

Respecto a esto las empresas integradas en sociedades mercantiles eligieron por mayoría tomar forma de sociedad anónima de capital variable 67,4%, la sociedad anónima el 23%, la sociedad anónima de responsabilidad limitada sólo la optan un 2,8% de las empresas y al final las sociedades cooperativas y las sociedades de participación apenas son el 2% de las empresas.

| Tipo de sociedad mercantil | (%) |
|---|------------|
| Sociedad Anónima (SA) | 23,0 |
| Sociedad Anónima de Capital Variable (SA de CV) | 67,4 |
| Sociedad Anónima de Responsabilidad Limitada | 2,8 |
| Sociedad Cooperativa | 1,4 |
| Asociación de Participación | 1,4 |

Dentro de estas características también se encontraron la edad y estudios del gerente. Se observó que en su mayoría se trata de personas jóvenes o de mediana edad; sólo un 16% de empresas tienen un gerente que supera los 55 años de edad, hecho que cabe calificar como positivo y consistente con el elevado porcentaje de empresas jóvenes, como se ha indicado anteriormente.

También un factor importante el tamaño de la empresa, ya que la información relativa al tamaño de las empresas permite clasificarlas en tres grupos: microempresas (cuentan con un número de empleados inferior o igual a 10), pequeñas (tienen entre 10 y 50 empleados) y medianas (su plantilla está formada por más de 50 trabajadores).

Según los datos obtenidos para el año 2002, en el estado de Veracruz hay un 57,3% de microempresas, un 32,4% de pequeñas empresas y un 10,3% de medianas empresas.

Durango

Por último, tenemos al estado de Durango en donde se observa la siguiente situación de las PyMe: el Entorno Económico Mexicano nos dice que la economía mexicana en los últimos quince años ha transitado por intensos procesos de ajustes y profundos cambios estructurales. El modelo eco-

nómico aplicado persigue una inserción creciente en los mercados internacionales, a través de la apertura de la economía, la liberalización de los mercados y la cada vez menor intervención del gobierno en las actividades productivas.

En cuanto a la internacionalización del país, México cuenta con acceso seguro y preferencial a los mercados de 42 países en tres continentes, gracias a los tratados de libre comercio, dentro de los cuales destacan los firmados con Estados Unidos y Canadá (NAFTA), el de la Unión Europea y el más reciente con Japón.

Las empresas se clasifican según la Ley de Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa vigente, misma que estratifica las empresas por tamaño en función del sector económico y el número de empleados.

Tabla 6. Estratificación de empresas según número de trabajadores

| Actividad / Tamaño | Industria | Comercio | Servicios |
|--------------------|------------|------------|------------|
| Micro | 0-10 | 0-10 | 0-10 |
| Pequeña | 11-50 | 11-30 | 11-50 |
| Mediana | 51-250 | 31-100 | 51-100 |
| Grande | Más de 205 | Más de 100 | Más de 100 |

Fuente: Ley de Competitividad para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, 2002.

Tabla 7. Composición del sector empresarial en México

| Tamaño de empresa | Número de establecimientos | Participación porcentual en el total de establecimientos |
|-------------------|----------------------------|--|
| Micro | 2,722,365 | 95.7 |
| Pequeña | 88,112 | 3.1 |
| Mediana | 25,320 | 0.9 |
| Grande | 8,474 | 0.3 |
| Total | 2,844,308 | 100.0 |

Fuente: INEGI, Censos Económicos, 1999.

Probablemente, la mayoría de estas empresas carecen de una estructura administrativa adecuada, una formación empresarial incipiente, que aunado a la falta de competitividad, les impide contar con los recursos suficientes para incorporar a sus trabajadores a la seguridad social, lo que además las mantiene fuera del marco legal y tributario.

Las empresas están divididas por la siguiente distribución sectorial: el 52% del total de las empresas registradas en el INEGI se ocupan en el sector comercio, 36% en el sector servicios y 12% en el industrial. Del total de empresas, las grandes orientan su producción en 43.7% a los servicios, 34.3% al comercio y 21.9% a la industria. Por su parte, las Pequeñas y Medianas empresas (PyMe) orientan sus actividades en 52.1% al comercio, 35.3% a los servicios y 12.5% a la industria.

Durango menciona que la distribución regional de las empresas no es homogénea geográficamente, encontramos que en el Distrito Federal, Estado de México, Jalisco, Veracruz, Puebla, Guanajuato y Michoacán se concentra el 52 por ciento del total de unidades productivas. En contraste, Nayarit, Quintana Roo, Campeche, Colima y Baja California Sur, agrupan sólo el 3.7% del total de las unidades empresariales.

Al igual que Veracruz, Durango observa un cambio de ciclo de la economía mexicana, hacia una mayor profesionalización e internacionalización, lo que ha permitido, una mejora del trato hacia la PyMe, como la entrada en vigor del TLC (Acuerdo de Libre Comercio en América del Norte), la entrada en la OCDE (Organización de Comercio y Desarrollo Económico) y los numerosos acuerdos de libre cambio suscritos con estados americanos y el acuerdo comercial y de cooperación con la Unión Europea (UE) han favorecido, sin duda, el entorno competitivo de la PyMe.

Puesto que toda actividad ha sido canalizada y coordinada desde el propio Gobierno Federal, y concretamente desde la Secretaría de Economía, a través de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa y lo que se denomina “contactopyme” (www.contactopyme.gob.mx), y del Sistema de Información Empresarial Mexicano (www.siem.gob.mx), ofreciendo un apoyo constante a la PyMe.

Durango caracterizó a sus empresas de una manera similar a la de Veracruz, estudiando ciertas variables de tipo general relativas a la estructura de la empresa que ayudaron a darle una caracterización y comprensión al tejido empresarial.

Se analizó la antigüedad, el carácter de una empresa familiar y si estas están integradas en una Sociedad Mercantil. Teniendo como resultado lo siguiente: tenemos que el 40.6% de las firmas duranguenses serían jóvenes empresas frente al 59.4% de empresas maduras.

Aunque la edad media de las empresas analizadas se sitúa en 16.3 años, lo que denotaría cierta tendencia a la madurez empresarial, si profundizamos en cómo se distribuyen las empresas según su edad, observamos que la edad mediana es de 13 años, esto es el 50% de las empresas tiene 13 o menos años de vida. Además, un 21.4% han sido constituidas en los últimos cinco años y un 69% de las empresas poseen una antigüedad inferior a 20 años.

Al analizar la forma jurídica según su tamaño, antigüedad y sector de actividad. Como podemos observar, y era de esperar, existe una relación clara con el tamaño. En las microempresas, la forma personal es la mayoritaria (el 66.3%), en contraposición con la pequeñas y las medianas en donde la sociedad mercantil es la forma predominante con el 58.9% y el 77%, respectivamente.

Tabla 8

Empresa integrada en una sociedad mercantil según tamaño (%)

| | Sí integrada | No integrada | Total |
|----------------------------------|--------------|--------------|-------|
| Microempresas (<10 empleados) | 33.7*** | 66.3*** | 100 |
| Pequeñas (> 10 y < 50 empleados) | 58.9*** | 41.1*** | 100 |
| Medianas (≥ 50 empleados) | 77*** | 23*** | 100 |

Empresa integrada en una sociedad mercantil según antigüedad (%)

| | Sí integrada | No integrada | Total |
|---------------------|--------------|--------------|-------|
| Jóvenes (≤ 10 años) | 51.4 | 48.6 | 100 |
| Maduras (> 10 años) | 60 | 40 | 100 |

Empresa integrada en una sociedad mercantil según sector (%)

| | Sí integrada | No integrada | Total |
|--|----------------|----------------|------------|
| Agroindustria | 30*** | 70*** | 100 |
| Industria de transformación | 63.6*** | 36.4*** | 100 |
| Industria textil y confección | 78.6*** | 21.4*** | 100 |
| Industria de la construcción | 44.4*** | 55.6*** | 100 |
| Comercio | 73.3*** | 26.7*** | 100 |
| Hostelería | 70*** | 30*** | 100 |
| Transporte y comunicaciones | 56*** | 44*** | 100 |
| Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales | 48*** | 52*** | 100 |
| Total | 56.5*** | 43.5*** | 100 |

Fuente: Debernardo & Hurtado Hernández, 2010.

También se analizó la edad y estudios de los gerentes de las empresas, en donde se manifestó que las Gerencias de Durango están ocupadas mayoritariamente por personas jóvenes o de mediana edad. La edad mediana del director-gerente es de 47 años y en un 25% de las empresas no supera los 40 años de edad. La relativa juventud de la gerencia es congruente con el dinamismo demográfico del tejido empresarial, ya apuntado anteriormente, pues recordemos que un 40.6% de la empresas han sido fundadas en los últimos diez años.

| Edad del Gerente | (%) |
|--|------------|
| Jóvenes (≤ 40 años) | 29.8 |
| Mediana edad (>40 y ≤ 55 años) | 45.9 |
| Maduros (> 55 años) | 24.3 |
| Total | 100.0 |

Y dentro de lo que son los estudios, la profesionalización en la gestión de la empresa, reforzando la formación del estamento directivo, se muestra como factor de fortaleza del tejido empresarial y pone de manifiesto que el esfuerzo social educativo se ha traducido positivamente en la incorporación de nuevas generaciones mejor preparadas.

| Estudios del gerente | (%) |
|--------------------------------|------------|
| Estudios básicos | 12.8 |
| Bachillerato | 13.9 |
| Técnico superior universitario | 7.2 |
| Licenciatura | 66.1 |
| Total | 100.0 |

Otra caracterización importante el tamaño de la empresa, el Censo Económico 2004 que realizó el INEGI proporcionó la distribución por tamaños de las empresas que constituyen el conjunto de las actividades del sector privado y paraestatal del estado de Durango en el año 2003. El

total de unidades económicas radicadas en el estado se elevan a 37,911 empresas que generaron una ocupación de 216,591 personas. Al clasificarlas por tamaños, observamos que el 99.7% de las unidades económicas eran micro, pequeñas o medianas empresas que son responsables del 69.7% del total del empleo. De estos datos se deduce, sin duda alguna, la importancia de MiPyMe en el tejido productivo de Durango y la trascendencia de las medidas que para su potenciación puedan tomarse, con el objetivo de incrementar la riqueza y el desarrollo del estado. (Martínez García, Sánchez Trejo, Somohano Rodríguez, García Pérez de Lema, & Marín Hernández, 2008).

Tipos de empresa

Los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas, son los siguientes:

Según el Sector de Actividad:

- Empresas del Sector Primario: También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etcétera.
- Empresas del Sector Secundario o Industrial: Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etcétera.
- Empresas del Sector Terciario o de Servicios: Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etcétera.

Según el Tamaño: Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.
- **Medianas Empresas:** En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- **Pequeñas Empresas:** En términos generales, las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que las conforman no excede un determinado límite.
- **Microempresas:** Por lo general, la empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

Según la Propiedad del Capital: Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- **Empresa Privada:** La propiedad del capital está en manos privadas.
- **Empresa Pública:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- **Empresa Mixta:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.

Según el *Ámbito de Actividad*: Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. En este sentido las empresas se clasifican en:

- Empresas Locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- Empresas Provinciales: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones .
- Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país .

Según el *Destino de los Beneficios*: Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- Empresas con *Ánimo de Lucro*: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etcétera.
- Empresas sin *Ánimo de Lucro*: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo .

Según la *Forma Jurídica*: La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad . La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa . En ese sentido, las empresas se clasifican —en términos generales— en:

- Unipersonal: El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa .
- Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa .
- Cooperativas: No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa .
- Comanditarias: Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado .
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo sólo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.
- Sociedad Anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan .

Tipos de empresa en economías de mercado

Según Samuelson y Nordhaus, en las economías de mercado se produce una amplia variedad de organizaciones empresariales que van desde las más pequeñas empresas de propiedad individual hasta las gigantescas sociedades anónimas que dominan la vida económica en las economías capitalistas.

Esta amplia variedad de organizaciones empresariales se divide —en términos generales— en los siguientes tipos de empresa:

- Empresas de propiedad individual: Por lo general, este tipo de empresa se halla constituida por el profesional, el artesano o el comerciante, que opera por su cuenta un despacho, un taller o una tienda; sin embargo, en la actualidad también se debe considerar a los millones de teletrabajadores o emprendedores en internet que han iniciado y mantienen un negocio en la Red o prestan servicios a través de ella.
- La empresa individual tiene un inconveniente, el de no poder extenderse generalmente más allá de cierto límite, porque depende de una sola persona; si esta muere, envejece o enferma, la empresa puede desaparecer aun cuando su continuación pudiera haber sido tan beneficiosa para la comunidad o sus servidores.
- Sociedad colectiva: Dos o más personas cualesquiera pueden unirse y formar una sociedad colectiva. Cada una acuerda aportar parte del trabajo y del capital, quedarse con un porcentaje de los beneficios y compartir, desde luego, las pérdidas o las deudas .

La sociedad colectiva se caracteriza por tener socios que responden solidaria e ilimitadamente por las deudas de la sociedad. Si una persona (un socio) posee un 1 por 100 de ésta y quiebra, entonces deberá pagar el 1 por 100 de las deudas y los demás socios el 99 por 100. Pero si los demás socios no pueden pagar, esta persona podría ser obligada a pagarlo todo, incluso aunque eso significara vender sus apreciadas propiedades para ello.

El peligro de la responsabilidad ilimitada y la dificultad de obtener fondos explican por qué las sociedades colectivas tienden a ser empresas pequeñas y personales, como las agrícolas y el comercio al por menor. Sencillamente, son demasiado arriesgadas en la mayoría de las situaciones .

- Sociedad anónima: Es una entidad jurídica independiente y, de hecho, es una —persona— jurídica que puede comprar, vender, pedir créditos, producir bienes y servicios y firmar contratos. Disfruta además, de responsabilidad limitada, lo que quiere decir que la inversión y la exposición financiera de cada propietario en ella se limita estrictamente a una cantidad específica .

Este tipo de empresa, se caracteriza por incorporar a muchos socios accionistas quienes aportan dinero para formar un capital social cuyo monto posibilita realizar operaciones que serían imposibles para el organizador en forma individual.

Las características de la sociedad anónima son: A) El capital está representado por acciones. B) Los accionistas o socios que la forman, frente a las obligaciones contraídas tienen una responsabilidad limitada. C) Son estrictamente sociedades de capitales; el número de sus accionistas es ilimitado, y esto le permite reunir y utilizar los capitales de muchas personas. D) Tiene existencia ilimitada, la muerte o la incapacidad de algunos de sus socios no implica la disolución de la sociedad. E) La razón social debe ser adecuada al objeto para el cual se ha constituido; no se designa con el nombre de los socios.

Según Samuelson y Nordhaus, en las economías de mercado avanzadas, la actividad económica se encuentra en su mayor parte en las sociedades anónimas privadas (De Zuani, 2003, págs. 82 - 86).

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH



METODOLOGÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

METODOLOGÍA

El Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) está dirigido a elevar permanentemente el nivel de habilitación del profesorado, con base en los perfiles adecuados para cada subsistema de educación superior. Busca que al impulsar la superación permanente en los procesos de formación, dedicación y desempeño de los Cuerpos Académicos de las Instituciones, se eleve la calidad de la educación superior.

El PRODEP responde a los propósitos del Programa Sectorial de Educación 2007-2012, que establece como uno de sus objetivos estratégicos: *Elevar la calidad de la educación para que los estudiantes mejoren su nivel de logro educativo, cuenten con medios para tener acceso a un mayor bienestar y contribuyan al desarrollo nacional*, y como objetivo particular: *Fortalecer los procesos de habilitación y mejoramiento del personal académico*.

Apoya el fortalecimiento de Cuerpos Académicos, la integración de redes temáticas de colaboración de Cuerpos Académicos, incluyendo el apoyo para gastos de publicación y becas Post-Doctorales.

En el 2007 PRODEP se dirigió al personal de 129 Instituciones de Educación Superior; con la incorporación del subsistema de institutos tecnológicos en 2008, Escuelas Normales en 2009, Institutos Tecnológicos Descentralizados y Universidades Interculturales en 2010, la población de instituciones adscritas en las Reglas de Operación de 2010 es de 568.

Respecto a los Cuerpos Académicos, en 2003 estaban registrados 2,971 (91% con grado de desarrollo en Formación, 7% en Consolidación y 2% Consolidados). Para fines de 2009, el registro se incrementó a 3,506 (59.1% en Formación, 27.35% en Consolidación y 13.55% Consoli-

datos). Es importante mencionar que el 34% de los profesores de tiempo completo registrados en PRODEP forma parte de algún Cuerpo Académico.

Dentro de las estrategias del Programa para potenciar los recursos existentes a favor de la investigación, en 2009 se reconocieron 113 proyectos para la formación de Redes Temáticas de Colaboración en los que participan 331 cuerpos académicos consolidados y en consolidación con registro en PRODEP, 46 grupos de investigación nacionales y 67 internacionales de 22 países.

Planteamiento del problema

El planteamiento del problema significa reducirlo a sus aspectos y relaciones fundamentales a fin de poder iniciar su estudio intensivo; pero la reducción (vía el recurso de la abstracción) no significa de modo alguno simplificar el estudio científico de la realidad social destacando aquellos elementos y vínculos que la teoría y la práctica señalan como importantes para una primera aproximación al estudio del mismo (Rojas Soriano, 1999, pág. 33).

La identificación del problema incluye la toma de conciencia de una situación indeseable o potencialmente indeseable que existe en la empresa o que están viviendo los sujetos de estudio (Davis, 2001, pág. 90).

El problema de investigación se caracteriza por identificar el estado de desequilibrio de los diversos componentes que están presentes en una realidad dada y que pueden ser económicos, políticos, ideológicos, culturales, sociales, educativos, pedagógicos, religiosos; es decir, todos aquellos elementos endógenos y exógenos que modifican, transforman, inciden o repercuten una situación definida concretamente en un tiempo específico (Rincón Ramírez, 2000, pág. 48).

La problemática esencial en las microempresas ubicadas en Tapachula, Chiapas es que: En el desarrollo de sus actividades administrativas no se observan evidencias de la utilización de las Tecnologías de Información y comunicaciones, Normas de Calidad, Capacitación y Aspectos Fiscales que influyen en su desempeño organizacional, provocando que sus operaciones administrativas no se desarrollen de manera eficiente y, así mismo, afecta la calidad de sus servicios.

En el campo de las Ciencias Económico - Administrativas y en especial en la Gestión Organizacional, una característica particular del Proceso de Reproducción Social es que está constituido

por tres etapas repetitivas e interdependientes: La producción material de los satisfactores, la distribución de los mismos entre los miembros de la sociedad y su disfrute o consumo final. El Proceso de Reproducción Social es reproductivo porque en su realización misma se encuentra la generación de las condiciones necesarias (objetivas y subjetivas) para la sobrevivencia y reproducción del hombre, tanto biológico como social, mediante la ejecución sistemática del ciclo: producción – distribución – consumo (Pachecho Espejel & Cruz Estrada, 2005).

A continuación se presenta y explica esta percepción: si este proceso fenómeno fuera visto desde el enfoque sistémico se asemejaría a la entrada como la producción, el proceso como la distribución de los productos o servicios y por último la salida que sería el disfrute o consumo final. La retroalimentación viene a ser el reinicio sistemático y cíclico del Proceso de Reproducción Social.

A continuación se presenta la figura Número 2, a la que se le denominó “mapa del contexto” pues como el objeto de estudio es el Desempeño Organizacional, éste está rodeado por tres elementos clave e interrelacionados en esta definición o visión del problema. Es decir, es la consideración de los elementos que fueron tomamos en cuenta para definir el problema y extraer de ahí el Objeto de Estudio.

Figura 2. Perspectiva del objeto de estudio



Fuente: Elaboración Propia.

En el primer elemento se toma lo planteado por (Pacheco Espejel & Cruz Estrada, 2005) quien propone el “Proceso de Reproducción Social” (PRS) el cual se refiere a que, para la satisfacción de las necesidades del hombre en sociedad existen tres etapas: 1) La producción material de los satisfactores, 2) la Distribución de tales satisfactores entre los miembros de la sociedad y 3) su disfrute o consumo final (es decir PRS= PRODUCCIÓN → DISTRIBUCIÓN → CONSUMO). En la etapa de distribución es donde figuran las empresas y entre ellas de manera más particular las microempresas como sujetos de estudio. Y por último los procesos comerciales que al ser tan vastos solamente se analizarán los básicos como la entrada de materiales, su almacenamiento y la distribución o venta.

Objeto de estudio. Desempeño Organizacional

Es en el objeto de estudio, considerado como eje central de la investigación, donde se encuentra la esencia del proceso; por lo tanto, una buena construcción del objeto, significa tener claridad desde el principio, qué es lo que realmente se pretende estudiar. El objeto es la unidad de análisis más significativa del proceso y en la cual, dinamizan todos los componentes de la investigación (Rincón Ramírez, 2000, pág. 50).

Estos y otros factores presentes en cada proceso concreto de investigación conforman lo que se denomina práctica científica, en la que están elementos objetivos y subjetivos del individuo y de su objeto de estudio (Rojas Soriano, 1999, págs. 74-75).

Un constructo es una proposición específica que sirve de punto de partida de un planteamiento hipotético-deductivo, significando una supuesta explicación que deberá ser sometida a comprobación, por lo regular, parte de un procedimiento heurístico.

La Gestión como disciplina viene a conformarse como el timón de un barco; es la visión general de la empresa que permitirá determinar si se cuentan al interior con los recursos necesarios para llegar a buen puerto, es decir, cumplir los objetivos que encausen al logro de su misión y su visión, y en su caso, establecer estrategias que permitan el abastecimiento de los recursos faltantes asegurando la operación al interior de la empresa. El instrumento del que se vale la Gestión para lo anterior es el Control. Este irá haciendo las lecturas pertinentes para monitorear los signos

sensibles de la operación cotidiana tendiendo a mecanismos de evaluación. Los resultados que proporcionan los mecanismos de control erigen la base conceptual del Desempeño Organizacional, matizado en los diversos recursos con que se cuentan y ubicando el área de interés de esta investigación.

En todo proceso de investigación existen momentos y etapas en los que se observa un mayor acercamiento a la realidad concreta; se privilegia el aspecto empírico sobre el teórico, lo cual no significa que ambos se encuentren separados, sino que guardan una estrecha y compleja relación, aunque en determinados momentos lo teórico y lo empírico entren en contradicción. Las hipótesis, leyes y teorías entran en contradicción con la observación directa o indirecta, ya que ésta hace referencia sólo a la realidad externa e inmediata de los procesos y objetos, y se circunscribe a un ámbito tempo-espacial reducido. Aquéllas, en cambio, buscan penetrar en la esencia, descubrir los nexos internos de los fenómenos para alcanzar una explicación científica de la realidad (Rojas Soriano, 1999, pág. 73).

Determinando una transversalidad de los aspectos mencionados, se establece como objeto teórico a la Gestión, conceptualizándola como una disciplina de las áreas Económico – Administrativas que da cuenta sobre el funcionamiento de los Procesos Comerciales, los criterios utilizados para su evaluación y los indicadores de Desempeño que se ocupan para medirlos. Por ello, el hilo conductor como objeto empírico es el Desempeño Organizacional desde una perspectiva cualitativa.

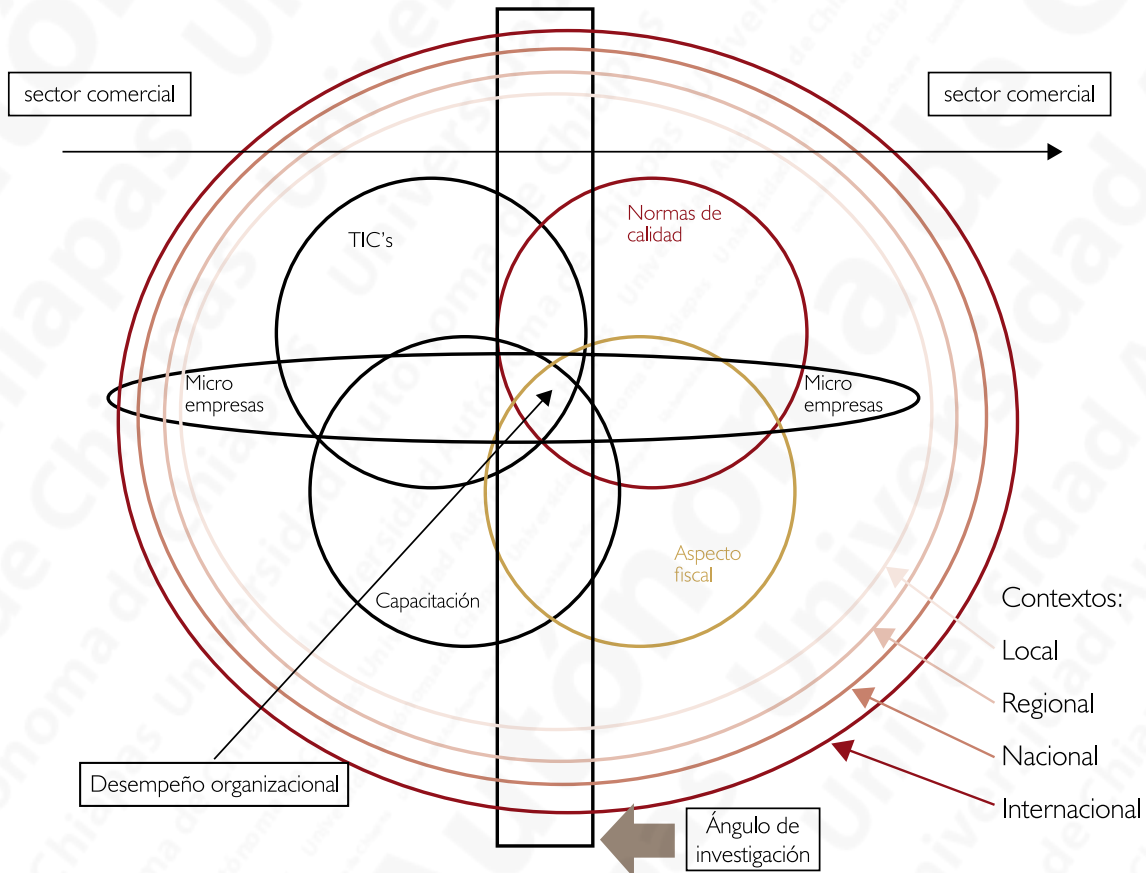
Existe una diferencia fundamental entre la opinión que considera la realidad como totalidad concreta, es decir, como un todo estructurado en vías de desarrollo y autocreación, y el punto de vista según el cual el conocimiento humano puede o no puede alcanzar la “totalidad” de los diversos aspectos y hechos, propiedades, cosas, relaciones y procesos de la realidad. En el segundo caso, la realidad es comprendida como el conjunto de todos los hechos. Y puesto que todos los hechos por principio no pueden ser nunca abarcados por el conocimiento humano, ya que siempre es posible agregar otros hechos y aspectos, la tesis de la concreción, o de la totalidad, es considerada como algo místico. Pero, en verdad, la totalidad no significa todos los hechos. Totalidad significa: realidad como un todo estructurado y dialéctico, en el cual puede ser comprendido

racionalmente cualquier hecho (clases de hechos, conjunto de hechos). Reunir todos los hechos no significa aún conocer la realidad, y todos los hechos (juntos) no constituyen aún la totalidad.

Un aspecto que se ha observado con bastante recurrencia y con matices altamente positivistas es pretender que en el desarrollo de una investigación se busca encontrar un remedio a un determinado problema específico y normalmente no se busca la explicación de un fenómeno en sí y aún menos las relaciones existentes entre los factores del fenómeno a estudiar.

La dialéctica trata de la “cosa misma”. Pero la “cosa misma” no se manifiesta inmediatamente al hombre. Para captarla se requiere no sólo hacer un esfuerzo, sino también dar un rodeo. Por esta razón, el pensamiento dialéctico distingue entre representación y concepto de las cosas, y por ello entiende no sólo dos formas y grados de *conocimiento* de la realidad, sino dos cualidades de la *praxis* humana. La actitud que el hombre adopta primaria e inmediatamente hacia la realidad no es la de un sujeto abstracto cognoscente, o la de una mente pensante que enfoca la realidad de un modo especulativo, sino la de un ser que actúa objetiva y prácticamente, la de un individuo histórico que despliega su actividad práctica con respecto a la naturaleza y los hombres y persigue la realización de sus fines e intereses dentro de un conjunto determinado de relaciones sociales. Así, pues, la realidad no se presenta originariamente al hombre en forma de objeto de intuición, de análisis y comprensión teórica —cuyo polo complementario y opuesto sea precisamente el sujeto abstracto cognoscente que existe fuera del mundo y aislado de él—; se presenta como el campo en que se ejerce su actividad práctico-sensible, y sobre cuya base surge la intuición práctica inmediata de la realidad. En la relación práctico-utilitaria con las cosas, en la cual la realidad se manifiesta como un mundo de medios, fines, instrumentos, exigencias y esfuerzos para satisfacerla, el individuo “en situación” se crea sus propias representaciones de las cosas y elabora todo un sistema correlativo de conceptos con el que capta y fija el aspecto fenoménico de la realidad (Kosik, 1998) Figura 3.

Figura 3. Dimensiones de análisis a partir de la Totalidad, entre Tecnologías de la Información y la Comunicación, Normas de Calidad, Capacitación y Aspectos Fiscales y como eje de análisis la Microempresa.



Fuente: Modelo de Páramo. (Laguna Caballero, 2006).

Con fecha 3 noviembre del 2010 se recibió respuesta a la solicitud del Cuerpo Académico “Gestión y competitividad para el Desarrollo Organizacional” perteneciente a la Facultad de Contaduría Pública, Campus IV de la Universidad Autónoma de Chiapas, de la Convocatoria 2010 denominada “Fortalecimiento de Cuerpos Académicos” y en la cual se dio aviso del dictamen en cual se determinó aprobar el *Proyecto sobre Gestión del Desempeño Organizacional en las Microempresas de Tapachula, Chiapas*, el mismo que fue llevando a cabo en la Facultad de Contaduría Pública, Campus IV, de la Universidad Autónoma de Chiapas y con la colaboración del cuerpo Académico

“Sistemas Computacionales” de la Universidad Autónoma de Chihuahua y de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos con sede en esta ciudad de Tapachula.

Dentro de la estructura del Proyecto se plantean los siguientes componentes:

El objetivo general de la red

Desarrollar un diagnóstico que permita determinar los factores que influyen en el desempeño organizacional de las microempresas en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Objetivos específicos

Determinar el Nivel de intervención que:

1. Las tecnologías de información y comunicación,
2. Las normas de calidad y
3. La capacitación
4. Aspectos Fiscales

Tienen en el desempeño organizacional de las microempresas en Tapachula, Chiapas.

El inicio del proyecto fue el 01 de diciembre 2010

Los Docentes que conforman el Cuerpo Académico de la UNACH que desarrolló este proyecto fueron: Dr. David Ristori Cueto, Dra. Alma Leslie León Ayala, Mtra. Susana Patricia García Sampedro, Mtro. Jorge Ávila Nuño, Mtra. María Estrella Olivera Santos y Mtro. Emilio Esquinca Argüello, y el de la Universidad Autónoma de Chihuahua fueron: Dra. Alma Lilia Sapién Aguilar, Dra. Patricia Araceli Araiza Zapata, Dra. María del Carmen Gutiérrez Diez, Dra. Laura Cristina Piñón Howlet.

A manera de utilizar la mayéutica como técnica de análisis se establecieron los siguientes cuestionamientos:

¿Por qué se hace esta propuesta?

La problemática esencial en las microempresas ubicadas en Tapachula, Chiapas, es que: En el Desarrollo de sus actividades Administrativas no se observan evidencias de la utilización de las tecnologías de información y comunicaciones, Normas de calidad, Capacitación y Aspectos Fiscales, que influyen en su desempeño organizacional, provocando que sus operaciones administrativas no se desarrollen de manera eficiente y, así mismo, afecta la calidad de sus productos y servicios.

¿Cuál es la necesidad que se pretende resolver?

De acuerdo a la información proporcionada por la Secretaría de Economía del Gobierno del Estado de Chiapas, la vida de una microempresa oscila entre los 2 y 3 años. Con este proyecto se pretende identificar a los factores que permitan una mayor permanencia.

¿Cómo se pretende hacer?

El día 24 de marzo del 2011 se emitió por parte del Rector de la Universidad, Jaime Valls Esponda, vía oficio PROMEP /103.5/11/1028, de fecha 9 de marzo de 2011, firmado por la coordinadora académica del Programa de Mejoramiento al Profesora, la Maestra Guillermina Urbano Vidales, la notificación de que fueron aprobados al cuerpo académico, los recursos económicos que solicitaron para desarrollar el proyecto que contribuirá con la consolidación del Cuerpo Académico.

En el oficio se indica que es importante señalar que el recurso económico autorizado deberá ejercerse en el lapso de un año, que comprende del 9 de marzo del 2011 al 8 de marzo del 2012, a cuyo término deberán presentar tanto el informe como las evidencias de que se obtuvieron los productos que ustedes señalaron como compromisos en el protocolo de su proyecto.

El 9 de marzo del 2011 se aprobó el dictamen en la Institución, de la Universidad Autónoma de Chiapas, del Cuerpo académico llamado Gestión de las Organizaciones en zona de bajo Desarrollo Económico para su incorporación al mercado Globalizado. IDCA 5973 con Clave UNACH-CA-107, denominación del proyecto Gestión del Desempeño Organizacional en las Microempresas de Tapachula, Chiapas.

Objetivos

General:

Desarrollar un diagnóstico que permita determinar los factores que influyen en el Desempeño Organizacional de las Microempresas en la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Específicos:

Determinar el nivel de intervención que

- a) Las tecnologías de Información y comunicación,
- b) Las normas de calidad y
- c) La capacitación
- d) Aspectos fiscales

Tienen en el desempeño organizacional de las microempresas en Tapachula, Chiapas

Pregunta central de investigación

¿Cuáles son los factores que influyen en el Desempeño Organizacional en las Microempresas de Tapachula?

Preguntas específicas de investigación

1. ¿Cómo se presentan las Tecnologías de Información y Comunicación de manera cotidiana en las Microempresas en Tapachula, Chiapas?
2. ¿Cómo se presentan las Normas de Calidad de manera cotidiana en las Microempresas en Tapachula, Chiapas?
3. ¿Cómo se presenta la Capacitación de manera cotidiana en las Microempresas en Tapachula, Chiapas?

4. ¿Cómo se presentan los Aspectos Fiscales de manera cotidiana en las Microempresas en Tapachula, Chiapas?

Supuestos

1. Las Tecnologías de Información y comunicación se presentan en las Microempresas de Tapachula con rasgos de: Falta de conciencia sobre cómo éstas les pueden ayudar a mejorar el Desempeño de sus negocios, falta de recursos para invertir en Hardware y Software y ausencia de facilidades o altos costos de Capacitación al personal de la empresa.
2. Las Normas de Calidad se presentan en las Microempresas de Tapachula con rasgos de: Falta de descentralización, falta de conocimiento y resistencia al cambio.
3. La Capacitación se presentan en las Microempresas de Tapachula con rasgos de: Falta de Tiempo, falta de Inversión, que no la consideran como Beneficio.
4. Los aspectos fiscales se presentan en las Microempresas de Tapachula con rasgos de: Falta de Conocimientos por parte del Empresario.

Diseño de la investigación

Un aspecto importante que resalta en la ruta metodológica es la forma en la que se articulan los Recursos a fin de percibir, desde un proceso de abstracción la idea de investigación y poderla concretar de manera objetiva en pasos claros y precisos que estén sustentados en el método científico. Aun cuando, desde la perspectiva de la comunidad científica, se aprecian dos tradiciones en el abordaje metodológico, que a decir son la tradición cuantitativa y la tradición cualitativa, de las cuales se han retomado aspectos de ambas definiendo una estructura cuali-cuantitativa.

Bajo esta premisa se ha de entender que desde la línea cuantitativa se hacen uso de datos numéricos para poder interpretar el constructo, complementando tal interpretación con instrumentos cualitativos que nos dan un mejor manejo a las interpretaciones subjetivas que de la realidad hacen los sujetos de estudio.

Retomando los alcances de los tipos de Investigación (Hernández Samperi, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) se puede establecer que, en vista de que solamente se relatará lo encontrado, sin manipulación de variables y considerando el levantamiento de información en una sola ocasión se define el Diseño de la presente Investigación como *Descriptiva, Transeccional y No experimental*.

1. **ESTUDIO DESCRIPTIVO:** Busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis y ofrece la posibilidad de hacer pronósticos aunque sean iniciales.
2. **ESTUDIO TRANSECCIONAL:** Son aquellos que recolectan datos en un momento dado, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.
3. **ESTUDIO NO EXPERIMENTAL:** Son los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarla.

La tabla 9 muestra de manera gráfica el diseño de la investigación:

| Identificación de Fases a investigar | | | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|--|---|--|
| Tópico | ¿Qué? | | | |
| | Para establecer como elemento... | | | |
| Para establecer | ¿La Fase? | I | II | III |
| | ¿El Nombre de la fase? | Levantamiento primario | Consistencia de los criterio de estudio | Contraste de uso de las dimensiones de uso |
| | ¿El Para qué? | Establecer las variables a evaluar desde un enfoque empírico | Describir la realidad | Contrastar la empiea de sujetos tipo con las de las empresas |
| | ¿La Técnica? | Entrevista | Cuestionario | Entrevista |
| | ¿El Enfoque? | Cualitativo | | |
| | ¿El Quiénes? | Funcionarios de CANACO Servytur en Tapachula | Microempresas de acuerdo padrón asignado por CANACO | Empresarios con características de sujetos tipo |
| | ¿El qué se obtiene? | Criterios de inclusión de variables | Diagnóstico | Brechas |

Fuente: Elaboración propia.

Las pretensiones de esta investigación se establecieron para:

Su área de conocimiento

Los estudios organizacionales toman mayor importancia en los tiempos modernos dado el dinamismo evolutivo de conocimiento de las ciencias sociales y administrativas. Desarrollar esta investigación por un lado para un área poco socorrida en la producción bibliográfica que son las Microempresas y, por otro lado, conformar desde la perspectiva de la Gestión como disciplina que permea los estudios Organizacionales.

La región

En este plano se podría describir una forma en la que la actividad comercial se fundamente desde la perspectiva Científica, sin dejar de lado la empírea, pero tomándola como base para establecer programas de intervención más acordes a la realidad del contexto.

La institución

Las tres funciones sustantivas de la Universidad Autónoma de Chiapas son la docencia, la Investigación y la extensión. Con esta investigación se pretende impactar en la investigación al producir conocimiento aplicado, la extensión al transferir tecnología y en la docencia al retroalimentar la práctica educativa.

El país

Las Líneas de Generación y Aplicación del conocimiento al ser cultivadas pretenden generar conocimiento disciplinario que se agregue al engranaje de la dinámica económica y que impulse a su vez alternativas de solución a problemas de Gestión.

Los otros beneficiarios

De manera colateral, al impactar en la operatividad de las Microempresas se benefician los trabajadores y la sociedad en general pues al concretar el Proceso de Reproducción Social en sus tres

elementos que a saber son la Producción, la Distribución y el Consumo (Pacheco Espejel & Cruz Estrada, 2005) se permite mejorar el nivel de vida de los ciudadanos.

Diseño del instrumento de medición

En estos métodos hay que establecer comunicación directa con los sujetos estudiados. La información deseada se obtiene consultando a los empresarios sobre aspectos ordenados en un cuestionario. Los medios por los que se establece esta comunicación: a) entrevistas por correo, b) entrevistas telefónica y las entrevistas personales.

Investigación previa y cualitativa

Para poder llegar al análisis de los cuatro puntos principales de esta investigación, se realizó como primera etapa una entrevista a 4 funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos de Tapachula (CANACO-Servitur), la cual, a través de un ejercicio de reflexión, nos permitió identificar las variables importantes y la forma en que éstas son percibidas por los empresarios. Las entrevistas fueron realizadas por Docentes integrantes del Cuerpo Académico, y de igual forma fueron grabadas para su análisis y respaldo del mismo.

Cabe hacer mención que al obtener los resultados de las entrevistas el trabajo de categorización de las características obtenidas de las variables se realizó de manera conjunta con la Universidad Autónoma de Chihuahua, a lo cual se realizó mediante una estancia académica en dicha Universidad. El guión utilizado se presenta a continuación:

Guión de entrevista a los funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio en Tapachula.

Preguntas de Perfil:

- I. Desde su punto de vista como funcionario de la Cámara, ¿Cómo describiría la problemática actual de la situación económica de las MiPyMe?

2. Para ustedes como Cámara ¿Las problemáticas que viven las pequeñas empresas son iguales a las de las microempresas?
3. Algunos analistas empresariales han agrupado las variadas causas de fracaso en cinco grandes áreas: Problemas para vender, Problemas para producir y operar, Problemas para controlar, Problemas en la planificación, Problemas en la gestión. ¿Usted qué opina? ¿Cuáles pueden ser las causas de la falta de desarrollo de las MiPyMe en Tapachula?

| H | VARIABLE | DEFINICIÓN | | ITEM |
|---|----------------------------|--|---|--|
| | | CONCEPTUAL | OPERACIONAL | |
| 1 | Tecnologías de Información | Tratan sobre el empleo de computadoras y aplicaciones informáticas para transformar, almacenar, gestionar, proteger, difundir y localizar los datos necesarios para cualquier actividad humana. | Opiniones de los representantes de la Cámara de Comercio de Tapachula | 4 ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las tecnologías de información comunicaciones (TIC) en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas? |
| 2 | Normas de Calidad | Se han definido estándares mundiales para el desarrollo de la estandarización y actividades mundiales relativas a facilitar el comercio internacional de bienes y servicios. Estos estándares permiten conocer el nivel de cumplimiento en ciertas normas de una compañía y así medir la calidad de sus productos y servicios. | Opiniones de los representantes de la Cámara de Comercio de Tapachula | 5 ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las normas de calidad en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas? |
| 3 | Capacitación | Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuos en el desempeño de una actividad | Opiniones de los representantes de la Cámara de Comercio de Tapachula | 6 ¿Cuál es su opinión sobre la capacitación en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas? |
| 4 | Aspecto Fiscal | Conjunto de impuestos, tasas y exacciones legalmente establecido por el Estado y los municipios. | Opiniones de los representantes de la Cámara de Comercio de Tapachula | 7 ¿Cómo considera que la carga impositiva afecta el desempeño organizacional (facturación electrónica) de sus agremiados? |

Resultados cualitativos

Primera Etapa de la Investigación

A efecto de analizar la información obtenida de las cuatro entrevistas aplicadas a funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos (CANACO Servytur) en Tapachula, Chiapas, se procedió a codificar las respuestas recibidas.

En este sentido, y atendiendo al nombre del proyecto “Gestión del Desempeño Organizacional en las Microempresas de Tapachula, Chiapas”, se llegó a la siguiente estructura:

Pregunta 1. Desde su punto de vista como funcionario de la Cámara, ¿Cómo describiría la problemática actual de la situación económica de las MiPyMe?

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos identificados | Interpretación |
|--------|---|---|--|
| EIP2 | Tapachula y su zona conurbada son como una isla donde hay una economía interna que se retroalimenta, eso hace que cuando hay periodos de contracción a nivel nacional o mundial nos afecte también. | Periodos de contracción | Con los resultados obtenidos se puede observar que, de acuerdo a las opiniones de los funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios turísticos de Tapachula, este municipio es muy sensible a la variación de diversos factores, tales como: la migración, salud, así mismo los periodos de contracción económica. Aunado a lo anterior la falta de inyección de recursos a la región que redundan en problemas de financiamiento, las cargas administrativas y fiscales conforman un lastre que impacta directamente a la yugular de las microempresas dadas las características de operación inherentes a su propia naturaleza. |
| E2P2 | Estamos inmersos en una situación económica difícil en todo el país; en algunas partes de la República se resiente más, como si estuviera sectorizado. | Situación económica difícil | |
| EIP3 | Actualmente las empresas de Tapachula están atravesando por una severa recesión, ¿A qué se debe? Principalmente a la falta de inyección de recursos , materia de desarrollo de la región. | Inyección de recursos | |
| E4P1 | La problemática principal es la carga administrativa y fiscal en las empresas, a veces interfiere en el crecimiento de las mismas; así mismo, no poder acceder a ciertos financiamientos para adquirir recursos para el crecimiento de sus empresas; también la actitud de los empresarios, que son reacios a querer cambiar su actitud para poder crecer, siempre quieren seguir en una etapa de comodidad o de no desgaste. | Carga Administrativa Carga Fiscal Ciertos Financiamientos | |

Pregunta 2. Para ustedes como Cámara ¿Las problemáticas que viven las pequeñas empresas son iguales a las de las microempresas?

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificadas | Interpretación |
|--------|---|--|--|
| E1P9 | No. Cuando hablamos de Tapachula tenemos que comenzar por empresas familiares , ni siquiera debemos hablar de micro o pequeñas, es decir, entendemos que el escalafón es así, el término técnico que se usa, pero nosotros nos ponemos a analizar la economía, la operación de Tapachula, de toda la región de la costa y el 95 o 92% deben ser empresas familiares, así aquí en la Cámara de Comercio tenemos aproximadamente que un 90% de nuestros socios son empresas familiares, algunas una ya de varias generaciones. | Empresa familiar | |
| E2P6 | De hecho, hay una gran diferencia entre una Micro y una Pequeña, hay una estratificación por parte de las instancias de gobierno, Nacional Financiera hace una estratificación de las MiPyMes, de las empresas que obviamente son administradas de manera familiar y las pequeñas empresas que ya tienen una formación en toda su estructura, ya tienen una organización formal hasta en su Contabilidad. En cambio, en las MiPyMes (en las que son realmente las empresas Familiares) es mucho más empírica, vienen tomando el conocimiento por generación , el traspaso de los conocimientos de las familias es algo generacional. | Conocimiento (know-How) Sucesión | |
| E3P8 | Bueno hay micro, micro de reciente creación que realmente están invirtiendo sus pequeños ahorros y probando suerte que no entran todavía con el uso de tecnologías, computadoras, internet , si no que están a la buena de Dios, al azar, a la puerta tratando de primero nacer, pero decrecer enfrentándose a un mercado difícil, a una economía no tan ágil y no pueden invertir en tecnologías sino que están atendiendo sus productos y ellos allí, como consideran que deben hacer su actividad, por eso decimos, esta pequeña empresa abrió y yo creo que le va ir bien, porque tiene carácter para vender , es amable, es alegre, es servicial, como que ser micro para nacer tendría que estar relacionado con una personalidad, actitud de ser amable, sonriente, servicial para que tenga éxito, sin tomar en cuenta que hay elementos de mercadotecnia, de tecnología de internet que, según lo que estamos viendo actualmente como para que pudiera garantizar ese éxito, pero no tiene capital suficiente, entonces abre sus puertas y lo sale a vender y como es platicador, platicadora de una empresa familiar, se está enfrentando con un panorama bien difícil por un lado el factor económico o fuente de financiamiento. Las herramientas existen, las tecnologías están, el internet, la mercadotecnia, la publicidad, pero no tiene acceso porque no hay capitales y los escasos recursos son dedicados únicamente a la compra de inventario, lo demás que espere , es algo que si está, pero no lo utiliza; y por otro lado, pertenecer a una Cámara, entonces pregunta qué me va a dar Cámara de Comercio (CANACO) que me va a dar a mí para que participe ahí, no es que voy a aportar yo, que me va a dar. | Tecnologías de Información y Comunicaciones Reunir atributos (normas de calidad) Actitud | Como puede observarse en las respuestas obtenidas un factor relevante es que las micro empresas tienen como atributo el ser empresas familiares que a su vez se distinguen, en lo general, por la falta de controles que les permitan un rendimiento óptimo, así como la falta de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y de criterios que les permita regular ese desempeño en el marco de estándares que les permitan ser competitivos. |
| E4P2 | La diferencia es que las Micro regularmente son empresas familiares, en donde no hay un control de todo lo que se realiza ; por ejemplo, hay situaciones en que las empresas familiares cuentan con la opinión de la esposa, la tía, el cuñado. En cuestiones económicas vienen y toman dinero de la caja o arriba el cuñado y si algún empleado está realizando cierta actividad lo manda hacer otra cosa, entonces no hay un control, no hay Organigramas, no hay Jerarquización; esto es un problema de las Microempresas, porque no hay un control , no hay Sistemas. | Control Control | |

Pregunta 3. *Algunos analistas empresariales han agrupado las variadas causas de fracaso en cinco grandes áreas: Problemas para vender, Problemas para producir y operar, Problemas para controlar, Problemas en la planificación, Problemas en la gestión. ¿Usted qué opina? ¿Cuáles pueden ser las causas de la falta de desarrollo de las MiPyMe en Tapachula?*

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificadas | Interpretación |
|--------|--|---------------------------------|---|
| E1P13 | De su proceso, esta es la situación definitiva de las empresas familiares, muchas de ellas cuentan con operaciones temporal | Estacionalidad | Se puede observar que uno de los factores que impactan directamente en el desarrollo de las microempresas va dirigido a la actitud. Este factor relevante se podría interpretar en dos planos: la del empresario y la de los trabajadores. De igual forma se identifica una falta de Planificación de la microempresa que le permita optar por fuentes diversas de financiamiento que impulsen el desarrollo de competencias apoyadas en un programa de capacitación y que permita combatir un fenómeno que es descrito en la mayor parte del comercio en la región: la estacionalidad. |
| E2P10 | Adelante, siempre hemos dicho que el crecimiento, no puede haber crecimiento sin capacitación | Capacitación | |
| E3P12 | La falta de desarrollo pudiera ser problemas en la planificación , es cierto, también en financiamiento | Planificación Financiamiento | |
| E4P3 | Es cuestión de actitud , de querer cambiar la actitud simple y sencillamente. | Actitud | |

Pregunta 4. *¿Cuál es su opinión sobre el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas?*

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificados | Interpretación |
|--------|--|--|---|
| E1P20 | El uso de la tecnología de información es en la actualidad algo muy común, porque no solamente las empleamos para nuestros negocios, incluso, hemos sido inducidos porque muchas de nuestras actividades diarias se relacionan con las herramientas electrónicas. Hoy, el que no tiene un teléfono con internet no puede recibir información personal , ya no sólo del ámbito de su negocio. Quien no cuenta con una computadora en casa, probablemente tendrá hijos que no se puedan desarrollar mejor, no pueden generar todos sus trabajos escolares; aunque ellos aprenden más rápido, porque están familiarizados, al inicio nos toca decirles: "mira hijo se arma así, se pone así", de alguna manera hay una familiarización con las herramientas. ¿Qué es lo que sucede? La mayoría de las empresas no implementan las herramientas electrónicas, porque todavía son opcionales , no son obligatorias. Hoy, fiscalmente son opcionales por un lado; y por otro, porque los niveles de operación no son tan grandes como para tener controlados muchos de tus departamentos. | Uso de las TIC Opcionalidad Niveles de operación | Es inminente la necesidad del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, pero un factor que viene a debilitar su uso es la opcionalidad que existe en las regulaciones de las autoridades administrativas, en los tres niveles de gobierno, siendo otro factor la cultura puesto que al no haber antecedentes de su uso, la evolución hacia ellas es complicado, acentuándose al no percibirse su utilidad. Es de resaltar la marcada resistencia al cambio de los empresarios de las microempresas que viene a impactar directamente en su competitividad. |
| E2P16 | Seguimos dejando a un lado los corporativos porque ellos tienen toda la cultura . | Cultura | |
| E3P8 | Bueno hay micro, de reciente creación, que realmente están invirtiendo sus pequeños ahorros y probando suerte que no entran todavía con el uso de tecnologías, computadoras e internet , sino que están a la buena de Dios, al azar. | Utilidad de las TIC | |
| E4P5 | Considero que a los empresarios les cuesta adaptarse al cambio , todos le tenemos, en cierta forma, temor al cambio y a estas alturas hay empresarios que no cuentan con computadoras, todo lo llevan a mano. Esto no les permite llevar los números en control, para poder en un momento superarse. La capacitación a veces no se da porque no cuentan con los recursos para adquirir equipo, puede ser otra condicionante también. | Resistencia al cambio | |
| E4P7 | Sí, definitivamente, porque si no nos metemos a la dinámica de la tecnología, prácticamente la empresa se muere . | Competitividad | |

Pregunta 5. ¿Cuál es su opinión sobre el uso de las normas de calidad en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas?

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificados | Interpretación |
|--------|--|--|---|
| E1P22 | Van de la mano con la capacitación. ¿Qué sucede? Para ser competitivos debemos capacitarnos. Uno de los problemas a los que se han enfrentado las empresas familiares, incluso de varias generaciones en Tapachula, ha sido la falta de capacitación para la competitividad , hemos visto muchos casos de empresas que son un boom en Tapachula y que dices: ¿pero por qué, por qué tienen ese boom? Y muchos de nuestros amigos se quejan. No, pero vienen de afuera, vienen a hacer negocios , pero tú tienes las mismas posibilidades de hacer ese negocio ¿Por qué no lo haces? No quieres invertir, punto número uno; punto número dos, le pones la competencia y no le ganas, bueno, porque no tienes esa capacitación, no tienes esa calidad en el servicio, no tienes esa calidez. Nosotros, si nos ponemos a observar las franquicias como Dominó's pizza, como Burger King, es capacitación, la personalización de la atención. Yo voy a un hotel y me dicen "señor Edmundo, buenos días, ¿Cómo está? ¿Su café descafeinado?" Si ya tienen un plus muy grande, en cambio voy al café tradicional de aquí que está en Tapachula, 20 años el entorno, no está diseñado para ser confortable, no cuenta con la asepsia necesaria, el personal no ha sido capacitado, tiene un trato desagradable, en ocasiones la imagen del mismo personal no es la adecuada y eso hace que uno busque donde lo atiendan mejor . Entonces, por eso es lo que me decías. | Capacitación Competitividad Inversión foránea Infraestructura física y humana | Una percepción generalizada, sobre las normas de calidad, es la inminente necesidad de capacitación lo que ha influido directamente en la competitividad. Un fenómeno observado es la gran proporción de la inversión foránea, lo cual provoca que los rendimientos económicos emigren hacia otras latitudes debilitando la región. Es ineludible mencionar la necesidad de desarrollar infraestructura física y humana con atributos que vayan encaminados hacia la calidad total. |
| E2P23 | No nos hemos preocupado por certificar, por lo menos eficientar nuestros procesos en cuestión de calidad. Yo te voy a decir una cosa, que he dicho en muchas ocasiones, hace quince años yo trabajaba en Puebla, me dedico a la hotelería y a la construcción, pero fundamentalmente la hotelería en turismo hace quince años en Puebla. Hace 20 años cualquier persona se peleaba y buscaba poder colocar en su empresa un reconocimiento de que esta es una empresa con calidad total . Nada más estamos hablando de la calidad total que fue el inicio de todo este proceso. Después vinieron las certificaciones del ISO-9000:2001. Las normas, tantas certificaciones que hay en la actualidad. No veo en Tapachula una empresa con Calidad total. Definitivamente no la hay. Hay empresas y franquicias muy bien establecidas y cubren casi todas las normas | Calidad total | Se observan factores relevantes como el comercio informal, la no inversión, la resistencia al cambio y la falta de capacitación que vienen a derramarse en un escenario frente al cliente, aunado al personal con su actitud de servicio y tomar en cuenta elementos básicos de la mercadotecnia. |
| E3P10 | No le llamemos de otra manera, llamarle comercio formal. Comercio formal así ha sido, es algo que no se puede sustraer al hablar de la economía de un pueblo llámese Tapachula, México, Brasil, Argentina, todos ellos adolecen del comercio formal por que la misma situación económica que prevalecen aquí, prevalecen en muchos países de Latinoamérica y una de las formas de obtener recursos es a través de la informalidad donde no tiene ninguna carga fiscal, analice usted a un comerciante informal . | Comercio informal | En estos aspectos no se resalta más que una marcada resistencia al cambio, que de manera indirecta viene a beneficiar a la Competencia y a debilitar a las microempresas en su competitividad. |
| E4P8 | Las normas de calidad existen, pero no están al alcance. No están al alcance porque tener acceso a ellas representa cierto gasto, costo , desembolso para entrar tiempo; por otro lado, somos reacios las MiPyMe a la capacitación, a cursos, porque es perder el tiempo o ¿Quién me cuida la tienda, el changarro, la refaccionaria, si voy a mandar a 2 a 3 al curso? Cuando las empresas grandes, por ejemplo, por citar Ford dentro de su políticas es que el personal se capacita. Mecánico, fuerza de venta, se tiene que capacitar porque así es como tú vas a trabajar, estás aceptando en tu contrato que puedes ir puebla, a la Ciudad de México, Guadalajara, a capacitación para desarrollar tu trabajo, bueno, te lo está pagando la empresa, es diferente, entonces mantienen el personal actualizado siempre para tener alguna reflexión en los productos de los autos con las nuevas estrategias de ventas y mercadotecnia; pero, las MiPyMe ¿Cómo le hace para tener acceso a eso? | Inversión Resistencia al cambio | |
| E4P9 | Las escalinatas, escaleras o teleras, tienen estrategias. Veníamos platicando con Jorge Rueda, que es egresado universitario, y aquí en Puerto Chiapas ha desarrollado un buen trabajo como guía. Tuvo que dejar ese trabajo, de guía aquí, que es eventual por el fondo de cruceros que están arribando que son 21 para el 2011. Aún no es suficiente para vivir de eso. Entonces se fue a vivir a Cancún, ha estado en empresas hoteleras, y veníamos platicando acerca de la calidad de cómo estas grandes cadenas hoteleras españolas o norteamericanas vienen participando en la capacitación del personal para atender al visitante, al huésped, en cuanto a la mirada, la sonrisa. Me decía 10 metros, 5 metros y algo muy interesante es que nos debe dar una plática para ver si las MiPyMe quieren cooperar para que les enseñe todo lo que ha aprendido, algo económica porque resulta que viene desde la mirada al cliente a los 10 m., o los 5 m. Ya se ve el contacto de salud , la sonrisa, la colocación de imágenes de caritas sonrientes en el establecimiento, crear un ambiente amable, agradable al cliente; entonces, caemos en capacitación, necesidad de aprender, pero, por otro lado, el rechazo, perder el tiempo, porque entonces ¿quién atiende? Definitivamente las normas de calidad son muy importantes, desafortunadamente como hablamos, el empresario, el pequeño empresario es muy reacio a la aceptación de las normas de calidad, lamentablemente no estamos muy acostumbrados a las cuestiones de calidad, eso hace que no seamos lo suficientemente competitivos con otras empresas, ya sea que están a su nivel o empresas que han decidido cambiar de actitud, en querer agarrar esa dinámica de cambio de control de calidad y hace que no sea tan competitiva. Sí, definitivamente, es necesario integrarnos en la dinámica de la calidad, porque si mejoramos nuestro servicios y perfeccionamos nuestros productos, precisamente, podremos estar en la vanguardia con las empresas, con las grandes empresas que ahora ya tenemos en la localidad , Wal-Mart, Soriana, Chedraui, aparte de que tienen un mejor servicio, tiene toda la infraestructura necesaria; quizá no esperemos a que los microempresarios tengan una gran infraestructura, pero sí que, por lo menos, tengan los mínimos recurso para ofrecer esos servicios. | Capacitación Actitud Mercadotecnia Resistencia al cambio Competencia competitividad | |

Pregunta 6. ¿Cuál es su opinión sobre la capacitación en las MiPyMe en Tapachula, Chiapas?

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificadas | Interpretación |
|--------|---|---|---|
| E1P15 | La Cámara de Comercio de Tapachula tiene competencia en 30 municipios de la zona Costa, Sierra y Frontera. Hemos observado que la capacitación tiene un obstáculo muy grande en los propietarios que no quieren planear o no quieren salir de su estatus en su empresa. La mayor negativa es en los patrones que no quieren capacitar a su gente y que no se quieren instruir ellos, ¿Por qué? Porque nosotros hacemos el llamado y pocos son los comerciantes, los empresarios que dicen: "ahí te mando mi personal a capacitar", y le decimos: "tenemos capacitación para el propietario", es decir, gerenciales, directivos. También hemos contado capacitación en cuestión fiscal, en asuntos de la Ley Federal del Trabajo, así como administrativas. Se contó con intercambios con la universidad; sin embargo, hay apatía. | Falta de planeación Deseo de desarrollo Apatía | Se ha observado que en la región del Soconusco, en las microempresas del sector comercial, existe una falta de planeación en las actividades que van a desarrollar como unidades económicas; el deseo de desarrollo se observa ausente, lo que provoca serias dudas sobre la intencionalidad del negocio. Los rasgos más distintivos de esta percepción son la apatía que demuestran los empresarios de las microempresas para dar un servicio de calidad, donde se permean las necesidades de las tan sonadas competencias laborales, que en un ejercicio pleno de su facultad, el recurso humano involucrado permitirá cubrir las deficiencias en sus procesos. Si este proceso se ve apoyado por las instituciones de Educación Superior se fomentará la vinculación académica, enfocada al apoyo al microempresario y que permita sustentar y fundamentar la inversión en capacitación que los empresarios deben realizar en un pleno convencimiento de su realidad. Al observarse una alta rotación de personal en las microempresas se puede constatar la gran necesidad de la falta de inversión en el rubro de la capacitación, enfocadas al desarrollo de competencias que, a la falta del cobijo de un marco legal, han provocado que los inversionistas le resten importancia a este importante rubro. |
| E1P23 | No se puede exigir a un empleado que realice los procesos de manera óptima sino le has enseñado cómo se hace y cómo no se debe de hacer. Así es, pero no es calidad total. La misma Comisión Federal de Electricidad no tiene el proceso de certificación, esto es, sus procesos no pueden tener la certificación de la empresa de clase mundial, no es una empresa con este título. Vemos muchas deficiencias en sus procesos, es decir, si no somos tal empresas de calidad total, no somos empresas de clase mundial, entonces ahí esta parte del problema va de la mano con la nota de capacitación. | Competencias laborales Deficiencias en sus procesos | |
| E2P18 | Esto surge normalmente si vamos a nuestra realidad y damos una vueltecita, vemos que son empresas familiares que no tienen mucho estudio, gente que no tiene aún preparación académica y que están al margen de esa sistematización y es ahí donde viene la importancia de un centro educativo como el de ustedes, de inducir a los alumnos en apoyar a sus padres en el uso de las herramientas, a ellos debemos enseñarles nosotros, tenemos aquí en la Cámara de Comercio una herramienta muy útil en la elaboración de páginas web, es una forma de difundir y de apoyar al micro empresario, pero no tienen ese conocimiento, no tiene la habilidad, obviamente falta de conocimiento en ese sentido y eso ha atrasado los procesos de comercialización, de difusión, de ventas, de lo que estamos hablando ahorita. | Vinculación académica Apoyo al microempresario | |
| E3P11 | Sí, la Cámara de Comercio hace un gran esfuerzo con invitar a las empresas para que manden a sus empleados a capacitación, con cuotas muy bajas para capacitación, pero se requiere un gran esfuerzo de convencimiento al gerente, propietario, dueño del establecimiento al que más le sujeta mande por lo menos 1, y hay micros que bueno, sí tienen una alta rotación de personal, pero eso quiere decir que es una capacitación permanente la que se requiere todo el año, todos los años, todos los meses, todas las semanas, porque la gente va migrando, va cambiando de trabajo, buscando otro tipo de trabajo por un nivel de trabajo, la capacitación es muy importante, eso es de reconocerlo, tenemos que invertir en capacitar para que de nuevo el dinero llegue a la bolsa y tal parece que aquí pensamos que primero llegue el dinero a la bolsa para que después yo me capacite. | Inversión en capacitación Convencimiento Alta rotación de personal Inversión en capacitación | |
| E4P10 | Yo creo que es una labor, si se podría lograr, pero sería cuestión de mucho esfuerzo, porque, por ejemplo, en la cámara a veces en los cursos de capacitación "X", no pondremos en un curso en específico, regularmente se hacen 40 a 50 llamadas en las que los empresarios confirman, quizás 30 y a la mera hora llegan solamente 10 personas al curso de capacitación. Entonces sí, a veces es un problema, porque aunque si confirman los cursos, no les dan tanta importancia. | Falta de importancia a la capacitación | |

Pregunta 7. *¿Cómo considera que la carga impositiva afecta el desempeño organizacional (facturación electrónica) de sus agremiados?*

| Código | Respuestas Obtenidas | Aspectos Identificadas | Interpretación |
|--------|--|---|---|
| E1P26 | Los estudios de las reformas ya están hechos, es decir, no se descubre el hilo negro; lo importante es ¿a quién le corresponde?, en el caso del congreso del senado, den ya paso a la reforma que va a beneficiar a un mundo de empresas , y a todo el país; hace rato hablábamos de la evasión, que se está teniendo en el campo en cuestión sobre impuesto sobre nóminas , pero no sólo eso, en la evasión en cuestión de cuotas obreros patronales en el consejo patronal por todo el estado de Chiapas ante la Delegación del Instituto Mexicano del Seguro Social, y una cosa que está sucediendo es que el Seguro Social , debido a su modificación de la ley, deja afuera los trabajos temporales y se dejan de percibir cientos de millones de pesos anuales en Chiapas, porque no se acordaron de incluir un marco jurídico para los trabajos eventuales . | Reformas fiscales Impuesto sobre nóminas IMSS Trabajos temporales Marco jurídico para los trabajos eventuales | Lo político ha obstaculizado a lo económico dada la falta de reformas que se traduzcan en un beneficio real del ámbito empresarial como sucede en otros países. El ámbito tributario llega a ser un freno para el desarrollo de la microempresa, siendo de los que mayor relevancia muestran entre otros: el Impuesto sobre nóminas, los pagos del IMSS. Otro aspecto que toma relevancia y que será de considerarse en este análisis es lo relativo a los trabajos temporales; cómo la figura que se encuentra definida viene a obstaculizar aún más la carga de problemas de los empresarios que ante la ausencia de un marco jurídico para los trabajos eventuales que regule de manera equilibrada la relación obrer – patronal y que no impulse la marginación empresarial acrecentando la carga impositiva con controles arbitrarios e inequitativos dejando a los empresarios en un estado de indefensión. |
| E2P21 | No, este es su talón de Aquiles para las empresas, yo creo que no es de ahora, ha sido por siempre. No, si nos remontamos a la historia, ha sido algo no nefasto, sino que ha marginado al empresario a tener que cumplir con muchos pagos, a través del desarrollo de su empresa. Lo que le corresponde, como buen empresario, es tener que pagar sus impuestos, sufragar salarios, nóminas, creo que no se queja tanto de eso como si cumplir con otra serie de normas que establece tanto el Estado como Municipio, ahí se va aumentado la carga impositiva. Habrá momentos de establecer normas que hagan fácil la apertura de un negocio, pero de que me sirve abrir un negocio rápido si cuando mi carga impositiva y mis demás procesos van a ser todos agobiantes. | Marginación empresarial (Beligerancia fiscal) Carga impositiva | |
| E3P15 | El empresario tiene que pagar renta, sueldos, todo, si hay una situación que ahora en el combate al narcotráfico el Gobierno Federal ha establecido un monto máximo en depósito en dólares para control de los que se dedican a actividades ilícitas como el narcotráfico; sin embargo el sector turismo, llámese hoteles, restaurantes, agencias de viajes se ve afectado. Si usted viene, que va a enviar a su hija en un viaje con su familia y va depositar "X" cantidad de dólares, la empresa, agencia de viajes que está recibiendo ese depósito ya no se lo recibe, ¿Por qué?, porque ya llegó a su tope de 7,000 dólares en el mes. Como estrategia nacional al combate al narcotráfico es una estrategia, como empresa, entonces afecta a las vías aéreas, aparece la quiebra, la falta de un plan espacios, de un plan de crecimiento de las empresas aéreas a nivel nacional, abrir los mercados a otras líneas aéreas, monopolios que daban Mexicana, Aeroméxico, protección, gobierno, encarecimiento de tarifas, establecimiento de medidas fiscales, programas de para combatir el narcotráfico, entonces el micro luego queda encapsulado, queda imposibilitado, en estado de indefensión , que en últimas instancias la capacitación. A mí no me hablen de capacitación, necesito dinero o que me quiten esas cargas impositivas, que me hagan agarrar un esquema flexible, fácil. | Controles arbitrarios e inequitativos Estado de indefensión | |
| E4P15 | Definitivamente, la carga fiscal y administrativa es bastante fuerte, aunado a eso, hay cuestiones, me atrevo a decir, como el IMSS, por ejemplo, que tienen por ahí sus prácticas terroríficas: si al tercer día no ha pagado el impuesto, ya está un inspector, ejecutor, en la puerta de la empresa pidiéndole embargar todos los bienes al empresario. Todo ese tipo de situaciones, definitivamente le afectan. La economía es bastante baja y la educación muy alta y todos estos aspectos afectan al empresario. | Carga fiscal y administrativa | |

Otros aspectos relevantes encontrados:

| Código | Respuesta | Aspectos |
|--------|---|----------------------------|
| EIP4 | No podemos generar por sí solos la riqueza ni los recursos para operar nuestras unidades económicas a niveles óptimos de 70, 80 o 90%, que sería un buen nivel de operación para todas las unidades económicas, llámese zapaterías, hospitales, ranchos ganaderos o plantaciones de café, no generamos los recursos suficientes, es importante la inyección de recursos . | Política pública |
| EIP7 | Así es en los municipios vecinos y, por otro lado, actualmente tenemos únicamente actividades agropecuarias, pero no somos transformadores . Esto es, la mayoría de nuestros productos llámese café, mango; incluso algunos productos turísticos no tienen ese Plus que le da la transformación, es por eso que las empresas de Tapachula hoy no tienen un posicionamiento más allá del nivel de primario, es decir, somos empresas vendedoras. Muchos de los productos que vendemos se podrían fabricar en Tapachula, sin embargo no se fabrican. | Impulso a la agroindustria |
| EIP8 | No estamos en el proceso de la transformación, hay un eslabón en la cadena productiva que no está cubierto; entonces, esto hace que todos los servicios y productos se encarezcan mucho y los que producimos (que podrían darnos un extra) no lo tenemos porque se llevan a transformar a otros sitios. Percibimos que en parte, una manera poco integral es parte del problema, lo que ocasiona no contar con niveles óptimos de operación en todas las unidades económicas. | Cadenas productivas |
| EIP10 | Sí, quiero decirte que Tapachula, por ejemplo, rompe el paradigma de que las empresas familiares no aguantan la segunda generación o la tercera generación , en Tapachula si las hay. | Permanencia |
| EIP11 | Se da, no quisiera decir o no puedo decir que sean los niveles óptimos, pero se mantienen, sentimos que de ahí el 7% debe ser microempresas y mediana y macro empresas nos vamos a 1 o 2% ¿Por qué? Porque el día de hoy escuchábamos declaraciones de nuestro delegado de economía donde él dice: "en Tapachula se censaron únicamente 1500 unidades económicas"; me parece lo que hablábamos el día de ayer, es un problema que las unidades económicas no estén registradas , hay muchas empresas, yo siento que Tapachula debe tener 4,500 o 5,000. | Censado empresarial |
| EIP12 | Que no están registradas, que no están pasando por ningún proceso de información que lleve a las estadísticas, a las gráficas, y que, por ello, incluso la productividad de la región no se reconozca . | Registro de estadísticas |
| EIP16 | La Facturación Electrónica siempre es un punto que causó mucha efervescencia hacia el final del año pasado. En la actualidad el 60, 70% de las personas ya brincaron ese proceso. Sin embargo, sigue siendo una inquietud por la falta de información , es decir, hay quien no sabe que, si compraste tu paquete y emitiste tu primera factura, terminas tu Facturación actual que tengas impresa y continuas con tu sistema Electrónico. Hay personas que no saben dónde les van a maquilar las facturas, hay personas que no saben si unas dicen folio y otros dicen hologramas, hay una ambigüedad en esa información y parte de ello es responsabilidad de las autoridades fiscales, en el caso de la Secretaría de Hacienda, porque no hubo esa información que permeara a toda la sociedad, o sea se implantó una norma que definitivamente tenemos que comenzar aplicar, pero no hubo ese baño de información tan grande. | Falta de difusión |

| Código | Respuesta | Aspectos |
|--------|---|---|
| EIP18 | Y se está fomentando la irregularidad, ahora muchas empresas, las empresas Macro ya están en ese proceso. Si nosotros recordamos hacía varios años que los grandes corporativos, que operan a nivel nacional, ya te facturan en la nómina y las empresas Micro familiares deben ir entrando al rol, ahora hay un problema muy fuerte (que observamos en las empresas), y es que comienza el mes y comienzan sus obligaciones fiscales, y no solamente las obligaciones fiscales, también algunas necesidades de las empresas, es decir, comienza el mes y si no pagas la luz antes del día 4 te la cortan, si no pagas los teléfonos antes del día 7 te los cortan, si no pagas algunos de tus proveedores ya no te surten, después vienen los impuestos estatales como es el 2% sobre nóminas, 0.5 % de seguridad en el caso de los hoteles; por ejemplo, el 2% sobre hospedaje, retención de IVA, retención y generación: porque no todos tus gastos son trasladados, no todos son deducibles. Entonces, tu operación tiene que generar, por lo menos, extra lo que tus gatos no deducibles generan en impuestos y en el Seguro Social. Así, los primeros 20 días del mes son una carga espantosa para todas las empresas. No sucede lo mismo con los grandes corporativos ¿Por qué? Porque simple y sencillamente Bodega Aurrera, Cifras, Wall- mart, Femsa, Grupo Corona, y demás compañías, concentran sus actividades fiscales en una matriz y aquí no se genera rama de impuestos, es decir, ellos hacen su operación. Es una competencia desleal, fuerte, para los que operamos de manera local. Aunado a ello, la falta de capacitación en materia fiscal es lo que le ha afectado mucho a la gente, ¿por qué?, en ocasiones ya no sabes cómo sacar adelante un requerimiento, solventar una notificación y, lo peor de todo, en Tapachula en fechas recientes tuvimos una delegada del SAT, ella imponía multas y sanciones y no le importaba. Ella decía "tu págame y después averiguamos", o sea ahorita te sanciono, muy coercitiva, entonces es lo mismo en el estado, lo mismo el Instituto Mexicano del Seguro Social, las tasas impositivas son todo el año, pero nuestras empresas operan con temporalidad, la mayoría de las empresas de la región son temporáneas. | Capacitación en materia fiscal |
| EIP19 | Los comerciantes del Centro expresan: "vienen las aguas por las tardes y ya no vendemos porque se inundan las calles, porque la gente ya no sale, pero también repercute que ya no son periodos donde ya hay cosechas, que la gente ya no tiene dinero para gastar en esos extras que gastan durante el periodo de generación de recursos a través de la venta de las cosechas". | Estacionalidad |
| E2P4 | Somos una frontera, afortunada o desafortunadamente es la considerada la Última frontera, percibo que la última frontera también en los apoyos por parte del Gobierno. | Falta de programas económicos |
| E2P11 | Cuando analizamos o sabemos todo el entorno de Tapachula, vemos que hay pocas empresas certificadas. La certificación más socorrida es la ISO 9000. Determinadas empresas, por ejemplo, como nosotros, compran el equipo contra incendios, contra robo y se observa que nada más hay 2 empresas (de las 8 existentes), que cumplen las medidas de certificación y la matriz está en Tuxtla y la otra en Mérida. | Certificación |
| E2P22 | Desafortunadamente, lo que no se ha dicho en los acuerdos, nuestras directrices gubernamentales no han acordado llegar a un punto de equilibrio con el empresario, que le permita crecer y al empresario también. | Falta de políticas gubernamentales reales |
| E3P3 | El sector turismo en esta ciudad de Tapachula se vio afectado por otro factor: las líneas aéreas. AVIACSA se retiró de la plaza hace 2 años. La aerolínea venía alimentando la economía por pago de comisiones a las agencias de viaje: alrededor de 5,000 agencias a nivel nacional. Al retirarse otras líneas aéreas ocuparon su lugar, por ejemplo: INTERJET, con aviones de 150 asientos. MEXICANA se salió del mercado a nivel nacional por problemas económicos y provocó que INTERJET suspendiera actividades de Tapachula y se fuera a ocupar las plazas más importantes que MEXICANA dejó vacantes. Estos aspectos presionaron a Tapachula en su economía y no sólo a las agencias de viajes, sino a la comunidad del sector de negocios, comercio y la población, que por razones de migración, de búsqueda de trabajo, van hacia la frontera norte. Las tarifas aéreas actuales, al existir una sola línea, no son muy atractivas. | Inseguridad en las líneas aéreas (vías de comunicación) |
| E3P14 | Sí, es difícil, es como cruzar el desierto a pie, que frente un deseo de ser un emprendedor, un empresario, muchos jóvenes piensan mejor en ganar dinero fácil; algo que a mí no me importa, porque el empresario es el que al final paga gastos de operación, ve cuanto puede disponer para reinvertir y la mayor de las veces los jóvenes prefieren tener lo seguro: "a mí que me paguen 3 pesos a la quincena y de eso vivo". | Restricción a la cultura emprendedora |

| Código | Respuesta | Aspectos |
|--------|---|-------------------------------|
| E3P16 | No, muchas gracias, creo que agregaría invitar a los emprendedores que no se rajen, que tengan acceso a la tecnología, que nos preparemos para esta lucha; quizás no todos lleguen al final, pero tendrán la satisfacción de haber emprendido algo que saben hacer, que tienen el talento para hacerlo, para servir a la sociedad en que vivimos y valga la pena. | Emprendedores |
| E4P14 | En general todo tipo de curso, tanto de ventas, servicios al cliente, cuestiones fiscales, cuestiones contables; creo que han sido una gama de cursos de diversa índole, siendo honesto lo que más llama la atención podría ser la cuestión fiscal, siempre asisten. Sin embargo, cuando es de otro tipo, como cuestiones de venta, de mejora del producto, a veces no les da el empresario la suficiente importancia. | Valoración de la capacitación |
| E4P16 | Definitivamente. A veces se percibe que los impuestos son altos y, sobre todo, que no son retribuidos, es decir, que ya sea la Federación o el Estado, todos esos impuestos que estamos pagando, a veces no sabemos dónde van a parar y esto provoca un estado de resistencia, a veces no queremos pagar los impuestos porque pensamos que no tenemos más retribución. | Transparencia fiscal |

A manera de resumen y con la información proporcionada, se ha establecido lo siguiente:

Con los resultados obtenidos se puede observar que, de acuerdo a las opiniones de los funcionarios de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios turísticos de Tapachula, el municipio de Tapachula es sensible a la variación de diversos factores tales como: la migración, salud, los periodos de cultivo, así como los periodos de contracción económica. Aunado a lo anterior la falta de inyección de recursos a la región que redundan en problemas de financiamiento, las cargas administrativas y fiscales conforman un lastre que impacta directamente a la yugular de las microempresas, dadas las características de operación inherentes a su propia naturaleza.

Como puede precisarse en las respuestas obtenidas, un factor relevante es que las microempresas tienen como atributo y característica ser empresas familiares que a su vez se distinguen, en lo general, por la falta de controles que les permitan un rendimiento óptimo, así como la falta de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y de criterios que regulen ese desempeño en el marco de estándares que les permita acceder a ser competitivos.

Al mismo tiempo, se puede observar que otro de los factores que impactan directamente en el desarrollo de las microempresas va dirigido a la actitud. Este factor relevante se podría interpretar en dos planos: la del empresario y la de los trabajadores. De igual forma, se identifica una falta de Planificación de la microempresa que le permita optar por fuentes diversas de financiamiento, que impulsen el desarrollo de competencias laborales apoyadas en un programa de capacitación y

que permita combatir un fenómeno que es descrito en la mayor parte del comercio en la región: la estacionalidad.

Es inminente la necesidad del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, pero un factor que viene a debilitar su uso es la opcionalidad que existe en las regulaciones de las autoridades administrativas en los tres niveles de gobierno; otro factor importante es la cultura, puesto que al no haber antecedentes de su uso, la evolución hacia ellas es más complicada, acentuándose al no percibirse su utilidad. Es de resaltar la marcada resistencia al cambio de los empresarios de las microempresas que viene a impactar directamente en su capacidad.

Una percepción generalizada sobre las normas de calidad es la inminente necesidad de capacitación lo que ha influido directamente en su competitividad. Otro fenómeno observado es la gran proporción de la inversión foránea lo cual provoca que los rendimientos económicos emigren hacia otras latitudes debilitando la región. Sí, hay derrama en salarios, pero representan un bajo porcentaje. Es ineludible mencionar la necesidad de desarrollar infraestructura física y humana con atributos que vayan encaminados hacia la calidad total.

Se observan factores relevantes, tales como: el comercio informal, la no inversión, la resistencia al cambio y la falta de capacitación que vienen a impactar en un escenario frente al cliente, mismo que aunado a la actitud de servicio del personal, vienen a evidenciar la falta de elementos básicos de la mercadotecnia.

En estos aspectos se resalta una marcada resistencia al cambio, que de manera indirecta viene a beneficiar a la Competencia de corporativos y transnacionales debilitando a las microempresas en su competitividad.

Se ha observado que, en la región del Soconusco, en las microempresas del sector comercial existe una gran falta de planeación en las actividades que van a desarrollar como unidades económicas. El deseo de desarrollo se observa casi ausente, lo que provoca serias dudas sobre la intencionalidad del negocio. Los rasgos más distintivos de esta percepción son la apatía que demuestran los empresarios de las microempresas para dar un servicio de calidad, donde se permean las necesidades de las tan sonadas competencias laborales, que en un ejercicio pleno de su

facultad, el recurso humano involucrado permitirá cubrir las deficiencias en sus procesos. Si éste se ve apoyado por las instituciones de Educación Superior se fomentará la vinculación académica, enfocada al apoyo al microempresario y que permita sustentar y fundamentar la inversión en capacitación que los empresarios deben realizar en un pleno convencimiento de su realidad. Al observarse una alta rotación de personal en las microempresas se puede determinar a su vez la gran necesidad de la falta de inversión en el rubro de la capacitación enfocadas al desarrollo de competencias, que a la falta del cobijo de un marco legal han provocado que los inversionistas le resten importancia a este importante rubro.

Lo político ha obstaculizado a lo económico, dada la falta de reformas que vengan en un beneficio real del ámbito empresarial como sucede en otros países. El ámbito tributario llega a ser un freno para el desarrollo de la microempresa, siendo los que mayor relevancia: el Impuesto sobre nóminas, los pagos del IMSS, entre otros.

Segunda Etapa de la Investigación

Los sujetos de estudio correspondientes a esta etapa fueron asignados a conveniencia en una muestra dirigida y no probabilística de manera aleatoria por el Gerente Administrativo de la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos: 69 empresas asignadas, entregándose las cartas de invitación a participar en el proyecto de manera coordinada con la Universidad Autónoma de Chiapas.

El trabajo de campo comenzó el día 17 de agosto del 2011, donde se tomaron varias rutas críticas y opciones de entrega del instrumento y oficio por parte de CANACO-Servytur Tapachula. Las cuales fueron así:

- Entrega de oficio e instrumento a las empresas, considerando que fuéramos atendidas en el momento y así poder tomar nota de cada una de las opiniones del responsable o dueños de las empresas.

Entrevista personal:

Es uno de los procedimientos más utilizados, ya que permite obtener mejores resultados, en el sentido de la riqueza de la información obtenida. Se aplica una “plática” con el sujeto de estudio pudiendo seguir un guión, pero que no serán determinantes ni el orden ni la presencia de los ítems.

- Entrega de oficio e instrumento, considerando ser atendidas en el momento oportuno, pero si no se encontraba el empresario disponible, se dio la opción de dejarlo, para que el empresario en su tiempo libre pudiera responder el cuestionario, pasando a recoger el día que él indicara.
- También se tuvo como opción que al dejarlos, los empresarios facilitaron la manera de entrega, al sugerir que las podían enviar por correo electrónico.

Entrevistas por correo:

Consiste en seleccionar una muestra determinada de los empresarios a quienes se envía un cuestionario por vía del correo electrónico con el propósito de que, por el mismo medio, lo devuelvan ya resuelto. Este cuestionario debe ir acompañado de una carta en la que se explica al empresario el objetivo de la entrevista y se le invita, en forma amable, a resolverlo y devolverlo con la mayor brevedad posible. Ya que los empresarios no tienen suficiente tiempo para poder atender y contestar los cuestionarios se utiliza este medio, ya que se le facilita al mismo tiempo al empresario poder contestarlo.

Las ventajas de este método son:

- I. La entrevista puede ser más objetiva porque el entrevistado tiene tiempo para meditar sus respuestas.

Las desventajas pueden ser:

- I. La falta de cooperación de los destinatarios.

2. Las preguntas deben ser muy claras.

Entrevista telefónica:

Esta técnica se ocupó en la aplicación de los cuestionarios hacia los empresarios solamente para poder localizarlos, ya que se hacía fácil poder contactarlos de manera directa para poder saber si ya tenían las encuestas contestadas.

La ruta metodológica que se llevó a cabo en el trabajo de campo fue:

1. Acudir a la Cámara Nacional de Comercio en Tapachula, Chiapas, para identificar las microempresas con las que se trabajaría en el proyecto.
2. Contactar a los representantes de las Microempresas participantes para socializar el proyecto.
3. Describir las actividades centrales que realizan las Microempresas que conformarán el diagnóstico, como lo es: la conformación de Marco Teórico, Metodologías, utilizadas en este tipo de estudios y otros más.
4. Diseñar los instrumentos de medición para obtener la información necesaria.
5. Desarrollo de los formatos de registro.
6. Aplicación de los instrumentos.
7. Captura, análisis e interpretación de la información recabada.
8. Diseño de alternativas de solución con base en la información obtenida.
9. Capacitación a los involucrados en los procesos para instrumentar un programa de intervención.
10. Integración de la tesis de licenciatura.

Las técnicas a utilizar dentro de este proyecto son: Cuestionario y entrevista, análisis estadísticos.

Operacionalización de variables

Depuración y sistema de variables:

Variables de perfil: 1. Sector; 2. Actividad / giro; 3. Denominación social; 4. Régimen de tributación; 5. Personalidad jurídica; 6. Fecha de inicio de actividades.

| Variable | Definición | | Características | Indicadores | Ítem |
|---|---|--|-----------------|-------------|--|
| | Conceptual | Operacional | | | |
| Tecnologías de la información y la Comunicación | Tratan sobre el empleo de computadoras y aplicaciones informáticas para transformar, almacenar, gestionar, proteger, difundir y localizar los datos necesarios para cualquier actividad humana. (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010) | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Usabilidad | SI NO | 1. ¿Piensa que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) tienen una aplicación/uso específico en su empresa? |
| | | | | Abierta | 2. ¿Cómo? (especificar) |
| | | | | Abierta | 8. En caso de no utilizar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) explique la razón |
| | | | Utilidad | SI NO | 3. ¿Piensa que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) le pueden ayudar en su empresa? |
| | | | | Abierta | 4. ¿Cómo? (especificar) |
| | | | | SI NO | 5. ¿Podría trabajar sin Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)? |
| Abierta | 6. ¿Por qué? | | | | |
| Número que representa la cantidad de Computadoras: ____ Paquetes: ____ | 7. ¿Cuántas PC y cuántos paquetes contables utiliza? | | | | |
| Normas de calidad | Se han definido estándares mundiales para el desarrollo de la estandarización y actividades mundiales relativas a facilitar el comercio internacional de bienes y servicios. Estos estándares permiten conocer el nivel de cumplimiento en ciertas normas de una compañía y así medir la calidad de sus productos y servicios. (Chiavenato, 2002) | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Difusión | Abierta | 9. ¿Cuál es su concepto de calidad? |
| | | | Herramientas | SI NO | 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto? |

| Variable | Definición | | Características | Indicadores | Ítem |
|-------------------|---|--|-----------------|---|--|
| | Conceptual | Operacional | | | |
| Capacitación | Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad. (Chiavenato, 2009) | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Estado | Un número que representa la Cantidad de Cursos: | 12. ¿Cuántos cursos de capacitación se tuvieron en el último año?: |
| | | | | Abierta | 13. ¿En qué consistieron? |
| | | | | Abierta | 14. ¿Quiénes los tomaron? |
| | | | | Gasto Inversión | 15. ¿Cómo considera la capacitación? |
| | | | | Abierta | 16. ¿En qué áreas considera necesaria la capacitación? |
| | | | Monitoreo | Abierta | 17. ¿Cuáles son las competencias que requiere de sus empleados? |
| | | | | SI NO | 18. ¿Considera que sus empleados cuentan con estas competencias? |
| | | | | SI NO | 19. ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias? |
| | | | | SI NO | 20. ¿Tiene los conocimientos necesarios para enfrentar a su competencia? |
| | | | | Abierta | 21. ¿De cuáles carece? (especifique) |
| Aspectos fiscales | Conjunto de impuestos, tasas y exacciones legalmente establecido por el Estado y los municipios. (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010). | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Conocimiento | SI NO | 22. ¿Conoce las últimas reformas fiscales? |
| | | | | SI NO | 23. ¿Conoce sus derechos y obligaciones ante las autoridades fiscales? |
| | | | Seguimiento | SI NO | 24. ¿Cree que le falta asesoría en el rubro fiscal? |
| | | | | SI NO | 25. ¿Qué sugerencias daría para tributar dentro de su sector? |

| Variable | Definición | | Características | Indicadores | Ítem |
|-----------------------------|--|--|-----------------|--|--|
| | Conceptual | Operacional | | | |
| Construcción de indicadores | Son medidas verificables de cambio o resultado, diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el progreso con respecto a metas establecidas, facilitan el reparto de insumos, originando productos y alcanzando objetivos. (Rebollo Lozano, 2005). | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Resultado | SI NO | 26. ¿Conoce a su competencia? |
| | | | | Abierta | 27. En caso de que SI ¿Cómo la enfrenta (con qué estrategias)? |
| | | | | SI NO | 28. ¿Se siente marginado respecto a otras empresas? |
| | | | | Abierta | 29. En caso de que SI ¿Por qué? Giro, tamaño, ubicación (enunciar opciones) |
| | | | | SI NO | 37. ¿Cuenta con organigrama? |
| | | | Desempeño | Un número que representa el % | 30. ¿Qué porcentaje de su tiempo se ocupa en labores administrativas? |
| | | | | SI NO | 31. ¿Esta carga administrativa le permite llevar a cabo otras actividades para mejorar el negocio? |
| | | | | SI NO | 32. ¿Considera la planeación como una oportunidad para obtener una ventaja ante su competencia? |
| | | | | SI NO | 33. ¿Sabe cómo llevar a cabo una planeación? |
| | | | | Abierta | 34. ¿Cómo la lleva a cabo? |
| | | | Proceso | SI NO | 35. ¿Conoce las fortalezas/debilidades de su negocio? |
| | | | | Cantidad que representa la cantidad de empleados | 36. ¿Cuántos empleados tienen?: _____ empleados |
| | | | | 0-6 meses, +6 meses, 6-12 meses | 38. ¿Cuál es su rotación de personal? |
| | | | | SI NO | 39. ¿Cuál es la principal causa de esta rotación? |
| | | | Producto | SI NO | 11. ¿Considera que reúne los requisitos para ofrecer un producto/servicio de calidad a sus clientes? |

| Variable | Definición | | Características | Indicadores | Ítem |
|----------|---|--|-----------------|-------------|---|
| | Conceptual | Operacional | | | |
| Procesos | Acción de avanzar o ir para adelante, al paso del tiempo y al conjunto de etapas sucesivas advertidas en unos fenómenos naturales o necesarios para concretar una operación artificial. (Pérez Fernández de Velasco, 2010). | Frecuencia acumulada de opiniones de los sujetos encuestados | Tipo de proceso | SI NO | 41. ¿Identifica su(s) principal(es) proceso(s)? Enuncie(los) |
| | | | | Abierta | 42. ¿Cuál es su proceso(s) principal(es)? |
| | | | | SI NO | 43. ¿Presentan algún problema? |
| | | | Almacenamiento | SI NO | 44. ¿Considera que puede mejorarlos? |
| | | | | SI NO | 47. ¿Sus instalaciones físicas son las adecuadas para prestar su producto/servicio? |
| | | | | SI NO | 45. ¿Tiene alguna forma de promocionar su negocio? |
| Venta | Abierta | 46. ¿En qué consiste? (enuncie los medios) | | | |

En función a lo anterior, para la etapa de la investigación cuantitativa se estructuró un instrumento con 46 ítems, de los cuales 22 fueron dicotómicos, a fin de conocer la presencia o ausencia de los factores en estudio. Cabe resaltar que la presente investigación fue conformada como diagnóstica, en vista de lo cual se optó por los ítems dicotómicos. Los restantes 24 fueron conformados con respuestas abiertas con diversas perspectivas de acuerdo a los factores a medir. También se conformaron 6 preguntas que permitieron agrupar los datos como variables de perfil. La intensión de esta segunda etapa fue la de la cruzar información obtenida en la entrevista con los funcionarios de CANACO – Servitur con la información obtenida directamente de los empresarios participantes en el proyecto. Como ya se mencionó fue asignada una cantidad de 69 empresas a encuestar. Esta actividad estuvo a cargo de dos tesis de Licenciatura bajo la tutela académica de los Docentes del Cuerpo Académico.



Universidad Autónoma de Chiapas
Facultad de Contaduría Pública
Campus IV y
CANACO Servytur Tapachula



El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información con fines eminentemente académicos y confidenciales y es parte de un proyecto de investigación del Cuerpo Académico “Gestión y Competitividad para el Desarrollo Organizacional” de la Facultad de Contaduría Pública en coordinación con la CANACO -Servytur Tapachula el cual se autorizó en la Convocatoria 2010 de la Subsecretaría de Educación Superior perteneciente a la Secretaría de Educación Pública. Le agradeceremos la veracidad de la información proporcionada.

| | | | |
|--|--|--------------------------------|--|
| 1 Sector: _____ | | 2 Actividad / giro: _____ | |
| 3 Denominación social: _____ | | | |
| 4: Régimen de tributación: _____ | | 5 Personalidad jurídica: _____ | |
| 6 Fecha de inicio de actividades: _____ | | | |
| 1. ¿Cuántos cursos de capacitación se tuvieron en el último año?: _____ | | | |
| 1.1 ¿En qué consistieron? : | | | |
| 1.2 ¿Quiénes los tomaron?: | | | |
| 2. ¿Cuál es su concepto de calidad?: | | | |
| 2.1 ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto?: | | Si / No | |
| 3. ¿Conoce a su competencia?: | | | |
| 3.1 En caso de que Si ¿Cómo la enfrenta (estrategias)?: | | Si / No | |
| 3.2 ¿Tiene los conocimientos necesarios para enfrentar a su competencia?: | | Si / No | |
| 3.3 ¿De cuáles carece? (especifique): | | | |
| 4. ¿Qué porcentaje de su tiempo se ocupa en labores administrativas? | | _____ % | |
| 4.1 ¿Esta carga administrativa le permite llevar a cabo otras actividades para mejorar el negocio? | | Si / No | |

| | |
|--|-----------------------------------|
| 5. ¿Cómo considera la capacitación? | (Gasto / Inversión) |
| 5.1 ¿En qué áreas considera necesaria la capacitación? | |
| 6. ¿Considera la planeación como una oportunidad para obtener una ventaja ante su competencia? | Si / No |
| 7. ¿Identifica su(s) principal(es) proceso(s)? Enuncie(los): | |
| 8. ¿Tiene alguna forma de promocionar su negocio? | Si / No |
| 9. ¿En qué consiste? (enuncie los medios): | |
| 10. ¿Conoce sus fortalezas/debilidades de su negocio? | Si / No |
| 11. ¿Considera que reúne los requisitos para ofrecer un producto/servicio de calidad a sus clientes? | Si / No |
| 12. ¿Cuántos empleados tienen?: _____ empleados | |
| 12.1 ¿Cuenta con organigrama?: | Si / No |
| 12.2 ¿Tiene una descripción de puestos?: | Si / No |
| 13. ¿Sus instalaciones físicas son las adecuadas para prestar su producto/servicio? | Si / No |
| 14. ¿Cuál es su rotación de personal? : | (0-6 meses, +6 meses, 6-12 meses) |
| 14.1 ¿Cuál es su principal causa de esta rotación? | |
| 15. ¿Cuáles son las competencias que requiere de sus empleados?: | |
| 15.1 ¿Considera que sus empleados cuentan con estas competencias?: | Si / No |
| 15.2 ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias?: | Si / No |
| 16. ¿Cuál es su proceso(s) principal(es)?: | |
| 16.1 ¿Presentan algún problema?: | Si / No |
| 16.2 ¿Considera que puede mejorarlos?: | Si / No |
| 17. ¿Sabe cómo llevar a cabo una planeación? | Si / No |
| 17.1 ¿Cómo la lleva a cabo? | |
| 18. ¿Conoce las últimas reformas fiscales?: | Si / No |
| 19. ¿Se siente marginado respecto a otras empresas?: | Si / No |
| 19.1 En caso de que SI ¿Por qué? Giro, tamaño, ubicación (enunciar opciones): | |

| | |
|---|---------------------------------|
| 20. ¿Conoce sus derechos y obligaciones ante las autoridades fiscales? | Si / No |
| 20.1 ¿Cree que le falta asesoría en el rubro fiscal? | |
| 21. ¿Qué sugerencias daría para tributar dentro de su sector? | |
| 22. ¿Piensa que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) tienen una aplicación/uso específico en su empresa? | Si / No |
| 22.1 ¿Cómo? (especificar): | |
| 23. ¿Piensa que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) le pueden ayudar en su empresa? | Si / No |
| 23.1 ¿Cómo? (especificar) | |
| 24. ¿Podría trabajar sin Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)? | Si / No |
| 24.1 ¿Por qué? | |
| 25. ¿Cuántas PC y cuántos paquetes contables utiliza? | Computadoras: ___ Paquetes: ___ |



Le agradecemos el valioso tiempo que dedicó al llenado de este cuestionario
"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"



Trabajo de Campo

Métodos cuantitativos de recolección de datos:

El trabajo de campo comenzó el día 17 de agosto del 2011, en donde se tomaron varias rutas críticas y opciones de entrega del instrumento y oficio de presentación. Las cuales fueron así:

Entrega de oficio e instrumento a las empresas, considerando que se fuera atendido en el momento y así poder tomar nota de cada una de las opiniones del responsable o dueños de las empresas.

También se optó por la entrega de oficio e instrumento, considerando la opción de dejarlo, para que el empresario en su tiempo libre pudiera responder el cuestionario, pasando a recoger el día que él indicara.

Relatoría del trabajo de campo

“Al comenzar la entrega se tuvo buen trato por parte de los empresarios, el primer día se tuvo disponibilidad de tiempo de su parte. Hay una diferencia marcada de una empresa bien establecida a una que apenas va comenzando o que tiene pocos años de vida, dicha diferencia es que la Grande no se da aires de superioridad, es sincera y se tomó el tiempo para contestar o atender en el momento; mientras que a la Pequeña, por decirlo así, se sintió que se le estorbaba o que se le quitaba el tiempo, y decía que se le dejara el cuestionario e hizo que se pasara por ella en más de tres ocasiones, eso indica que no se tiene una buena Organización dentro de esa empresa.”

“Dentro de la experiencia que se tuvo, se fue conociendo a cada una de las empresas. El saber qué tan bien organizadas están, si en verdad llevan a cabo su Capacitación como se establece desde la teoría o sólo piensan que es un requisito más, observándose que a ésta sólo recurren los Gerentes, pero no el personal, privándolos del desarrollo de sus competencias en el campo de conocimiento.”

“Se observó que algunos empresarios creen que la falta de Recursos Financieros es uno de sus principales obstáculos para crecer en el mercado, otros que lo malos gobernantes son los causantes de tanto impuesto alto.”

“También se pudo analizar que algunas empresas son sólo sucursales y que las Matrices se encuentran en otros estados del país, puesto que a la hora de preguntar sobre cómo diseñan sus estrategias o publicidad para el negocio, respondían que no sabían cómo llevarla, porque eso se los mandaba desde la Matriz. Es decir, la propia matriz no delega estas funciones a empleados o encargados de las sucursales establecidas en este Municipio para poder llevar a cabo su planeación o al menos la publicidad del negocio.”

“Se tuvo una experiencia con una empresa que preguntó si la información que se le pedía era para dársela a su competencia. Esto nos demostró un poco de desconfianza, pero en el momento se les explicó el objetivo de la Investigación y el por qué de las preguntas, entonces cambió su manera de ver las cosas prestándose a colaborar.”

“Se puede decir que en la Ciudad hay un nivel máximo de desconfianza, y un poco de escepticismo, puesto que algunos creyeron que el no tener empleados no les consideraba sujetos de estudio y de aplicación del cuestionario, o peor aún, que eran cosas que sólo el Contador podría contestar, ya que la mayoría en el rubro fiscal decían: ‘eso sólo lo sabía el Contador de la Empresa’.”

“De acuerdo a este trabajo de campo, vemos que en la ciudad de Tapachula, existen como máximo 5 empresas de las encuestadas que se encuentran bien establecidas y con un buen nivel en el mercado, ya que ellas nos hicieron notar su sinceridad, orgullo y prestigio que tienen en la ciudad. Al mismo tiempo, el sector que sobresale dentro de la Tapachula es el Comercial, y la actividad más predominante es la Venta que oscila en la distribución de Abarrotes, Refaccionarias y Electrónica.”

Presentación de resultados

Variables de perfil

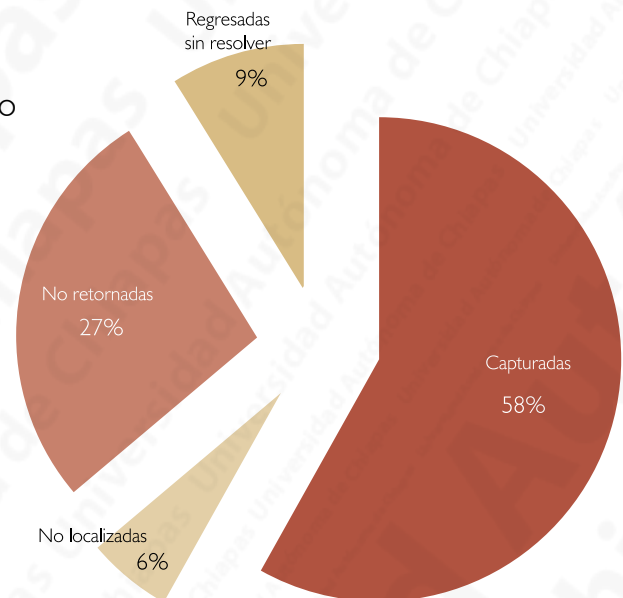
1. Sector
2. Actividad / giro
3. Denominación social
4. Régimen de tributación
5. Personalidad jurídica
6. Fecha de inicio de actividades

Muestra no probabilística, muestra dirigida a 69 microempresarios de los sectores comercio, servicios y turismo designados por conveniencia por la CANACO-Servitur – Tapachula.

Gráfica 1

Las empresas a las que se les entregaron dicho cuestionario fueron un total de 69, de las cuales:

- 40 Capturadas
- 6 regresadas sin resolver
- 4 no localizadas
- 19 no retornadas.



Ahora se hablará de las 40 empresas que participaron con este proyecto, en donde se observarán de manera cuantitativa los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición a través de las siguientes gráficas.

Respecto a la antigüedad de las empresas se pudo obtener la siguiente distribución de Frecuencias:

Gráfica 2. Resultados obtenidos de la antigüedad de las empresas encuestadas

Proyecto PRODEP

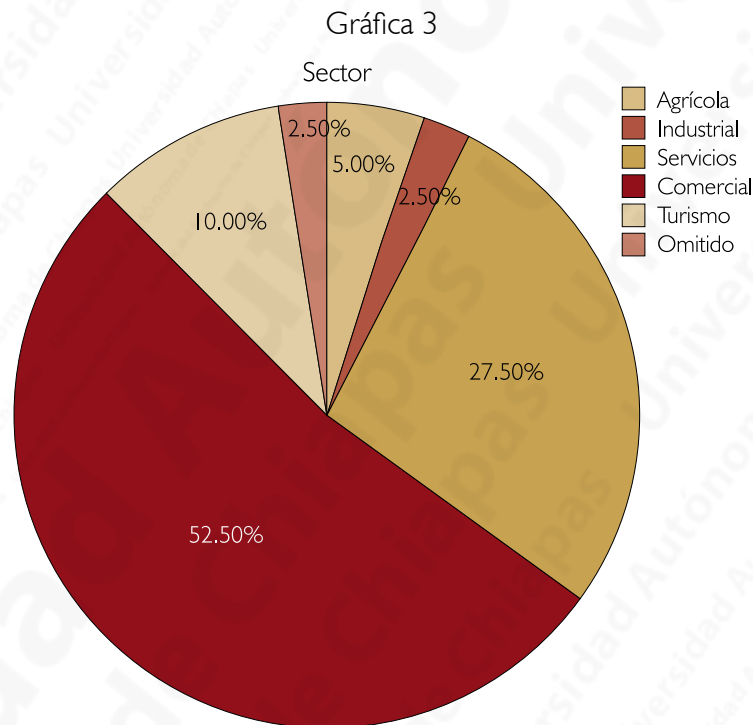
| Número | F_inicio | Calculo: | | entero |
|--------|------------|-------------|-------------|--------|
| | | dias transc | años transc | |
| 1 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 2 | 01/02/1950 | 22642 | 62.0328767 | 62 |
| 3 | 01/01/1994 | 6602 | 18.0876712 | 18 |
| 4 | 01/03/1993 | 6908 | 18.9260274 | 18 |
| 5 | 16/04/2011 | 288 | 0.7890411 | 0 |
| 6 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 7 | 21/04/1980 | 11605 | 31.7945205 | 31 |
| 8 | 01/07/2004 | 2768 | 7.58356164 | 7 |
| 9 | 05/09/1994 | 6355 | 17.4109589 | 17 |
| 10 | 30/04/1999 | 4657 | 12.7589041 | 12 |
| 11 | 01/01/1997 | 5506 | 15.0849315 | 15 |
| 12 | 01/01/1910 | 37283 | 102.145205 | 102 |
| 13 | 01/12/2000 | 4076 | 11.1671233 | 11 |
| 14 | 26/06/1986 | 9348 | 25.6109589 | 25 |
| 15 | 01/08/1994 | 6390 | 17.5068493 | 17 |
| 16 | 01/07/1988 | 8612 | 23.6945205 | 23 |
| 17 | 01/04/1996 | 5781 | 15.8383562 | 15 |
| 18 | 22/02/1996 | 5820 | 15.9452055 | 15 |
| 19 | 01/01/1991 | 7698 | 21.090411 | 21 |
| 20 | 01/04/2008 | 1398 | 3.83013699 | 3 |
| 21 | 28/05/2007 | 1707 | 4.67671233 | 4 |
| 22 | 02/09/1976 | 12932 | 35.430137 | 35 |
| 23 | 05/11/2005 | 2276 | 6.23561644 | 6 |
| 24 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 25 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 26 | 03/01/2000 | 4409 | 12.0794521 | 12 |
| 27 | 29/06/1964 | 17380 | 47.6164384 | 47 |
| 28 | 08/09/2008 | 1238 | 3.39178082 | 3 |
| 29 | 01/03/1986 | 9465 | 25.9315068 | 25 |
| 30 | 06/02/1984 | 10219 | 27.9972603 | 27 |
| 31 | 02/03/1974 | 13847 | 37.9369863 | 37 |
| 32 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 33 | 07/05/1996 | 5745 | 15.739726 | 15 |
| 34 | 08/07/1995 | 6049 | 16.5726027 | 16 |
| 35 | 01/01/2002 | 3680 | 10.0821918 | 10 |
| 36 | 05/11/1999 | 4468 | 12.2410959 | 12 |
| 37 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 38 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |
| 39 | 01/03/2010 | 699 | 1.91506849 | 1 |
| 40 | #¡NULO! | #¡NULO! | #¡NULO! | 999 |

| Años | | Frecuencias | | | |
|--------------------|--------|-------------|-----------|------------|---------|
| Mínimo | Máximo | Absolutas | Relativas | Acumuladas | Grupos |
| 0 | 3 | 4 | 10.00% | 10.00% | 17.50% |
| 4 | 7 | 3 | 7.50% | 17.50% | |
| 8 | 11 | 2 | 5.00% | 22.50% | 35.00% |
| 12 | 15 | 7 | 17.50% | 40.00% | |
| 16 | 19 | 5 | 12.50% | 52.50% | |
| 20 | 23 | 2 | 5.00% | 57.50% | |
| 24 | 27 | 3 | 7.50% | 65.00% | 20.00% |
| 28 | 31 | 1 | 2.50% | 67.50% | |
| 32 | 35 | 1 | 2.50% | 70.00% | |
| 36 | 39 | 1 | 2.50% | 72.50% | |
| 40 | 43 | 0 | 0.00% | 72.50% | 2.50% |
| 44 | 47 | 1 | 2.50% | 75.00% | |
| 48 | 51 | 0 | 0.00% | 75.00% | |
| 52 | 55 | 0 | 0.00% | 75.00% | |
| 56 | 59 | 0 | 0.00% | 75.00% | 5.00% |
| 60 | 63 | 1 | 2.50% | 77.50% | |
| 64 | 67 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 68 | 71 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 72 | 75 | 0 | 0.00% | 77.50% | 5.00% |
| 76 | 79 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 80 | 83 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 84 | 87 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 88 | 91 | 0 | 0.00% | 77.50% | 5.00% |
| 92 | 95 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 96 | 99 | 0 | 0.00% | 77.50% | |
| 100 | 103 | 1 | 2.50% | 80.00% | |
| 999 no contestaron | | 8 | 20.00% | 100.00% | 20.00% |
| Total de eventos | | #N/A | | | 100.00% |

Como puede observarse en estos resultados el 55 % de estas empresas tienen entre 8 y 39 años de permanencia en el mercado a la fecha de este informe. Se discierne que sólo se encuentran entre 0 y los 7 años el 17.5%, es decir, 7 de las cuarenta empresas encuestadas, por lo que se podría inferir que la información obtenida es de empresas con experiencia empresarial.

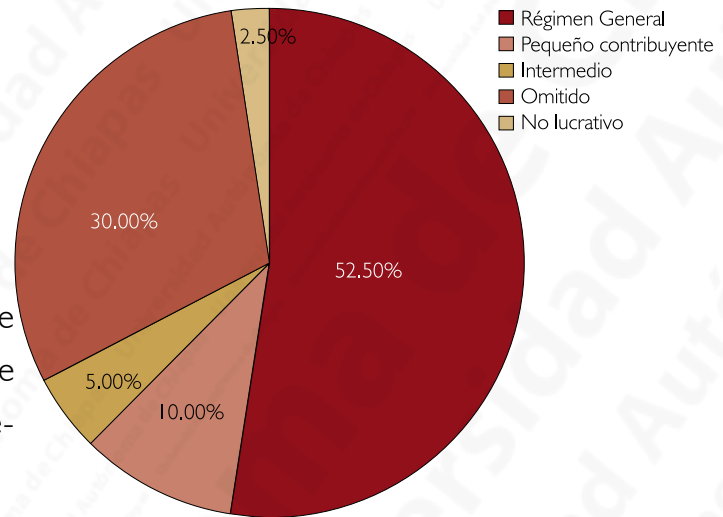
El sector económico de interés es el comercial, pero se pudieron reclasificar las empresas en tanto desarrollaran la actividad comercial, es decir, la venta de productos.

En la clasificación de los sectores fueron encontrados tres que son los establecidos de manera tradicional: Agrícola, Servicio e Industrial. Pero como se privilegió el comercial, el sector turismo se localizan dentro del grupo de servicios, pero también fue considerado, aún cuando el producto que venden es un intangible. A ello obedece que esas dos clasificaciones fueran tomadas como Sectores de manera rectora. La siguiente gráfica muestra la distribución por sectores.



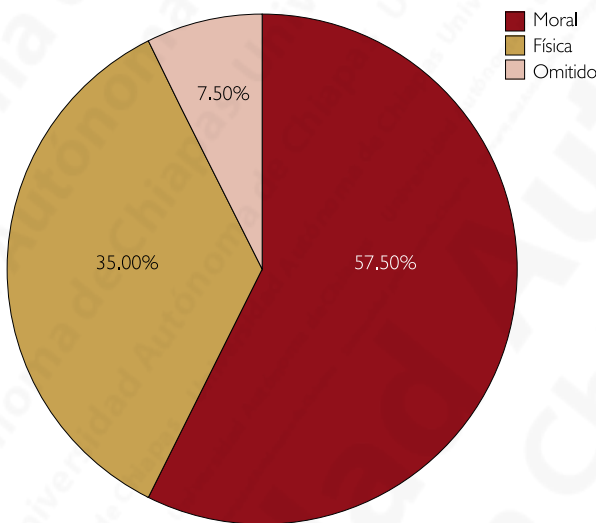
El sector de mayor presencia con un 52.5. % en esta muestra fue el sector comercial, ya que 21 empresas dijeron dedicarse a la compra-venta de productos o servicios.

Gráfica 4. Régimen de Tributación



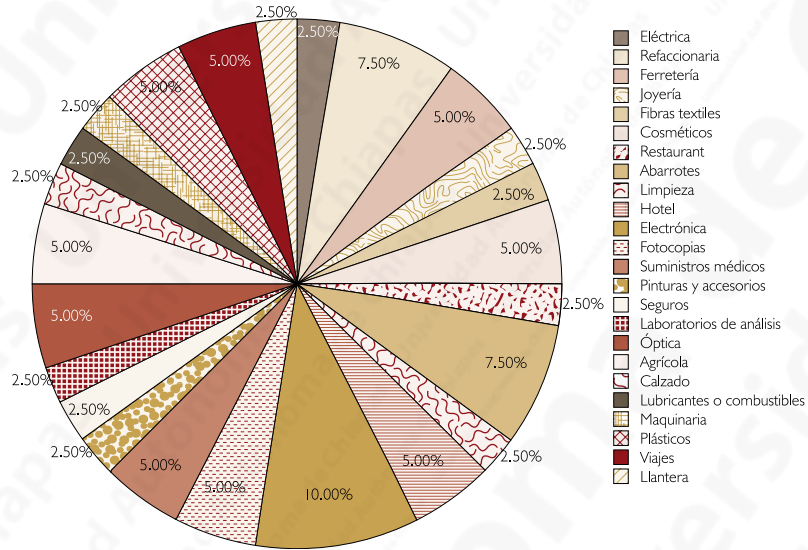
El Régimen de Tributación predominante de la muestra es el de Régimen General. Este es, principalmente, utilizado por las Empresas con Personalidad Jurídica Moral.

Gráfica 5. Personalidad jurídica



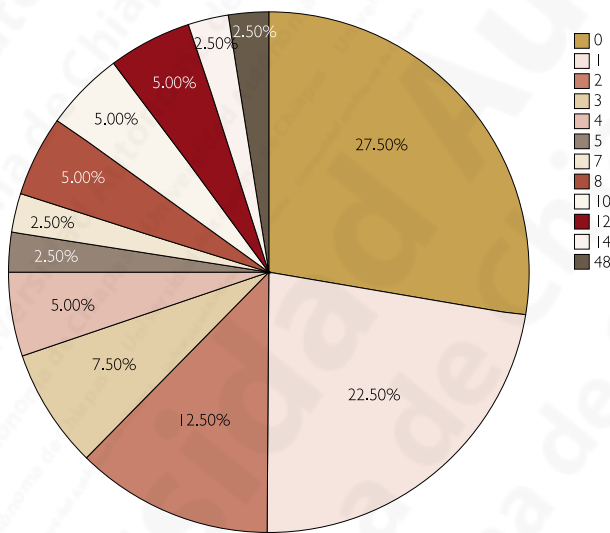
Como se puede observar la Persona Moral es una Personalidad Jurídica muy utilizada en Tapachula, la gráfica nos muestra que el 57.50% de las empresas están constituidas en sociedades.

Gráfica 6
Actividad o giro



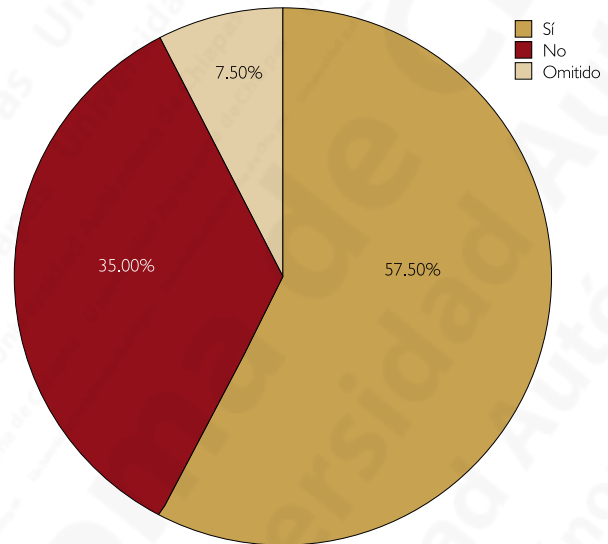
La gráfica anterior nos muestra la distribución de la muestra en función a la actividad o giro. Como se ha mencionado anteriormente en Tapachula la venta y compra, ya sea de un producto o un servicio, es una de las actividades más comunes.

Gráfica 7. ¿Cuántos cursos se tuvieron?



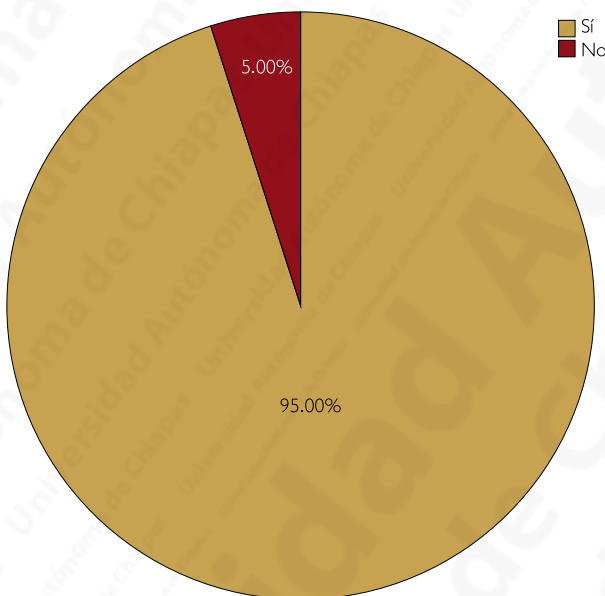
El 27.50%, que representa a 11 de las empresas de Tapachula no tuvo ningún curso de capacitación durante el periodo 2010 y sólo una empresa, que representa el 2.50%, dio a conocer que tuvo 48 cursos, correspondientes a cada sábado del año.

Gráfica 8. ¿Cuenta con mecanismo de evaluación?



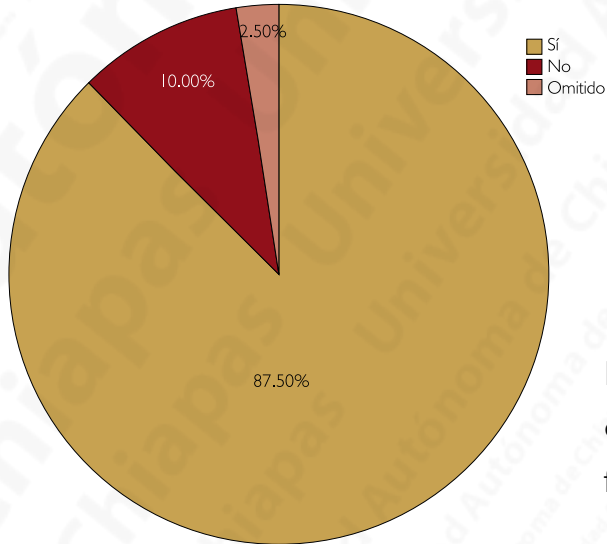
Se cuestionó sobre si saben que es la Calidad, muchas nos dijeron en lo general, que es hacer las cosas bien desde la primera vez, pero también se les preguntó si contaban con un mecanismo para evaluar este concepto y sólo un 57.50% dijeron contar con ese tipo de mecanismo.

Gráfica 9. ¿Conoce su competencia?



Todo empresario necesita conocer quién es su competencia, para saber a lo que se va a enfrentar. Conocer el nivel en que se encuentra y poder estar en capacidad con las demás empresas y el 95% de ellas sí.

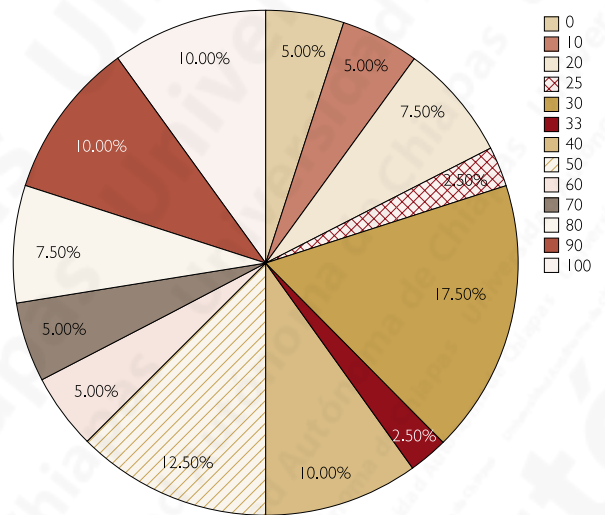
Gráfica 10. ¿Tiene los conocimientos necesarios para enfrentarlas?



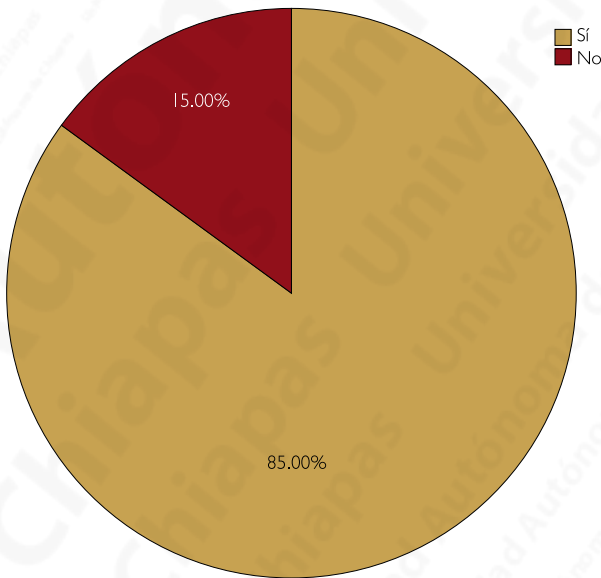
En el mismo tenor de las competencias, el 87.50% considera tener las estrategias suficientes para enfrentarlas o estar en un nivel igual, mientras que un 10% de las empresas desconoce de ellos.

Gráfica 11. ¿Qué porcentaje de tiempo ocupa?

Se les preguntó a los empresarios qué porcentaje de su tiempo ocupaban en labores administrativas, y sólo 2 (5%) de 40 no realizan ninguna labor administrativa; el 17.5% equivalente a 7 empresas ocupan un 30% en estas labores; sólo 12 empresas utilizan un 60%,

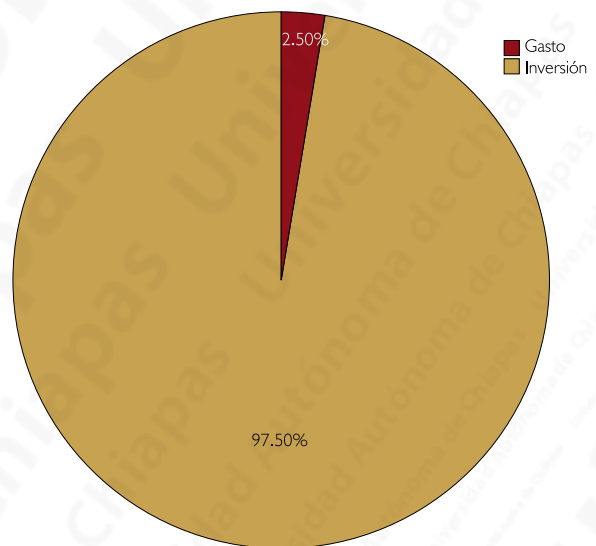


Gráfica 12. ¿Esta carga le permite llevar otras actividades?



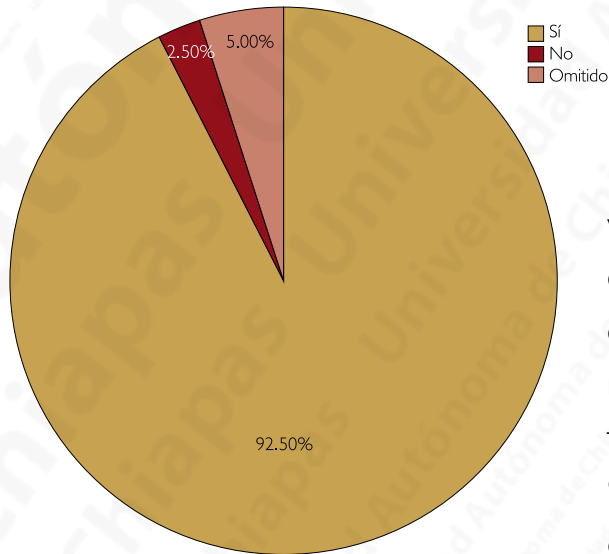
Como se mencionó anteriormente, poseyendo un porcentaje adecuado con respecto a las labores administrativas, el 85% de las empresas respondieron que Sí pueden realizar otras actividades fuera de lo administrativo, no sólo se enfocan en una sola.

Gráfica 13. ¿Cómo considera la capacitación?



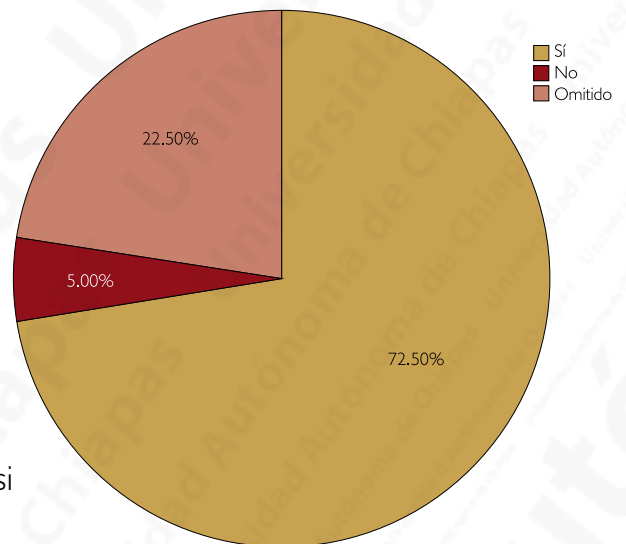
Algunas personas podrían creer que la capacitación es un gasto más para una empresa, pero vemos que los empresarios no lo consideran de esa manera, ya que al entrevistarlos un 97.5% lo razonan como una Inversión para su empresa.

Gráfica 14. ¿Considera la planeación como una oportunidad?



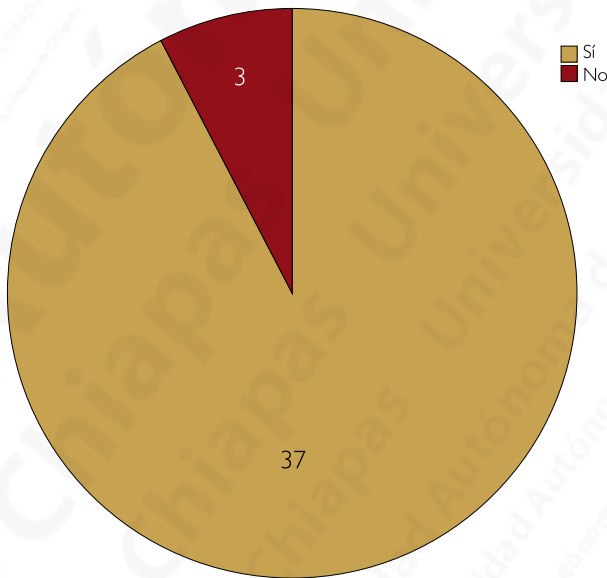
El planear sirve para poder enfrentar de manera preventiva los problemas que surjan en la empresa, es decir, sirve para saber a lo que nos vamos a enfrentar durante el proceso productivo de la empresa y, al mismo tiempo, nos sirve para mejorar y así poder tener un buen nivel competitivo. Es por eso que el 92.5 % de las empresas consideran a la planeación como una ventaja para enfrentar a su competencia.

Gráfica 15. ¿Identifica sus principales procesos?



Como vemos el 72.50% de las microempresas, si identifican cuáles son sus procesos principales.

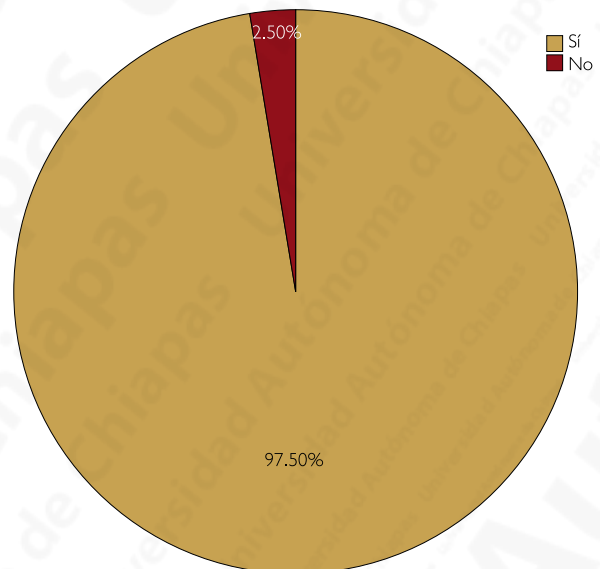
Gráfica 16. ¿Conoce sus fortalezas y debilidades?



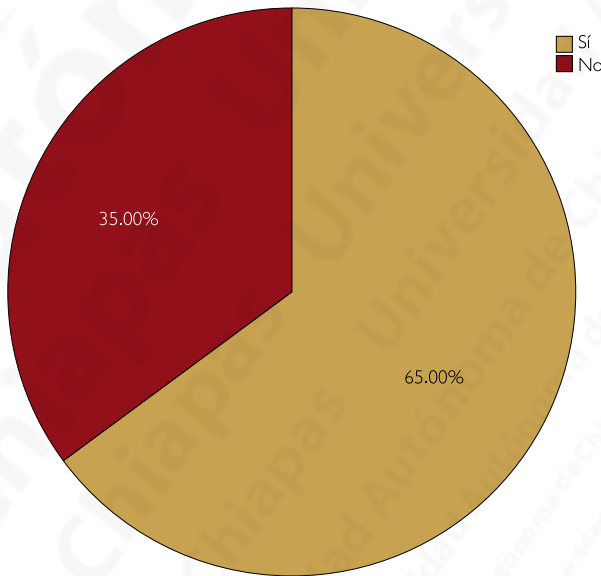
El conocer cuáles son las fortalezas o debilidades es bueno para que la empresa sepa qué es lo que tiene y que ella sola se pueda corregir según a sus defectos y virtudes y puede confirmarse: se dio a conocer que 37 empresas SI conocen realmente cuáles son sus debilidades y fortalezas.

Gráfica 17. ¿Considera que reúne los requisitos para dar un producto de calidad?

Como ya se mencionó, para poder tener un producto con calidad se necesita conocer qué es la Calidad en sí, y la mayor parte de los empresarios encuestados opinaron SI saber y conocer respecto de ella, es decir, cumplen con dichos estándares de satisfacción para el cliente. El 97.5% considera tener un Producto de auténtica calidad.

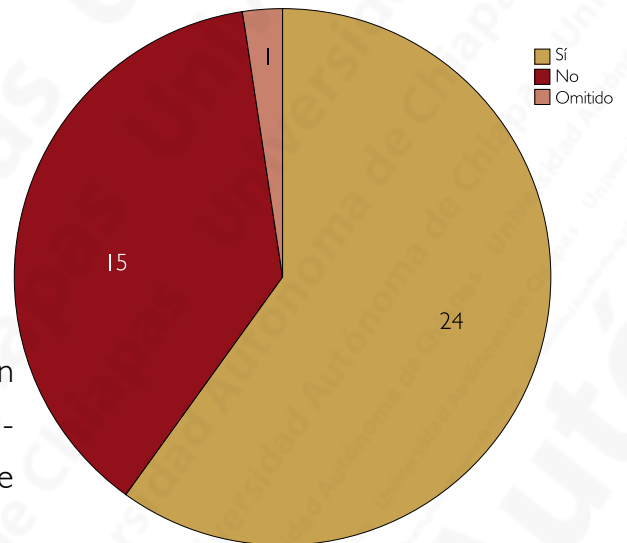


Gráfica 18. ¿Cuenta con organigrama?



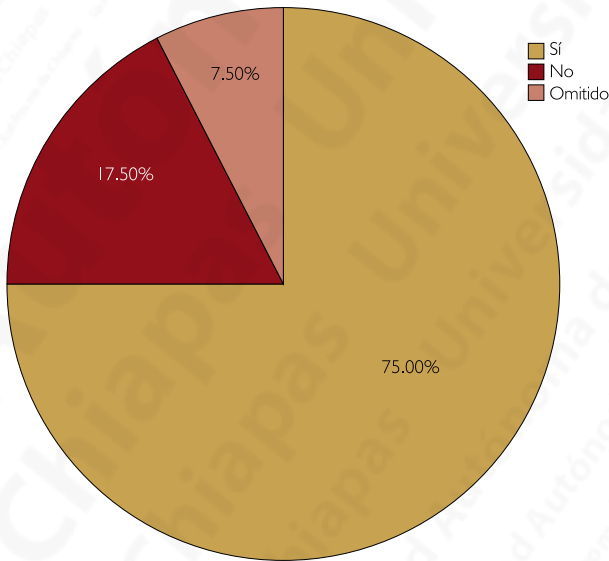
El 65% de los empresarios SI cuentan con un organigrama, facilitando la distribución de sus áreas.

Gráfica 19. ¿Tiene una descripción de puestos?



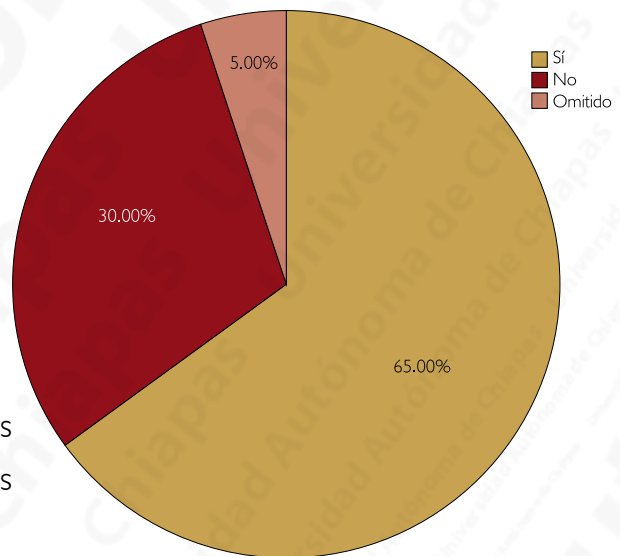
Al contar con un organigrama, se debe contar con una descripción de cada uno de los puestos que ocupan los empleados, mostrando las actividades que se realizan. El 60% dijo contar con dicha descripción.

Gráfica 20. ¿Cuentan con esas competencias?



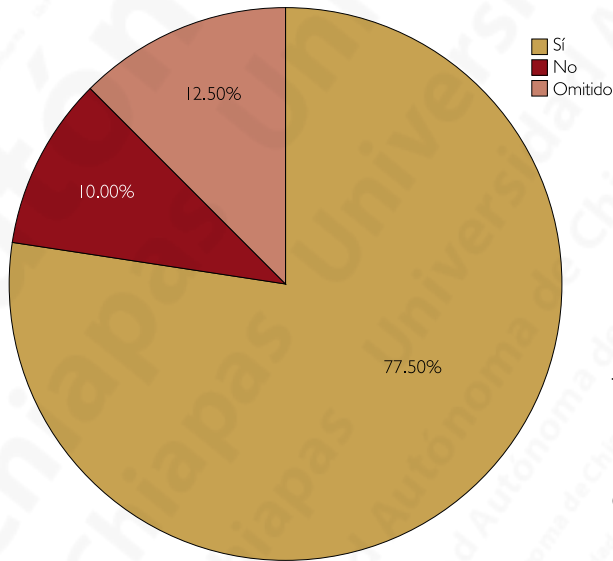
El 75% de las empresas conocen las competencias de cada uno de sus empleados. Algunos dieron a conocer que durante sus entrevistas de contratación alcanzaron a conocerlas o en otros casos las fueron obteniendo conforme a sus experiencias dentro de la empresa.

Gráfica 21. ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias?



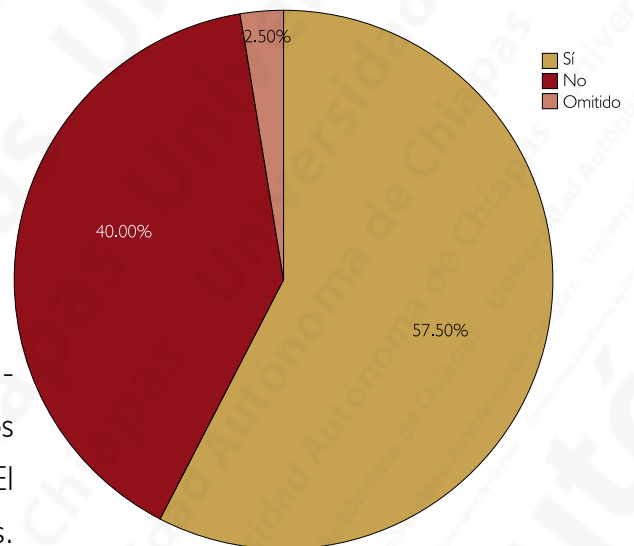
El 65% dice SI dar la capacitación adecuada a sus empleados con respecto a habilidades y destrezas que tenga el empleado.

Gráfica 22. ¿Sabe cómo llevar a cabo una planeación?



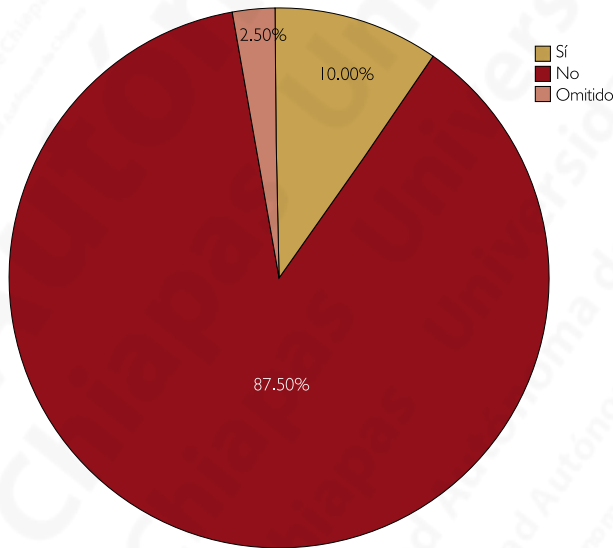
Toda empresa debe conocer cómo se lleva una buena planeación y se observa que el 77.50% dijo SI conocer cómo llevarla a cabo.

Gráfica 23. ¿Conoce las últimas reformas fiscales?



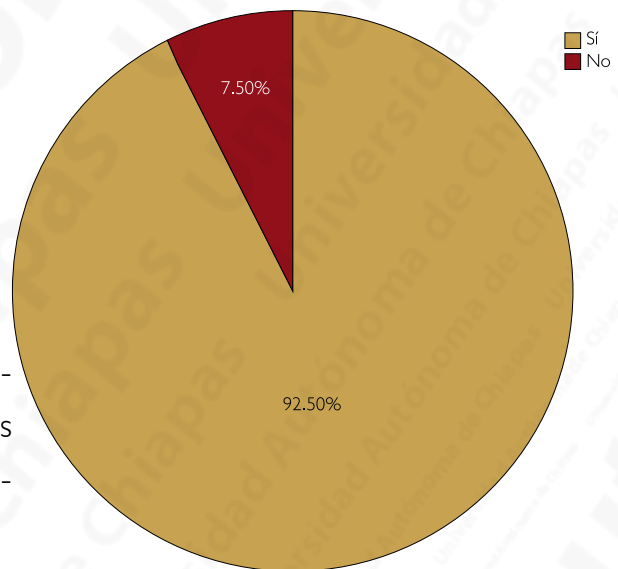
El 57.50% de los empresarios conocen las actualizaciones de las reformas fiscales, pero muy pocos de ellos la saben aplicar o manejar en su empresa. El Contador es el que se hace cargo de estos aspectos.

Gráfica 24. ¿Se siente marginado respecto a otras empresas?



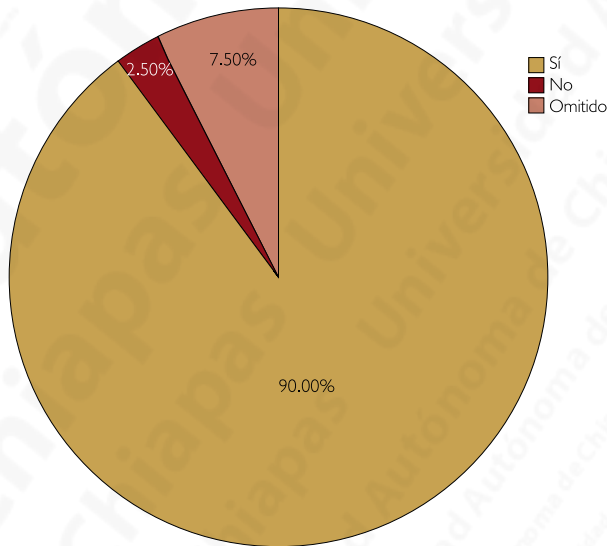
El 87.50% NO se siente marginado, porque saben que tienen las estrategias necesarias para enfrentarlas o estar al mismo nivel.

Gráfica 25. ¿Conoce sus derechos y obligaciones ante las autoridades fiscales?



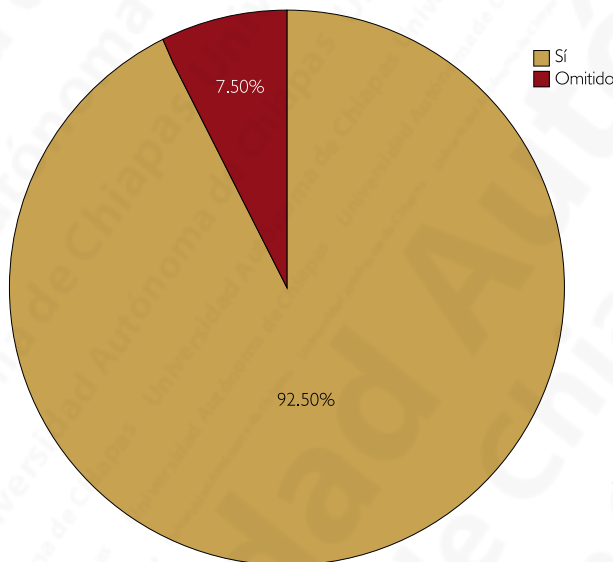
Toda empresa debe conocer sus derechos y obligaciones ante las autoridades, y el 92.50% de los empresarios de Tapachula Si cumple con dichos requisitos.

Gráfica 26. ¿Piensa que las TIC tienen un uso específico en su empresa?



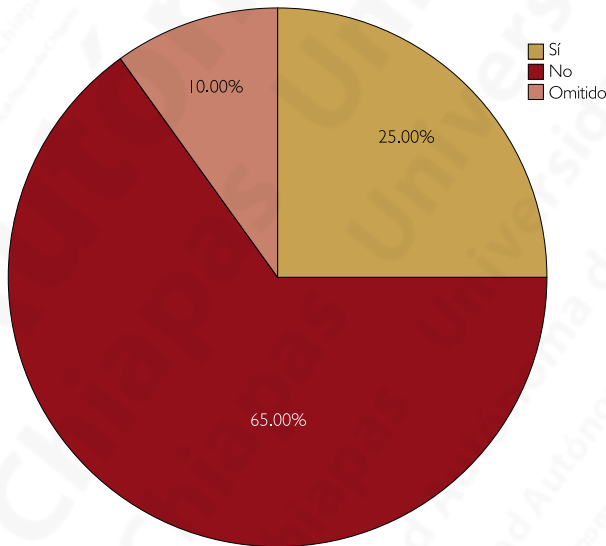
En la actualidad, las empresas todo lo manejan con Computadoras (Internet, Software) debido a que la hace más eficiente y les disminuye el tiempo en el proceso de las transacciones o actividades de la empresa, como podemos ver el 90% utilizan las TIC.

Gráfica 27. ¿Piensa que las TIC le pueden ayudar en su empresa?



El 92.50% ya cuenta con la tecnología según a su manera de trabajar y se acoplaron a ella y facilita el trabajo en la empresa, haciéndola más veloz en su desempeño.

Gráfica 28. ¿Podría trabajar sin las TIC?



El 65% dice que Si puede trabajar sin ellas, pues recordaron que anteriormente no existía mucha tecnología y no era tan necesario el uso de ellas como hoy en día.

Los aspectos se identificaron y se rescataron por cada evento, llevando a cabo una deconstrucción y el resultado fue:

Aspectos identificados:

- Actitud
- Actitud
- Actitud
- Alta rotación de personal
- Apatía
- Apoyo al microempresario
- Calidad total
- Capacitación
- Capacitación
- Capacitación
- Carga Administrativa
- Carga Fiscal
- Carga impositiva
- Ciertos Financiamientos
- Comercio informal
- Competencia
- Competencias laborales
- Competitividad
- Competitividad
- Competitividad

- Conocimiento
- Control
- Controles arbitrarios e inequitativos
- Convencimiento
- Cultura
- Deficiencias en sus procesos
- Deseo de desarrollo
- Empresa familiar
- Estacionalidad
- Estado de indefensión
- Falta de importancia a la capacitación
- Falta de planeación
- Financiamiento
- Impuesto sobre nóminas
- IMSS
- Infraestructura física y humana
- Inversión
- Inversión en capacitación
- Inversión en capacitación
- Inversión foránea
- Inyección de recursos
- Marco jurídico para los trabajos eventuales
- Marginación empresarial
- Mercadotecnia
- Niveles de operación
- Opcionalidad
- Periodos de contracción
- Planificación
- Reformas fiscales
- Resistencia al cambio
- Resistencia al cambio
- Resistencia al cambio
- Reunir atributos (normas de calidad)
- Tecnologías de Información y Comunicación
- Trabajos temporales
- Uso de las TIC
- Utilidad de las TIC
- Vinculación académica

Análisis de la información obtenida

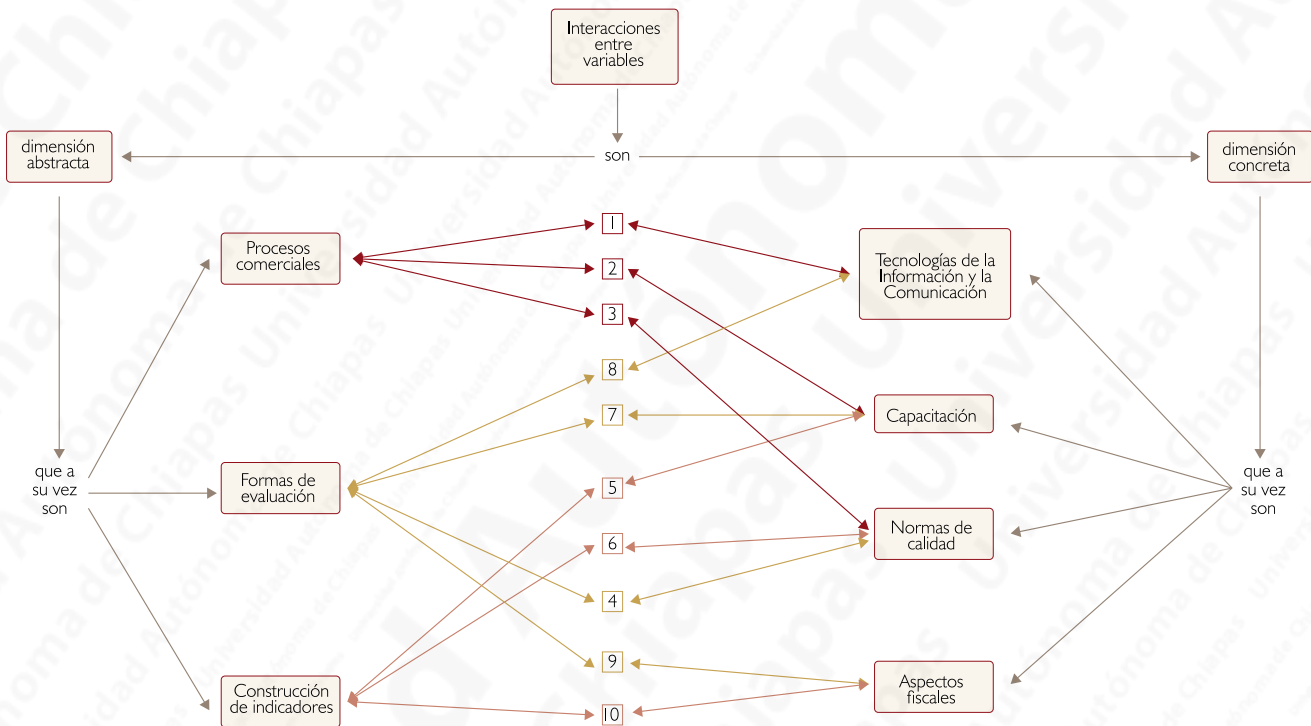
Se pudo encontrar que como característica del grupo de empresarios encuestados se encuentran en un 17.5% entre cero y siete años de antigüedad; el 35% entre ocho y diecinueve años; el 20 % entre veinte y treinta y nueve años y el restante arriba de los 40 años de antigüedad. Se pudo observar que, de manera acumulativa, el 55% se encuentra entre ocho y treinta y nueve años, es decir, son empresas con cierta madurez, pero en las que se siguen presentando los mismos problemas sintomáticos que las empresas jóvenes, es decir, manifiestan permanencia en el merca-

do, sin embargo, los resultados indican que no se ha generado conocimiento organizacional que supere su resistencia al cambio.

Con lo relacionado a los resultados cuantitativos, cabe hacer mención que una vez que se analizaron los ítems de manera individual, se procedió a hacer uso de tablas de contingencia, ya que éstas pueden organizar datos de dos variables para analizar la información con cruces de dos ítems. (Webster, 2001).

En este caso las relaciones ponderadas fueron:

Figura 4. Interacciones entre variables



Tablas de contingencia

Tomando en cuenta los referentes teóricos sobre las tablas de contingencia se procedió a establecer como intención la de “cruzar” ítems a fin de checar las condiciones de la situación ideal.

La situación ideal es la celda que representa las mejores condiciones en el cruce de los ítems.

En vista de la cantidad de ítems obtenidos se optó por establecer en la operación de las opciones de respuestas dicotómicas aun cuando se consideraron respuestas abierta.

Los ítems a cruzar son elegidos en función a su representatividad con la variable a analizar y su asociación y pertinencia con el otro ítem.

Al generarse la distribución de frecuencias en los cruces se muestra un mapa de la distribución reflejando la situación y tomando elementos para la valoración diagnóstica, cosa que es más difícil apreciar en los resultados de los ítems de manera independiente.

Tabla de contingencia No. 1

| | | 26. ¿Conoce su competencia? | | Total | |
|---|-------|-----------------------------|-------------|-------------|--------------|
| | | Si | No | | |
| 12. ¿Cuántos cursos de capacitación se tuvieron en el último año? | 0 | 9 22.5% | 2 5.0% | 11 27.5% | |
| | 1 | 9 22.5% | 0 .0% | 9 22.5% | |
| | 2 | 5 12.5% | 0 .0% | 5 12.5% | |
| | 3 | 3 7.5% | 0 .0% | 3 7.5% | |
| | 4 | 2 5.0% | 0 .0% | 2 5.0% | |
| | 5 | 1 2.5% | 0 .0% | 1 2.5% | |
| | 7 | 1 2.5% | 0 .0% | 1 2.5% | |
| | 8 | 2 5.0% | 0 .0% | 2 5.0% | |
| | 10 | 2 5.0% | 0 .0% | 2 5.0% | |
| | 12 | 2 5.0% | 0 .0% | 2 5.0% | |
| | 14 | 1 2.5% | 0 .0% | 1 2.5% | |
| | 48 | 1 2.5% | 0 .0% | 1 2.5% | |
| | Total | | 38 95.0% | 2 5.0% | 40 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

El 50% opinó haber proporcionado más de 2 cursos de capacitación al año, pero no se observó evidencia de su beneficio, la mayoría opinó que conoce a su competencia.

Tabla de contingencia No. 2

| | | 3. ¿Piensa que las TIC le pueden ayudar en su empresa? | | | Total |
|---|---------|--|----|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 1. ¿Piensa que las TIC tiene un uso específico en su empresa? | Si | 36 | 0 | 0 | 36 |
| | | 90.0% | 0% | .0% | 90.0% |
| | No | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | 2.5% | 0% | .0% | 2.5% |
| | Omitido | 0 | 0 | 3 | 3 |
| | | .0% | 0% | 7.5% | 7.5% |
| Total | | 37 | 0 | 3 | 40 |
| | | 92.5% | 0% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Hay una marcada tendencia al uso de la tecnología, así como la intención de ocuparla en la empresa, pero no se observó evidencia de manejo de ella en procesos.

Tabla de contingencia No. 3

| | | 24. ¿Cree que le falta asesoría en el rubro fiscal? | | | Total |
|--|----|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 23. ¿Conoce sus derechos y obligaciones ante las autoridades fiscales? | Si | 15 | 19 | 3 | 37 |
| | | 38.5% | 48.7% | 7.7% | 94.9% |
| | No | 1 | 1 | 0 | 2 |
| | | 2.6% | 2.6% | .0% | 5.1% |
| Total | | 16 | 20 | 3 | 39 |
| | | 41.0% | 51.3% | 7.7% | 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia.

Los resultados muestran una conciencia de la obligación fiscal, pero un poco más del 50% considera no necesitar asesoría en ese rubro, descargado dicha responsabilidad en el Contador Público.

Tabla de contingencia No. 4

| | | 11. ¿Considera que reúne los requisitos para dar un producto de calidad a sus clientes? | | Total |
|---|---------|---|------|--------|
| | | Si | No | Si |
| 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto? | Si | 22 | 1 | 23 |
| | | 55.0% | 2.5% | 57.5% |
| | No | 14 | 0 | 14 |
| | | 35.0% | .0% | 35.0% |
| | Omitido | 3 | 0 | 3 |
| | | 7.5% | .0% | 7.5% |
| Total | | 39 | 1 | 40 |
| | | 97.5% | 2.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Esta relación nos indica la necesidad de mecanismos de evaluación que permitan dar soporte a la calidad de los productos o servicios en las Microempresas.

¿Presenta algún problema en sus procesos?

| Recuento | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 8 | 20.0 | 20.0 |
| | No | 23 | 57.5 | 77.5 |
| | Omitido | 9 | 22.5 | 100.0 |
| | Total | 40 | 100.0 | 100.0 |

Fuente: Elaboración propia.

Relacionando estos datos con la tabla No. 4, se observa la presencia de escepticismo por parte de los sujetos de estudio y que aun cuando se considera contar con productos de calidad el 42.5% refleja tener algún tipo de problema.

Ahora bien, estableciendo una interacción entre las dimensiones abstractas y las dimensiones concretas se eligieron ítems que reflejaran el status de la variable y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla de contingencia No. 5

| | | 1. ¿Piensa que las TIC tiene un uso específico en su empresa? | | | Total |
|---|---------|---|------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 41. ¿Identifica sus principales procesos? | Si | 28 | 1 | 0 | 29 |
| | | 70.0% | 2.5% | .0% | 72.5% |
| | No | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | 2.5% | .0% | 2.5% | 5.0% |
| | Omitido | 7 | 0 | 2 | 9 |
| | | 17.5% | .0% | 5.0% | 22.5% |
| Total | | 36 | 1 | 3 | 40 |
| | | 90.0% | 2.5% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia.

Esta asociación permite vislumbrar el uso de tecnologías en los procesos interpretando un avance al 70% en la situación ideal.

Tabla de contingencia No. 6

| | | 19. ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias? | | | Total |
|---|---------|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 41. ¿Identifica sus principales procesos? | Si | 19 | 9 | 1 | 29 |
| | | 47.5% | 22.5% | 2.5% | 72.5% |
| | No | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | 2.5% | .0% | 2.5% | 5.0% |
| | Omitido | 6 | 3 | 0 | 9 |
| | | 15.0% | 7.5% | .0% | 22.5% |
| Total | | 26 | 12 | 2 | 40 |
| | | 65.0% | 30.0% | 5.0% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Este cruce muestra que un 47.5% recibe capacitación en los procesos principales identificados, observándose un área de oportunidad.

Tabla de contingencia No. 7

| | | 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto? | | | Total |
|---|---------|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 41. ¿Identifica sus principales procesos? | Si | 19 | 10 | 0 | 29 |
| | | 47.5% | 25.0% | .0% | 72.5% |
| | No | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | 2.5% | .0% | 2.5% | 5.0% |
| | Omitido | 3 | 4 | 2 | 9 |
| | | 7.5% | 10.0% | 5.0% | 22.5% |
| Total | | 23 | 14 | 3 | 40 |
| | | 57.5% | 35.0% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Al revisar la combinación ideal encontramos que el 47.5% si conoce sus principales procesos y que además cuenta con mecanismos para evaluar el concepto de la calidad, encontrándose otra área de oportunidad.

Tabla de contingencia No. 8

| | | 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto? | | | Total | |
|---|-------|---|-------|---------|-------|--------|
| | | Si | No | Omitido | | |
| 11. ¿Considera que reúne los requisitos para dar un producto de calidad a sus clientes? | Si | 22 | 14 | 3 | 39 | |
| | | 55.0% | 35.0% | 7.5% | 97.5% | |
| | No | 1 | 0 | 0 | 1 | |
| | | 2.5% | .0% | .0% | 2.5% | |
| | Total | | 23 | 14 | 3 | 40 |
| | | | 57.5% | 35.0% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

El 55% en la combinación ideal muestra que existen aspectos de calidad a atender.

Tabla de contingencia No. 9

| | | 15. ¿Cómo considera la capacitación? | | Total |
|--|---------|--------------------------------------|-----------|--------|
| | | Gasto | Inversión | |
| 43. ¿Presentan algún problema en sus procesos? | Si | 1 | 7 | 8 |
| | | 2.5% | 17.5% | 20.0% |
| | No | 0 | 23 | 23 |
| | | .0% | 57.5% | 57.5% |
| | Omitido | 0 | 9 | 9 |
| | | .0% | 22.5% | 22.5% |
| Total | | 1 | 39 | 40 |
| | | 2.5% | 97.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de esta interacción, el ideal es que no presenten problema, y que consideren a la capacitación como una inversión, obteniéndose un 57.5% en este rubro, aun cuando el 17.5% que también la considera como una inversión si presentan problemas en sus procesos.

Tabla de contingencia No. 10

| | | 19. ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias? | | | Total |
|--|---------|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 43. ¿Presentan algún problema en sus procesos? | Si | 5 | 3 | 0 | 8 |
| | | 12.5% | 7.5% | .0% | 20.0% |
| | No | 18 | 5 | 0 | 23 |
| | | 45.0% | 12.5% | .0% | 57.5% |
| | Omitido | 3 | 4 | 2 | 9 |
| | | 7.5% | 10.0% | 5.0% | 22.5% |
| Total | | 26 | 12 | 2 | 40 |
| | | 65.0% | 30.0% | 5.0% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Se encontró importante resaltar que también en esta interacción respecto a si reciben capacitación en competencias y observándose que no hay la presencia de problemas lo que sería la combinación ideal, pero ésta muestra un 45% lo que refleja un una necesidad del 55%.

Tabla de contingencia No. 11

| | | 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar este concepto? | | | Total |
|---|----|---|-------------|-----------|--------------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 11. ¿Considera que reúne los requisitos para dar un producto de calidad a sus clientes? | Si | 22 55.0% | 14 35.0% | 3 7.5% | 39 97.5% |
| | No | 1 2.5% | 0 .0% | 0 .0% | 1 2.5% |
| Total | | 23 57.5% | 14 35.0% | 3 7.5% | 40 100.0% |

Fuente: Elaboración Propia.

En este caso el ideal está reflejado por reunir los requisitos de calidad y contar con mecanismos de evaluación obteniéndose el 55% en este aspecto, lo que, de igual forma vislumbra un área de oportunidad.

Tabla de contingencia No. 12

| | | 10. ¿Cuenta con algún mecanismo para evaluar el concepto de calidad? | | | Total |
|--------------------------------------|-----------|--|-------------|-----------|--------------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 15. ¿Cómo considera la capacitación? | Gasto | 1 2.5% | 0 .0% | 0 .0% | 1 2.5% |
| | Inversión | 22 55.0% | 14 35.0% | 3 7.5% | 39 97.5% |
| Total | | 23 57.5% | 14 35.0% | 3 7.5% | 40 100.0% |

Fuente: Elaboración propia

En la zona ideal de esta interacción se localiza el 55%, pues aún cuando se considera a la capacitación, como una inversión un porcentaje bajo, ha implementado mecanismos para evaluar la calidad.

Tabla de contingencia No. 13

| | | 3. ¿Piensa que las TIC le pueden ayudar en su empresa? | | | Total |
|--------------------------------|---------|--|----|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 43. ¿Presentan algún problema? | Si | 8 | 0 | 0 | 8 |
| | | 20.0% | 0% | .0% | 20.0% |
| | No | 21 | 0 | 2 | 23 |
| | | 52.5% | 0% | 5.0% | 57.5% |
| | Omitido | 8 | 0 | 1 | 9 |
| | | 20.0% | 0% | 2.5% | 22.5% |
| Total | | 37 | 0 | 3 | 40 |
| | | 92.5% | 0% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

La zona ideal muestra el 52.5% enfatizando un área de oportunidad para el área de sistemas computacionales.

Tabla de contingencia No. 14

| | | 22. ¿Conoce las últimas reformas fiscales? | | | Total |
|--------------------------------|---------|--|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 43. ¿Presentan algún problema? | Si | 3 | 5 | 0 | 8 |
| | | 7.5% | 12.5% | .0% | 20.0% |
| | No | 16 | 7 | 0 | 23 |
| | | 40.0% | 17.5% | .0% | 57.5% |
| | Omitido | 4 | 4 | 1 | 9 |
| | | 10.0% | 10.0% | 2.5% | 22.5% |
| Total | | 23 | 16 | 1 | 40 |
| | | 57.5% | 40.0% | 2.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Esta combinación ideal presenta aspectos un poco críticos puesto que solamente el 40% se encuentra registrado en este rubro.

Tabla de contingencia No. 15

| | | 24. ¿Cree que le falta asesoría en el rubro fiscal? | | | Total |
|--|---------|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 33. ¿Sabe cómo llevar a cabo una Planeación? | Si | 12 | 17 | 1 | 30 |
| | | 30.8% | 43.6% | 2.6% | 76.9% |
| | No | 2 | 1 | 1 | 4 |
| | | 5.1% | 2.6% | 2.6% | 10.3% |
| | Omitido | 2 | 2 | 1 | 5 |
| | | 5.1% | 5.1% | 2.6% | 12.8% |
| Total | | 16 | 20 | 3 | 39 |
| | | 41.0% | 51.3% | 7.7% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

En esta interacción también se denota un área de oportunidad que venga a solventar el aspecto fiscal con una buena planeación.

Tabla de contingencia No. 16

| | | 18. ¿Considera que sus empleados cuentan con esas competencias? | | | Total |
|---|---------|---|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 19. ¿Reciben capacitación en relación a estas competencias? | Si | 24 | 2 | 0 | 26 |
| | | 60.0% | 5.0% | .0% | 65.0% |
| | No | 6 | 5 | 1 | 12 |
| | | 15.0% | 12.5% | 2.5% | 30.0% |
| | Omitido | 0 | 0 | 2 | 2 |
| | | .0% | .0% | 5.0% | 5.0% |
| Total | | 30 | 7 | 3 | 40 |
| | | 75.0% | 17.5% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que el ideal se encuentra a un 60%, abriendo la posibilidad de atención al importante de la capacitación.

Tabla de contingencia No. 17

| | | 40. ¿Tiene una descripción de puestos? | | | Total |
|--|---------|--|-------|---------|--------|
| | | Si | No | Omitido | |
| 43. ¿Presentan algún problema en sus procesos? | Si | 2 | 5 | 1 | 8 |
| | | 5.0% | 12.5% | 2.5% | 20.0% |
| | No | 17 | 6 | 0 | 23 |
| | | 42.5% | 15.0% | .0% | 57.5% |
| | Omitido | 5 | 4 | 0 | 9 |
| | | 12.5% | 10.0% | .0% | 22.5% |
| Total | | 24 | 15 | 1 | 40 |
| | | 60.0% | 37.5% | 2.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Se observó la necesidad de la implementación de estrategias de organización.

Tabla de contingencia No. 18

| | | 35. ¿Conoce las fortalezas y debilidades de su negocio? | | Total |
|--|---------|---|------|--------|
| | | Si | No | |
| 43. ¿Presentan algún problema en sus procesos? | Si | 8 | 0 | 8 |
| | | 20.0% | .0% | 20.0% |
| | No | 21 | 2 | 23 |
| | | 52.5% | 5.0% | 57.5% |
| | Omitido | 8 | 1 | 9 |
| | | 20.0% | 2.5% | 22.5% |
| Total | | 37 | 3 | 40 |
| | | 92.5% | 7.5% | 100.0% |

Fuente: Elaboración propia.

Se visualiza un área de oportunidad para el desarrollo de estrategias de organización.

Tercera etapa de la investigación

Como esta etapa es la de contraste, se debían considerar sujetos con una trayectoria empresarial evidente y de renombre en el mercado de productos y servicios que patentizara solidez, prestigio en su empresa y un inminente posicionamiento comercial.

Cabe hacer la aclaración que los empresarios que cubrieron los criterios de inclusión fueron doce, lo cual no fue limitativo a ellos, pero, por tiempo y espacio se tuvo que determinar esta cantidad de sujetos de estudio.

Tabla No. 3 Empresarios participantes

Empresarios entrevistados en Fase III

| No. | Entrevistado | Empresa | Giro o actividad |
|-----|--------------------------------------|--|---------------------------------|
| 1 | Ing. Alberto Pineda Tuells | Digitalissimo S.A. de C.V. | Diseño gráfico |
| 2 | C.P. Miguel Chiu Ramos | Cemeta S.A. de C.V. | Materiales para la construcción |
| 3 | C.P. Rafael Cabrera Gallardo | GL impresiones | Imprenta |
| 4 | Mtro. Guillermo Meneses Curlin | Electrica Edison S.A | Material eléctrico |
| 5 | Lic. Salvador Córdova Reynoso | Higiénicos de la Costa S.A | Material de Limpieza |
| 6 | Sr. Bernd Walter Peters Straub | Productos Naturales de de la Región Maya de Chiapas S.A de C.V | Agro-industrial y cafetería |
| 7 | Ing. Ernesto Navarro | Computadoras del Sur S.A. de C.V. | Venta de tecnología |
| 8 | C.P. Alfredo Ávila García | Vinos, Licores y Abarrotes | "Los Freddy's" |
| 9 | Mtro. Jesús García Gutiérrez | Iluminaciones del Centro S.A. | Material eléctrico |
| 10 | Lic. Carlos Humberto Cossio Escobar | Tortillerías | Comercializadora de Maíz |
| 11 | C.P. Victor Manuel Pimentel González | Grupo Inversionista del Soconusco S.A. | Casa de Empeño |
| 12 | Lic. Eduardo Pineda Arenas | Casa Caibarí | Industrial |

Fuente: elaboración propia.

Operacionalización de Variables: Sujetos de Casos - Tipo

Dimensión: Procesos comerciales.

| S | VARIABLE | DEFINICIÓN | | Características | Indicadores | Ítem | | |
|---|----------------|---|--|-------------------|--|--|--|--|
| | | CONCEPTUAL | OPERACIONAL | | | | | |
| I | Compra | Obtener algo a cambio de dinero. (Leenders, Fearon, & England, 2000) | Frecuencia acumulada de opiniones de los empresarios | Tipo de compra | Respuestas abiertas clasificando la información obtenida | 1. ¿Cómo realiza la compra de sus productos y suministros?, ¿realiza un análisis de proveedores? ¿Se le presentan problemas de desabasto de productos? ¿Con qué % de desempeño de 0 a 10 califica la variable compra? | | |
| | | | | Proveedores | | | | |
| | | | | Tiempo de entrega | | | | |
| | Almacenamiento | Parte fundamental de la inversión que evita la insuficiencia de productos dando cumplimiento a las pautas comerciales y satisfaciendo las demandas de ventas (Burbano Ruíz & Ortíz Gómez, 2000) | | Perecederos | | 2. ¿Qué manejo da a productos perecederos?, ¿Considera contar con la infraestructura física adecuada?, ¿Con qué frecuencia realiza el reabastecimiento?, ¿Con qué % de desempeño de 0 a 10 califica la variable almacenamiento? | | |
| | | | | Infraestructura | | | | |
| | | | | Rotación | | | | |
| | Venta | Es la acción y efecto de vender, traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido. (Leenders, Fearon, & England, 2000) | | Punto de venta | | 3. ¿Cómo tiene diseñado el punto de venta?, ¿Qué tipos de venta realiza? ¿Cómo las realiza? ¿Utiliza alguna estrategia de mercadotecnia? ¿Tiene quejas de sus clientes respecto al Precio? ¿Con qué % de desempeño de 0 a 10 califica la variable venta? | | |
| | | | | Tipo de venta | | | | |
| | | | | Promoción | | | | |
| | | | | Precio | | | | |
| | | | | | | 4. ¿Qué tipo de tecnología, normas de calidad y capacitación ocupa para estos aspectos? | | |
| | | | | | | 5. Respecto a estos puntos ¿cuál es su opinión del cómo se encuentran las Microempresas en Tapachula y con qué % califica el desempeño organizacional en una escala de 0 a 10? | | |

Dimensión: Procesos de evaluación

| S | VARIABLE | DEFINICIÓN | | Características | Indicadores | Ítem |
|---|-----------------------|---|--|---|--|--|
| | | Conceptual | Operacional | | | |
| 2 | Recursos Humanos | Habilidades, conocimientos y aptitudes (Chiavenato, 2002) | Frecuencia acumulada de opiniones de los empresarios | Competencias | Respuestas abiertas clasificando la información obtenida | 6 ¿Cómo evalúa las competencias laborales y/o profesionales de las personas en su empresa? |
| | Recursos Materiales | Insumos requeridos para desarrollar un proceso (Chiavenato, 2002) | | Procesos | | 7 ¿Cómo determina los niveles de eficiencia de sus procesos? |
| | Recursos Tecnológicos | Avances cognitivos y/o electrónicos (Chiavenato, 2002) | | Auditoría Informática | | 8 ¿Cómo determina si la tecnología que utiliza es la adecuada? |
| | | | | 9 ¿Utiliza alguna tecnología, Norma de calidad o programa de capacitación establecidas para evaluar su empresa? | | |

Dimensión: Indicadores.

| S | VARIABLE | DEFINICIÓN | | Características | Indicadores | Ítem |
|---|---------------------------|--|---|--|--|--|
| | | Conceptual | Operacional | | | |
| 3 | Indicadores de Desempeño | Herramientas de Gestión que proveen un valor de referencia que compara metas y logros (Pérez Fernández de Velasco, 2010) | Frecuencia acumulada de opiniones de los empresarios. | Resultados de manera individual y de manera colectiva | Respuestas abiertas clasificando la información obtenida | 10 ¿qué tipos de indicadores utiliza para determinar el nivel de desempeño de su empresa en general? ¿Son individuales o colectivos? |
| | Indicadores de Proceso | Cómo es utilizado un recurso (Pérez Fernández de Velasco, 2010) | | Desarrollo de las Actividades | | 11 ¿Cómo verifica que las actividades se están realizando adecuadamente? |
| | Indicadores de Producto | Los servicios resultantes una vez usados los recursos (Pérez Fernández de Velasco, 2010) | | Atributos del producto | | 12 ¿Cómo verifica si su producto o servicio está cumpliendo con la expectativa de sus clientes? |
| | Indicadores de Resultados | Impacto de los servicios sobre los beneficiarios (Pérez Fernández de Velasco, 2010) | | Indicadores de la eficiencia en la Planeación | | 13 ¿Cómo realiza el seguimiento de los objetivos y metas planteadas periódicamente? |
| | | | | 14 ¿Provisiona las contribuciones (impuestos) de manera mensual? | | |

Resultados de la tercera etapa

Una vez aplicadas las entrevistas se pudo observar recurrencia en las respuestas, obteniéndose el siguiente concentrado:

| Dimensiones | Características | | |
|--|---|---|--|
| | Procesos comerciales | Formas de Evaluación | Construcción de Indicadores |
| Tecnologías de la Información y comunicación | <ul style="list-style-type: none"> • Efectivamente, logramos dilucidar dos líneas concretas de acción. Una tiene que ver con diseño, artes gráficas e impresión y nuestros insumos. • Actualmente, se cuenta con un sistema de manejo de punto de reordenamiento. Anteriormente, cuando la tecnología no existía, teníamos que dedicar 4-5 horas en atender al proveedor o al agente de ventas; ahora, con la tecnología, en el momento en que yo requiero el producto se hace la orden de compra y se envía directamente al proveedor a través de internet. | <ul style="list-style-type: none"> • Ellos tendrían que estar notando rendimientos, tiempos, y el reporte a mí. Si estamos fallando ahí, aunque a nivel global si se están haciendo las evaluaciones • La información que manejo se da al término de cada uno de los meses donde vemos la rotación de los productos y los márgenes de utilidad que se obtienen, si estamos dentro de lo establecido, quiere decir que vamos avanzando. | <ul style="list-style-type: none"> • Puedo decir, sin lugar a dudas, que sé cuándo me dicen qué producción hay esta semana; sé si mi empresa este ciclo va a ganar dinero o va a perder dinero en función de lo que va a producir. |
| Normas de calidad | <ul style="list-style-type: none"> • La compra de productos se va conformando como un catálogo, a través de los años, tomando en cuenta la calidad de los insumos que uno va requerir, y va uno seleccionando a los proveedores más serios que tengan los productos de mejor calidad, siguiendo con la misma premisa nos apoyamos con los clientes que nos compran, tenemos clientes que nos compran desde hace 82 años de forma continua, entonces tenemos un proveedor que está comprometido con nosotros y tratamos de tener una proveeduría que sea local, a veces no es lo ideal, pero se han ido desarrollando alianzas que han funcionado muy bien, tales como creativo, poco a poco se va haciendo la cadena productiva. • En cuanto a la calidad, por lo delicado de los procesos, hay varias marcas de la región que son diseños propios. | <ul style="list-style-type: none"> • A veces el trato es personal. Cuando un cliente, que se presenta, que llega de visita, se le pregunta si está bien atendido, qué es lo que desea o si está todo en orden, es esa una de las maneras de poderlas corroborar. Y la otra, si las existencias sean entregadas en tiempo y forma, entre las cantidades y calidades que pidió el cliente, es el mismo el cliente el que te lo pide. • Hacemos muchas encuestas, a pie, en la calle, en la competencia, entonces sacamos encuestas para saber lo que está pasando, para modificar las situaciones, si no preguntas, cómo vas a saber, así es que la encuesta es fabulosa para enterarnos de muchas cosas. • Ya entrando a las grandes ligas los clientes nos querrán exigir las ISO famosas, mientras tanto nosotros estamos desarrollando nuestras propias normas | <ul style="list-style-type: none"> • Lo más importante es el volumen de venta, si el cliente ya está dejando de llegar es que el cliente ya no está conforme con nosotros • Como decía pocas veces me regresan un producto, puesto que estos vienen directamente de fábrica y ya es garantía para el cliente • Debemos de satisfacer en tres días la demanda del cliente, pedimos 5 cuando nosotros tomamos el compromiso, pero normalmente, internamente estamos muy al pendiente de que en tres días el pedido salga, entonces a menos que sea catalogado un pedido especial • Mis indicadores más que nada son mis ventas |

| Dimensiones | Características | | |
|-------------------|---|--|---|
| | Procesos comerciales | Formas de Evaluación | Construcción de Indicadores |
| Capacitación | <ul style="list-style-type: none"> • Ahí hemos fallado, ¿en qué sentido? Tenemos una encuesta de satisfacción del cliente (sobre todo para el área de servicio), y le falta consistencia, son unas de las cosas que reviso con él y no la aplican siempre. • Su asistencia, su cooperación, que tenga limpia su área de trabajo, con el compañero que se apoye; una serie de factores más como: que se califique mes con mes, se premia al mejor empleado, se tiene un dinero adicional calificado por los mismos compañeros. | <ul style="list-style-type: none"> • Va de la mano, la capacitación es un ejercicio permanente, estamos trabajando con y para seres vivos, seres humanos que piensan y si este mercado es cada día más exigente, requiere alta calidad y bajo precio, ya no quiere pagar de más, quiere barato y bueno. • Llevo un control estadístico del personal; en donde se está evaluando todos los días. • Hay puntos que tocaron de forma directa, me invitan a pensar que debo hacer unos análisis para mejorar. Me gustaría contar con la serie de preguntas que me hiciste para poder recordar qué puntos puedo mejorar. | <ul style="list-style-type: none"> • Mira, son marcas líderes, puesto que la calidad del producto la manejan a nivel internacional, entonces, por ese camino lo único que hacemos es atender al cliente. • Son de las dos formas. Tenemos la unidad en promoción que es venta y esta la tenemos de menudeo, y las que son institucionales porque atendemos empresas corporativas; quiero dar la buena noticia que también nos piden diseños y en algunos casos instalaciones fuera de Tapachula. • Normalmente se hacen individuales, para ver rendimientos en el departamento de ventas, el número de personas que realizan volúmenes, importes, en lo que se refiere a las otras aéreas que estén cumpliendo en oportunidad y que sepan desarrollarlo de forma adecuada. A veces puede existir un problema, pero se hace de manera individual; en cuanto al colectivo los jalamos, platicamos con ellos, se protegen, buscan la manera de salir adelante, pero principalmente tenemos problemas con el personal operativo. |
| Aspectos Fiscales | <ul style="list-style-type: none"> • La carga administrativa y fiscal en las empresas es la que a veces interfiere en el crecimiento de las mismas. • Definitivamente, la carga fiscal y administrativa puesto que es bastante fuerte, aunado a eso, hay cuestiones, me atrevo a decir, como el IMSS | <ul style="list-style-type: none"> • Hemos contado con esa capacitación en cuestión fiscal, en cuestión de la Ley Federal del Trabajo. En cuestiones administrativas tuvimos intercambios con la universidad y se percibió una apatía grande. | <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de medidas fiscales, programas de para combatir el narcotráfico, entonces el micro queda encapsulado, imposibilitado, en estado de indefensión, que en últimas instancias la capacitación. A mí no me hablen de capacitación, necesito dinero o que me quiten esas cargas impositivas, que me hagan agarrar un esquema flexible, fácil. |

Conclusiones

Se observa que de acuerdo a lo propuesto en el concepto de la totalidad, en el ámbito empresarial, en lo que respecta al ejercicio de la Gestión, en muchas ocasiones se dejan a un lado aspectos relevantes que son vistos en su individualidad, pero que, en ese estatus no llegan a ser tan utilitarios en el ejercicio de la Administración, puesto que su integralidad y las relaciones que se generan con otros componentes de ese entorno llegan a impedir en muchas ocasiones el logro de los objetivos, afectando en la permanencia de las empresas en el mercado.

Los resultados muestran que, al observar las variables de manera individual, en muchas ocasiones no manifiestan ningún tipo de problema, sucediendo lo contrario cuando se interrelacionan reflejando con mayor precisión la realidad organizacional.

Se observa que, de acuerdo a las interacciones obtenidas, las variables de estudio presentan áreas de oportunidad entre las que resaltan:

Tecnologías de la Información y la comunicación

Hay conciencia en la utilidad y usabilidad de estas herramientas tecnológicas, pero a su vez se observa una resistencia al cambio para integrar o articular los procesos principales a la automatización, prefiriendo en muchas ocasiones, realizarlos de manera manual. El financiamiento para su adquisición es otro aspecto que se pone en relieve, encontrándose como alternativa de solución que la Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos de Tapachula tiene la posibilidad de tramitar financiamientos ante la Secretaría de Economía, pero los empresarios ignoran tal alternativa, quedando en retraso con respecto a su utilización.

Normas de Calidad

Se observa una amplia difusión de los conceptos de calidad, así como de las herramientas auxiliares en el proceso de gestión de ésta. Pero como es comentado por los funcionarios de la CANACO – Servytur y rescatado de la opinión de los empresarios, existe poca aplicación de mecanismos de evaluación, no se ha desarrollado una cultura de la calidad en una dimensión que vaya incrustada en los ámbitos operativos de los recursos tanto humanos, materiales como

tecnológicos. Los indicadores utilizados parecen ser insuficientes para mantener a la empresa en altos niveles de competitividad.

Capacitación

Se observa de manera generalizada, desde la perspectiva de los funcionarios de la Cámara, así como rescatando de la opinión de los empresarios, que la capacitación se da de una manera situacional. Es decir, en muchos de los casos la capacitación no va dirigida al personal operativo, ni al desarrollo de competencias en su ámbito de trabajo, la mayoría de las veces a mandos medios y superiores y va dirigida a otros aspectos de la empresa. Los porcentajes comentados por la CANACO – Servytur dejan ver áreas de oportunidad, pues es un porcentaje muy bajo el que atiende a los llamados a asistir a los cursos promovidos por ésta u otras instancias.

Aspectos Fiscales

Como es mencionado de manera reiterativa en las entrevistas tanto a empresarios como a funcionarios, el aspecto tributario se convierte en un talón de Aquiles para los empresarios cuando no llevan una buena planeación fiscal. Hay conciencia en el cumplimiento de esta contribución tributaria, pero, de acuerdo a los resultados obtenidos, se observan algunas áreas de oportunidad a atender.

Retomando los objetivos de la investigación:

Determinar el nivel de intervención que

- a) Las tecnologías de Información y comunicación,
- b) Las normas de calidad y
- c) La capacitación
- d) Aspectos Fiscales.

Tienen en el Desempeño Organizacional de las Microempresas en Tapachula, Chiapas.

Con la información recabada se puede inferir que:

Algunas empresas que aparentan estar establecidas en la localidad son sucursales de otros corporativos a nivel nacional. El problema que se observa es que no cuentan con normas o políticas establecidas ad hoc para el entorno donde éstas desarrollan sus actividades de comercio, pues tienen que esperar las órdenes de su Matriz. Es decir, no cuentan con un control de calidad propio, lo que contrasta con los preceptos de creatividad e innovación postulados desde la escuela humano relacionista de la Administración.

En su opinión los empresarios consideran que es importante la actualización de la Tecnología, motivo por el cual es considerada como una herramienta avanzada para el buen control de sus empresas debido a que no pierden mucho tiempo al realizar sus actividades. En algunos casos no las adquieren por falta de Recursos Económicos, falta de conocimiento y en alguno que otro caso miedo (existe incertidumbre).

Un factor relevante podría ser la marcada resistencia al cambio, pues afrontarse a la actualización podría pensarse que son gastos innecesarios, es decir, al obtener maquinaria nueva, tanto el Gerente y empleados que la lleguen a operar tendrán que tomar cursos de cómo manejarla. No sólo puede ser una gran maquinaria pesada, también puede ser una simple computadora, todo lo que implique tecnología. Esa misma resistencia al cambio podría ser interpretada como miedo o incertidumbre, aunque reflexionando surgiría la pregunta ¿miedo a que?, ¿a quedarse atrás de las demás empresas?, ese si sería un problema, el NO actualizarse y quedarse atrás los dejaría fuera de competitividad.

La mayor parte de las empresas consideran que la capacitación es una inversión, pero mucha de ellas no la utilizan, o no se evidencia un uso óptimo, la creen una obligación más no un elemento importante de desarrollo de la empresa. Esto se refleja pues aun cuando el 97.5% considera que es una inversión el 50% dijeron haber impartido entre 0 y 1 curso en el año del 2010, en una muestra en la que el 55 % tiene entre 8 y 16 años de permanencia en el Mercado, lo que deja ver la necesidad de la implementación de estrategias que consideren el *coaching* y el *mentoring* como ejes fundamentales y estrategias impulsadas por las Instituciones de Educación Superior, obteniéndose un beneficio bidireccional, es decir, la teoría retroalimentada por la empírea y la empírea basada en sustento teórico.

La Capacitación es una herramienta eficiente para desarrollar habilidades y destrezas (competencias) en los empleados para que puedan trabajar con eficacia, eficiencia, rapidez y tengan un desempeño adecuado en el área de su responsabilidad, pues, como se ha mencionado anteriormente, algunos empresarios la toman como una inversión, pero tal vez una inversión que no creen que sea recuperable, o recuperable a largo plazo, porque en realidad no lo ven así, se alcanza a ver cierta evidencia de que no le dan la importancia necesaria. Se observan vestigios de que capacitan a sus empleados, pero no a todos, no los motivan a creer que esto puede ayudarlos en sus trabajos, sino que también como persona. La capacitación trae conocimientos y estos los pueden ayudar a crecer en su trabajo, pero aun así se observa que hay resistencia a los cambios.

En lo referente al aspecto fiscal, en éste, los empresarios dependen de manera excesiva del Contador Público, es decir, ¿realmente sabe o conoce el empresario acerca de la contabilidad de su empresa?, no sólo porque el Contador les diga que todo está bien se deberían sentir satisfechos. En este punto se denotó que los Dueños o Propietarios confían mucho en el Contador y les dejan las responsabilidades, provocando desconocimiento en todo lo relacionado a ello, por ello se podría estar impactando en un bajo Desempeño ya que como Dueño o Gerente se deberían involucrar un poco más en saber, por lo menos cómo se lleva a cabo la Contabilidad de su empresa con el objeto de que entre ellos se hable el mismo idioma y se cruce información vital para impulsar el desarrollo de la entidad económica.

Después de realizar una deconstrucción se integraron las variables identificadas categorizándolas reclasificándolas. La categorización obtenida fue:

Cuadro No. 8 Categorización Obtenida

| No. | Variable identificada | Categorías y reclasificación |
|-----|--|---|
| 1 | Actitud | Apatía Resistencia al cambio Compromiso Deseo de desarrollo Convencimiento |
| 2 | Apoyo al microempresario | Tipo de apoyo Ciertos Financiamientos |
| 3 | Competitividad | Capacitación Calidad total Conocimiento Carga Administrativa Falta de importancia a la capacitación Falta de planeación |
| 4 | Inversión | Inversión en capacitación Inversión foránea Inyección de recursos Financiamiento |
| 5 | Niveles de operación | Procesos (C,A,V) Mercadotecnia Reunir atributos (normas de calidad) Infraestructura física y humana Alta rotación de personal Competencias laborales Deficiencias en sus procesos Control Planificación |
| 6 | Carga impositiva | Impuesto sobre nóminas IMSS Reformas fiscales Controles arbitrarios e inequitativos Marginación empresarial (beligerancia fiscal) Estado de indefensión |
| 7 | Tecnologías de la Información y las Comunicaciones | Usabilidad Utilidad Opcionalidad |
| 8 | Factores externos | Vinculación académica Periodos de contracción Estacionalidad Marco jurídico para los trabajos eventuales |
| 9 | Políticas Públicas | Comercio informal Competencia Trabajos temporales Empresa familiar Cultura Financiamiento Transformación |

Fuente: Elaboración Propia.

Estos aspectos han sido abordados en diferentes estudios organizacionales pero de manera disgregada. Tomando en cuenta el concepto de la Totalidad de Hugo Silverman, concepto que también es sustentado por Karel Kosik, deben ser abordados de manera holística, es decir, de manera integral.

Estrategias de intervención

El siguiente paso en la ruta metodológica de la investigación será pasar del Diagnóstico al ámbito de la intervención.

Se ha podido observar, a través del desarrollo de esta Investigación, que muchas de las problemáticas de las Microempresas del Sector Comercial en Tapachula no son tan distantes de las que han sido analizadas en las citas realizadas en el Marco Teórico conformado de diversos autores.

Para encontrar una alternativa de solución a un problema pueden utilizarse las estratégicas como medios o instrumentos, por ello se dice que una estrategia da la respuesta o solución a distintos problemas que se suscitan en todos los aspectos de la vida de un negocio, desde la Administración hasta la Producción, desde las compras de materias primas hasta la comercialización del producto. Igualmente es un recurso que nos sirve para arribar a un escenario deseado o para evitarlo en caso de que se anticipe un escenario negativo. La estrategia, valida la solución a un problema dado al ser una medida práctica, cuya permanencia previene nuevos problemas y ayuda a lograr los objetivos empresariales. (Ángeles Hernández, 2007).

De acuerdo a lo anterior, se ha podido observar que algunos canales que los empresarios ocupan para lograr financiamiento o son muy onerosos o en su caso muy complejos, por lo que una alternativa podría ser involucrar a Instituciones de Educación Superior que funjan como eslabón que valide o rectifique las fuentes de necesidades de la empresa y se canalice su correcta aplicación, consolidando una de las funciones sustantivas que sería la vinculación con los sectores productivos.

Respecto a las Tecnologías de Información y comunicación se podría, de igual forma, impulsar la usabilidad con las microempresas, a través de prácticas profesionales que las involucren

teniendo como perspectiva un análisis pre y post intervención. Lo anterior puede verse impulsado a través de convenios de colaboración académica entre las Cámaras Empresariales y las Instituciones de Educación Superior (Jurado Arellano & Juárez, 2007).

Al desconocer la situación financiera del negocio por parte del Dueño le impide establecer controles y registros necesarios para conocer los ingresos, egresos, rotación de inventarios, ventas a crédito. Es decir, la mayor parte de insumos para el proceso de toma de decisiones. Al percibir a la Contabilidad únicamente con fines fiscales y no para la toma de decisiones, la convierte de un elemento utilitario a un elemento de trámite administrativo, lo que hace necesaria nuevamente la intervención de la Institución de Educación Superior, a través de prácticas profesionales incorporadas a los planes y programas de estudios que estén validadas mediante convenios con las Cámaras Empresariales, conformando una comisión tripartita (IES, Cámaras y empresarios) que las evalúe y de seguimiento.

Generalmente, las Microempresas establecen sus bases de operación de manera verbal e informal, lo cual origina inconformidad al realizar las actividades. De forma regular no se tienen por escrito los manuales de políticas y procedimientos que proporcionen la información sobre el orden cronológico y secuencial de las operaciones que se realizan en las empresas. Pudiéndose acotar "donde no hay orden prevalece el caos". La mayoría de las Microempresas carecen de un sistema de evaluación del Desempeño del Personal, no se supervisa el cumplimiento de objetivos, e incluso el primero en romper las reglas en aspectos de políticas o de procedimientos es el mismo dueño del negocio, lo cual origina que el personal le reste importancia a esta evaluación. Por lo tanto, el diseño de un programa de evaluación del desempeño no sólo de personal sino de todos los componentes que conforman la empresa (indicadores de Desempeño, Proceso, Producto y/o Resultados), podría ser una estrategia que coadyuve en la solución de este problema.

Para conocer a los clientes, independientemente de si han utilizado o no los servicios que proporcionan las empresas, se debe generar una base de datos mediante la cual se pueda obtener un panorama general de la relación que se tiene, y dicha base debe contener los datos representativos de cada uno de ellos.

Lo anterior nos deja ver la necesidad de que los empresarios se auxilien en algunas de las siguientes estrategias:

Participación específica de un Experto. Es el caso del asesor fiscal, contable o legal, que se ha especializado en un tema particular requerido por la organización, sobre el cual el directivo no tiene suficiente tiempo o recursos para profundizar.

Acompañamiento de un experto en la operación de la empresa. Es el caso del asesor para lograr una mejora en los resultados mediante el aporte, reconocimientos que contribuyen a identificar los elementos claves.

Coaching (Entrenamiento). En este caso el empresario es apoyado por una persona que domina una metodología para ayudarlo a organizar sus ideas y tomar decisiones, no necesariamente tiene conocimientos especializado sobre ningún aspecto de la empresa.

El *mentoring* es un proceso de aprendizaje personal por el que una persona asume la propiedad y la responsabilidad de su propio Desarrollo Personal y profesional. Para ello, se establece una relación personalizada dirigida por el mentorizado, a través de la cual el mentor invierte su tiempo, comparte su conocimiento y dedica su esfuerzo para que el mentorizado disponga de nuevas perspectivas, enriquezca su forma de pensar y desarrolle todo su potencial como persona y como profesional.

Reuniones de Directivos. Existen organizaciones que contribuyen a mejorar las habilidades de los Directivos mediante el intercambio de experiencias en grupos cuidadosamente integrados (Debernardo & Hurtado Hernández, 2010).

Esto se puede lograr bajo la intervención de la unión de las Cámaras empresariales y las Instituciones de Educación Superior, creando grupos de trabajo supervisados tanto por los Empresarios como de los mandos de las Instituciones de Educación Superior.

Dos aspectos que son muy relevantes son los relacionados a la Cultura de la calidad y a la cultura empresarial, ambos aspectos desde su perspectiva práctica tiene que ser forzosamente emitidos en un plano de aceptación y convencimiento los cuales pueden ser logrados mediante campañas continuas de sensibilización.

Refiriéndonos al aspecto fiscal, se podría, mediante la intervención de la IES, analizar y adoptar o en su caso ajustar modelos tributarios que han funcionado en otros países y que a la fecha han demostrado su efectividad, dando pauta al impulso de la investigación.

Desde la perspectiva del campo de la Investigación Científica, de los estudios organizacionales, de la Gestión y otros enfoques teóricos más, se han podido observar una gama inmensa de áreas de oportunidad en las que las IES tienen su espacio de participación. La zona de confort, el temor a evidenciar falta de conocimiento, la resistencia al cambio en todos los actores del acto económico, entre otros, son factores que se cristalizan en grandes obstáculos para detonar la participación de Docentes e Investigadores, en los que, desde una percepción holística, el campo de acción no es el aula, sino la realidad, las calles, los comercios, las instancias gubernamentales que es donde los egresados irán a participar en la construcción de soluciones a las problemáticas que aquejan a los sectores productivos.

Fundamentación teórica de la propuesta de Evaluación

Un modelo se define como una representación muy formal de una red teórica, diseñada mediante el uso de símbolos u otras analogías físicas similares. Los modelos se utilizan como representaciones de sistemas teóricos para que aquellos que los crean los puedan probar, examinar y analizar en general. Los modelos son versiones simplificadas de fenómenos que interesan al científico. Los modelos son de gran importancia para los gerentes y empresarios, ya que forman la base del desarrollo de sistemas de decisiones, los cuales están diseñados para apoyar la toma de decisiones. En general, incluyen la recolección sistemática de datos, herramientas y técnicas que usa una organización para recabar información dirigida a la toma de decisiones. Pueden ser de naturaleza muy sencilla o elaborada. Desde un punto de vista científico, los modelos deben agregar algo al conocimiento habitual. Sin embargo, desde una perspectiva administrativa, deben ayudar a resolver problemas de decisiones particulares. En General, cuatro objetivos básicos que la gerencia podría tener al usar modelos para resolver problemas de decisión particulares son: a). Clasificación, b). descripción y explicación, c). predicción y d). Optimización (Davis, 2001, págs. 32, 353, 364).

Después que el Gerente o empresario ha seleccionado los factores críticos o variables, a partir de la situación empírica, éstos se combinan de manera lógica, de modo que presenten un modelo del problema real. Un modelo es una representación simplificada de una situación empírica. Es una simplificación de un problema de decisión de negocios, que se logra si se incluye sólo los elementos importantes y se omiten las consideraciones que no sean esenciales. En su forma ideal, deja al descubierto un fenómeno natural o social en su gran complejidad y duplica el comportamiento esencial del mismo, con unas pocas variables relacionadas de manera simple. La muestra más sencilla que suministra el modelo, la mejor para la persona que toma decisiones, sirve como contraparte razonablemente confiable del problema empírico. Las ventajas de un modelo simple son:

- Su economía de tiempo y esfuerzo mental.
- La persona que toma la decisión puede entenderlo con rapidez.
- Si es necesario, el modelo puede modificarse de rápida manera y efectiva.

La persona que decide en una organización requiere un modelo más sencillo que sirva para predecir de forma razonable los resultados y que sea éste consistente con una acción efectiva.

Después de construir el modelo, las conclusiones acerca de su comportamiento se pueden deducir por medio del análisis lógico. Si la lógica para sacar conclusiones de las variables extraídas es correcta, y se han abstraído las variables relevantes, entonces, la solución al modelo servirá como una solución efectiva al problema empírico.

Dos fuentes importantes de error en el uso de modelos para la toma de decisiones son la exclusión de variables importantes y equivocaciones en la definición de las relaciones entre las variables (Bonini, Hausman, & Bierman, 2000).

Existen muchas maneras de clasificar los modelos. El distinguir entre modelos normativos (llamados a veces prescriptivos) y descriptivos, es útil al evaluar los resultados del modelo. Los modelos normativos proporcionan una guía de cómo se debe actuar proporcionando un criterio del mejor curso de acción. El mayor uso que se da a los modelos descriptivos es el del conoci-

miento de cómo se comporta un sistema dado para hacer mejoras, pueden ayudar a describir la realidad, pero no incluyen ninguna connotación de bueno o malo, óptimo o sub-óptimo. En este sentido los modelos descriptivos son herramientas de trabajo más que guías ideales.

Del análisis de los sistemas administrativos pueden concluirse que existen muchas áreas para las que no hay modelos normativos detallados.

Una segunda taxonomía para clasificar a los modelos es considerarlos como concretos y abstractos. Los concretos tienen en general, algunas características físicas en común con la realidad que se está modelando. Son en sí mismos sistemas reales físicos. Los abstractos no tienen características físicas comunes con el original. Los modelos abstractos pueden ser verbales o simbólicos.

Dos pensamientos orientan la reflexión de la propuesta del modelo:

Douglas Mc Arthur: “Es fatal entrar a cualquier guerra sin la voluntad de ganar” y Grantland Rice: “Cuando el gran apuntador viene a escribir contra tu nombre, él anota no que ganaste o perdiste, sino la forma en que jugaste”.

La teoría en la que se basa el modelo es la denominada Teoría de Juegos. La voluntad de ganar a la luz de una competencia es fundamental para el sistema de la libre empresa, conduce en forma bastante natural a un fuerte interés en los juegos y en las estrategias óptimas para ganar.

La teoría de juegos, desarrollada por Von Neumann y Morgenstern y descrito en su texto clásico en 1944, trata de la toma de decisiones bajo conflicto. Un juego incluye dos o más tomadores de decisiones que buscan maximizar su propio bienestar, es decir ganar. El resultado del juego depende de las acciones que toma cada uno de los jugadores, por la suma algebraica de todos los pagos y por el número de estrategias o acciones posibles. Cualquier juego en que las ganancias de los ganadores igualan exactamente a las pérdidas de los perdedores se llama un juego de suma cero. Si la competencia entre dos negocios extiende su mercado total, ambos reciben pagos positivos y se obtiene una suma total distinta de cero. Los juegos de suma no cero también presentan obstáculos formidables para el análisis. En teoría de juegos el término estrategia significa curso de acción. En los negocios, sin embargo, puede disponerse de una gran variedad de estrategias competitivas, que incluyan reducción de precios, publicidad, introducción de un nuevo producto y la prestación de un nuevo servicio.

Un juego de estrategia pura es aquel en el que cada jugador tiene una y sólo una estrategia óptima. De acuerdo a esto se establece como:

Criterio Maximin y Minimax: Uno de los resultados más importantes de la teoría de juegos para los juegos de dos personas suma cero es que en la estrategia óptima se encuentra aplicado el criterio de decisión maximin. Esto es cierto para ambos jugadores. Esto consiste en examinar los peores resultados (o mínimos) y se selecciona el mejor (o máximo) de éstos. Para el otro caso esta lógica debe alterarse ya que los pagos se muestran como la imagen de un espejo, la lógica se convierte en minimax. Esto es, se identifican los máximos por columna y se selecciona el mínimo de entre ellos. En suma, debe aplicarse maximin para la persona 1 y minimax para el otro.

Mecánica de integración

Se podría conformar una matriz de juego de estrategia pura para un juego de 2 X 2 en las que se confrontan dos valores de una variable y otros dos de otra haciendo la simulación de situaciones de la siguiente forma:

De acuerdo a la aplicación del maximin y del minimax, se podría asumir la presencia o ausencia de las dos variables en el fenómeno de estudio, es decir, SI existe o NO existe. Las variables de pilotaje serían las Tecnologías de la información y la Comunicación y los Procesos. (Gallagher & Watson, 1995, págs. 19, 20, 89-112).

Lo anterior genera la siguiente matriz:

Tabla No.4 Matriz de Autoevaluación

| Variables | Indicador | Tecnologías de la Información y la Comunicación (A) | |
|-------------|------------|---|------|
| Indicador | existencia | SI | NO |
| Proceso (B) | SI | 1.00 | 0.25 |
| | NO | 0.75 | 0.00 |

Fuente: Elaboración Propia.

Ahora se podrían ponderar las cuatro intersecciones obteniéndose:

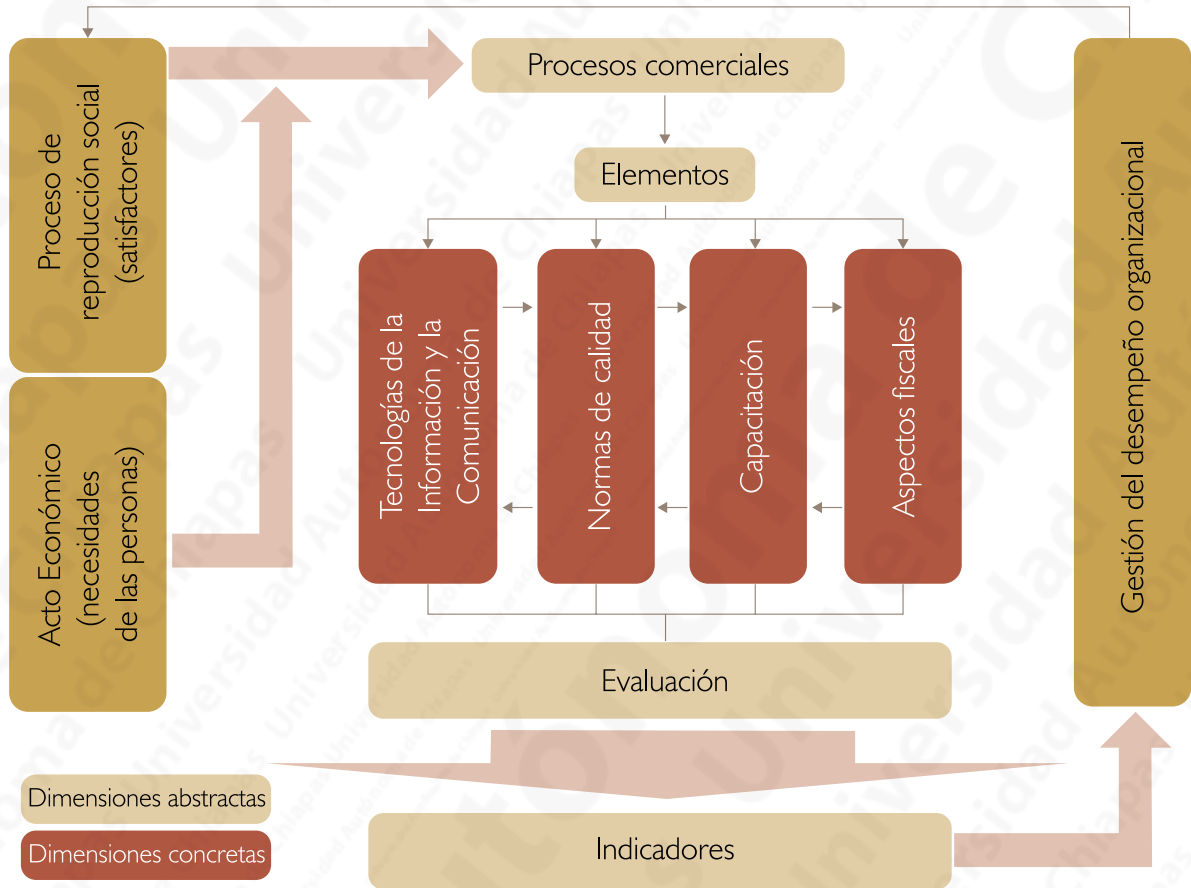
1. A=SI y B=SI, esta combinación nos podría decir que si se usa la tecnología y además se tienen identificados los procesos principales del negocio, ponderándose con 1.00 este cruce pues sería una situación ideal.
2. A=NO y B=NO, esta combinación nos podría decir que no se usa la tecnología y además no se tienen identificados los procesos principales del negocio, ponderándose con 0.00 pues este cruce sería una situación crítica negativa.
3. A=SI y B=NO, esta combinación nos podría decir que SI se usa la tecnología, pero no se tienen identificados los procesos. Este cruce se pondera con 0.75 pues la fuerte resistencia al cambio en el uso de la tecnología ha sido superada y sólo faltaría inducción en la identificación de los procesos.
4. A=NO y B=SI, esta combinación nos podría decir que NO se usa la tecnología, pero SI se tienen identificados los procesos principales del negocio. Este cruce se ponderaría con 0.25 pues identificar los procesos principales es un avance pero el cambiar la intensidad de manejarlos manualmente al uso de la tecnología es bastante difícil.

Entonces en lo general, el modelo propondría conformar una matriz de cuatro (dimensiones concretas) por tres (dimensiones abstractas) manejando solamente dos situaciones: La existencia o la no existencia, es decir, una estructura dicotómica en un SI existe o NO existe la variable en los sujetos de estudio de las dimensiones abstractas y las dimensiones concretas arrojando una valoración que puede inducir estrategias y detectar áreas de oportunidad.

En los resultados de la Fase I de este trabajo se muestra una articulación de nueve variables y cuarenta y tres características, mismas que habrá de aclarar que no serían limitativas sino enunciativas y que fueron rescatadas desde el ángulo de observación en los inicios de la investigación. Dicha caracterización obtenida da como resultado una alternativa en el desarrollo de trabajos de investigación en el ámbito empresarial. Sin pretender ser una guía o un manual se podrían considerar estos elementos para definir el abordaje metodológico que permita definir el constructo de su ámbito de investigación.

De manera holística se percibe la articulación del modelo de acuerdo a la siguiente figura .

Figura No.5 Articulación de variables del Modelo



Fuente: Elaboración Propia.

Pero juntos, IES, empresarios y Cámaras pueden ser partícipes de un cambio que beneficie a la sociedad, elevando el nivel de vida y creando condiciones más propicias para las futuras generaciones.

BIBLIOGRAFÍA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y Metodología*. México: Paidós Educador.
- Ángeles Hernández, X. (2007). *PYMES (Pequeñas y medianas empresas) modernización tecnológica o quiebra*. México: Grupo Editorial ISEF.
- Argudín, Y. (2008). *Educación basada en competencias (Nociones y antecedentes)*. México: Trillas.
- Arriarán, S. (2000). *La Hermeneutica de Clifford Geertz*. México: Iztapalapa 49.
- Bonini, C. E., Hausman, W. H., & Bierman, H. (2000). *Análisis cuantitativo para los negocios*. Bogotá: McGraw Hill.
- Cantú Delgado, H. (2001). *Desarrollo de una cultura de la calidad*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Carmona Medero, M. A., Rubio Torres, C., & Lemos Flores, C. (2002). *Estadística aplicada a la investigación*. Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- _____. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: Mc Graw Hill.
- _____. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mc Graw Hill.
- Cohen, D. (2000). *Sistemas de información para la toma de decisiones*. México: Mc Graw Hill.
- Competitividad, I. M. (15 de 01 de 2003). *Instituto Mexicano para la Competitividad*. Recuperado el 2011 de 01 de 20, de Instituto Mexicano para la Competitividad: <http://imco.org.mx/es/>
- Cossmán, E. J. (18 de Marzo de 2010). <http://allinonestep.com/>. Recuperado el 22 de Noviembre de 2011, de Soluciones Web Para MiPymes: <http://allinonestep.com/definicion-y-caracteristicas-de-mipyme>
- Davis, D. (2001). *Investigación en administración para la toma de decisiones*. México: Soluciones Empresariales.

- De Zuani, R. E. (2003). *Introducción a la administración de organizaciones*. 2a. Edición. México: Maktub.
- Debernardo, H., & Hurtado Hernández, M. (2010). *Las PYMES, principales causas de fracaso y cómo combatirlas*. México: ISEF.
- Durkheim, É. (2004). *Las reglas del método sociológico*. México: Colofón, S.A.
- Echenique García, J. A. (2001). *Auditoría en informática*. México: Mc Graw Hill.
- Epstein, M. J., & Bill, B. (2001). *La empresa honesta*. Barcelona: España.
- Eyssautier de la Mora, M. (2000). *Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia*. México: ECAFSA.
- Fernández Castillo y Garcés, F. M., & Manrique, R. (2007). *Ciudades, piedra angular en el desarrollo de un país*. México D.F.: IMCO.
- Franklin, E. B. (2000). *Organización de empresas. Análisis, diseño y estructura*. México: Mc Graw Hill.
- Galindo, M. Á., & Malgesini, G. (1994). *Crecimiento económico. Principales teorías desde Keynes*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Gallagher, C. A., & Watson, H. J. (1995). *Métodos cuantitativos para la toma de decisiones*. México: McGraw Hill.
- Gómez Ceja, G. (2000). *Sistemas administrativos. Análisis y diseño*. México: Mc Graw Hill.
- Guerra, G. (2000). *Manual de administración agropecuaria*. Costa Rica: IICA.
- Havard, B. (2001). *Métodos de evaluación del rendimiento*. Barcelona: The Sunday Times.
- Hernández Hernández, E. (2000). *Auditoría en informática*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández Samperi, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. México: Mc Graw Hill.
- Hernández Torrez, M. (23 de 02 de 2001). *El control de gestión empresarial*. Recuperado el 8 de 01 de 2012, de www.5campus.com/leccion/cgcrete
- Hernández y Rodríguez, S., & Pulido Martínez, A. (2011). *Fundamentos de gestión empresarial. Enfoque basado en competencias*. México: Mc Graw Hill.
- INEGI. (2011). Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Recuperado el 23 de agosto de 2012, de INEGI: <http://www.inegi.org.mx/>
- Jacques Filion, L., Cisneros Martínez, L. F., & Mejía-Morales, J. H. (2011). *Administración de PYMES, Emprender, dirigir y desarrollar empresas*. México: Pearson.
- Jurado Arellano, A. (2007). *La fuerza de la unión empresarial*. México: Apoyo Integral a Micro y Pequeña empresa S.C.
- Jurado Arellano, A., & Juárez, G. L. (2007). *La alianza como estrategia generadora de empresarios de éxito*. México: Apoyo Integral a Micro y Pequeña Empresa S.C.

- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: Mc Graw Hill.
- Klastorin, T. (2005). *Administración de proyectos*. México: Alfaomega.
- Kosik, K. (23 de 09 de 1998). *Dialectica de lo concreto*. México: Grijalbo, S.A. Recuperado el 2 de 11 de 2010, de (Estudio sobre los problemas del hombre y el mundo): <http://www.elsocialista.org/Biblioteca/temas/filosofia/dialecticaconcreto-1.htm>
- Laguna Caballero, H. (2006). *La pequeña organización artesanal de tipo familiar: un análisis desde la producción, el caso de la talla en madera en Chiapa de Corzo, Chiapas*. México: Universidad Metropolitana.
- Landero Hernández, R., & González Ramírez, M. T. (2006). *Estadística con SPSS y metodología de la investigación*. México: Trillas.
- Lawrence, J. A., & Pasternack, B. A. (2004). *Ciencias administrativas aplicadas*. México: CECSA.
- Maquiavelo, N. (2006). *El príncipe*. México: Editores Mexicanos Unidos, S.A.
- Martínez García, F. J., Sánchez Trejo, V. G., Somohano Rodríguez, F. M., García Pérez de Lema, D., & Marín Hernández, S. (2008). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (Estado de Hidalgo)*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Mayorga Sánchez, C., & Escobar Guerra, R. d. (2011). *Factores que impactan en la productividad de los trabajadores en las microempresas*. Chiapas: UNACH.
- Mendez Morales, J. S. (2002). *Economía y la empresa*. México: Mc Graw Hill.
- _____. (2008). *Problemas económicos de México*. México: Mc Graw Hill.
- Milenio. (12 de 08 de 2000). <http://www.milenio.com/>. Recuperado el 20 de 01 de 2011, de Milenio Noticias: <http://www.milenio.com/>
- Montaño Hirose, L., & Solís Pérez, P. c. (1993). *Organizaciones modernas: nuevos retos para el diseño de estructuras y de procesos de decisión*. México: Depto. de Economía, UAM Iztapalapa.
- Münch, L. (2005). *Administración y estilos de gestión. La clave de la competitividad*. México: Trillas.
- _____. (2006). *Evaluación y control de gestión*. México: Trillas.
- Muró, V. G. (1998). *Ciudades provincianas de México, Historia, modernización y cambio cultural*. Michoacán: El colegio de Michoacán.
- Newstrom, J. W. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo*. Mexico: Mc Graw Hill.

- Norton, P. (2000). *Introducción a la computación*. 3a Edición. México: Mc Graw Hill.
- Ostroff, F. (1999). *La organización horizontal*. México: Editorial Mexicana.
- Pacheco Espejel, A., & Cruz Estrada, M. C. (2005). *Metodología de la investigación, lógica, procedimientos y técnicas*. México: CECSA.
- Peñalosa Rodríguez, E. (2010). Manual para PYME. *El Financiero*, 23-24.
- Pérez Campdesuñe, R., de Miguel Guzmán, M., Noda Hernández, M., Pacheco Toledo, S., & Sánchez Augier, L. (2010). Los conceptos :Gestión de la calidad del destino y satisfacción de los clientes. Sus vínculos e impacto. *TURyDES*, 52-63.
- Pérez Fernández de Velasco, J. A. (2010). *Gestión por procesos*. Madrid: Alfaomega.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. (29 de febrero de 2009). Recuperado el 29 de Febrero de 2012, de PNUD: <http://www.undp.org.mx/>
- Público, S. d. (17 de 04 de 2012). *Sistema de Administración Tributaria*. Recuperado el 23 de 03 de 2012, de SAT: http://www.sat.gob.mx/civismo_fiscal/contenidos/p_impuestos.html
- Ramírez Martínez, G. (2004). *Desempeño organizacional. Retos y enfoques contemporáneos*. México: Origami Editorial.
- Rebollo Lozano, J. L. (2005). *Diagnóstico de las operaciones de las PYMES*. México: Editorial Trillas.
- Rincón Ramírez, C. (2000). *Construcción del objeto de estudio: punto de partida del proyecto de investigación*. Chiapas: Universidad Pedagógica Nacional.
- Ristori Cueto, D., Milla Sánchez, A. I., & García Sampedro, S. P. (2010). *Informe de actividades de Unidades de Vinculación Docente*. Tapachula, Chiapas: Unach.
- Rivera Rivera, A. (2000). *Las ciencias sociales en el mundo contemporáneo*. México: Eidos.
- Rodríguez Salazar, M. (2000). *Lo que cuestan los malos jefes*. México: Grijalbo.
- Rodríguez Valencia, J. (2005). *Cómo aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. México: CENGAGE Learning.
- _____. (2005). *Decisiones gerenciales efectivas*. México: Trillas.
- _____. (2006). *Dirección moderna de organizaciones*. México: Thomson.
- _____. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. 6a Edición. México: CENGAGE Learning.
- Rojas Soriano, R. (1999). *Método para la investigación social. Una proposición dialéctica*. México: Paza y Valdes.

- Saavedra Mayorga, J. J. (2009). Descubriendo el lado oscuro de la Gestión: Los Critical Management Studies o una nueva forma de abordar los fenómenos organizacionales. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 45-60.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economía con aplicaciones a Latinoamérica*. México: Mc Graw Hill.
- Sánchez Gutiérrez, J., Hernández Cotón, S. G., & Haro Beas, J. F. (2008). *Un modelo de valoración de la gestión del conocimiento en las empresas. Estudio de casos*. Nayarit: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Sánchez Quintero, J. (2003). Estrategia integral para PyMES innovadoras. *Revista EAN*, 34-45.
- Serna, G. (01 de Enero de 2004). *Credi Asesoria*. Recuperado el 20 de Octubre de 2011, de <http://www.crediasesoria.com/Historia.htm>: <http://www.crediasesoria.com/avaluo.htm>
- Serrano, J. A. (2003). *Pensamiento y concepto*. México: Trillas.
- Simmons, A. (1998). *Juegos territoriales*. México: Mc Graw Hill.
- Sommers González, G. (2007). *Cooperativismo, cambio y ecología organizacional: el caso de la Cooperativa pesquera artesanal "La palma" del Soconusco, Chiapas*. México: Universidad Metropolitana.
- Spiegel, M. R. (1975). *Probabilidad y estadística*. México: Mc Graw Hill.
- Valuainm, S. (01 de 09 de 2008). *Valuainm, S.A.* Recuperado el 14 de Septiembre de 2011, de <http://www.avaluosinmobiliarios.com.mx/Inicio.aspx> <http://www.avaluosinmobiliarios.com.mx/Aval%C3%BAosInmobiliarios/Tiposdeaval%C3%BAos.aspx>
- Veracruzana, U. (2006). *Análisis estratégico para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa*. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Webster, A. L. (2001). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. 3a. Edición. Bogotá: Mc Graw Hill.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH

**GESTIÓN DEL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL
EN LAS MICROEMPRESAS EN TAPACHULA, CHIAPAS**

**Edición digital:
Universidad Autónoma de Chiapas
Dirección General de Investigación y Posgrado
PROFOCIE OP/PROFOCIE-2014-07MSU0001H-01-01
Fondo para Elevar la Calidad de la Educación Superior (FECES) 2014
Área de Diseño y Edición**

Tiraje: 300 CD's

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

UNACH



AUTONOMA

GESTIÓN RECTORAL

2014-2018

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO



Dirección General de Investigación y Posgrado - Unidad de Divulgación Científica

La Universidad de Chiapas, en el marco de las políticas del Proyecto Académico, publica la **Colección de Textos Universitarios** como resultado de la convocatoria **Libro Digital** a través de la Dirección General de Investigación y Posgrado. La **Colección de Textos Universitarios** es el resultado de la convocatoria de Investigación y Posgrado de la UNACH, de carácter científico y tecnológico enunciado en el Proyecto Académico, una colección con doble propósito editorial porque recupera el conocimiento de su producción, publicación y distribución; además de que conforman escenarios para el desarrollo académico. La **Colección** puede considerarse como una estrategia de divulgación.

Los contenidos presentes en el **Libro Digital** de la **Colección de Textos Universitarios** que perciben con singular claridad las necesidades de la región permiten cruzar las fronteras, al estar disponibles en todo el mundo.

La **Colección de Textos Universitarios** del quehacer universitario dentro del campo de la producción contribuirá a lograr los objetivos referidos en el mejoramiento de los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Hoy más que nunca, la sociedad requiere de científicos y académicos con mentes de vanguardia que formulen sus propias preguntas y encuentren sus respuestas en los conocimientos científicos, tecnológicos y humanísticos. La **Colección de Textos Universitarios** y ambiental del estado de Chiapas, la región y el mundo. Proporciona las herramientas necesarias para que, a través del estudio de los mismos y enriquecer humanamente su entorno.

“Por la conciencia de la necesidad de la investigación científica”

Carlos Eugenio Ruiz
Rector de la Universidad Autónoma de Chiapas

ISBN: 978-607-8363-74-2

Mayo de 2014

Facultad de Contaduría Pública, Campus IV