

**XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional  
Educación Superior y Desarrollo Sustentable**

**El Crecimiento Económico de los Micro Negocios Dedicados a la  
Elaboración de Alimentos en la Privada del Caminero en Villahermosa,  
Tabasco**

Mesa Temática: MiPyMes y Empresa Familiar

Modalidad: Investigación Concluida

Alumna. Martha Cecilia Gómez Alor.

[mcga1985@hotmail.com](mailto:mcga1985@hotmail.com)

Dra. Herminia Banda Izeta.

[hbi05@hotmail.com](mailto:hbi05@hotmail.com)

Mtra. Leticia Rodríguez Ocaña.

[letiro6@hotmail.com](mailto:letiro6@hotmail.com)

Mtro. Jorge Humberto Rico Meza.

[rico\\_meza@hotmail.com](mailto:rico_meza@hotmail.com)

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Av. Universidad S/N Zona de la  
Cultura, Col. Magisterial C.P. 86040. Villahermosa, Tabasco, México. Tels. 993

3122993 y 993 3581504

Guanajuato, Gto.

8 al 11 de noviembre de 2016

## **El Crecimiento Económico de los Micro Negocios Dedicados a la Elaboración de Alimentos en la Privada del Caminero en Villahermosa, Tabasco**

### **Resumen**

La problemática estudiante en la presente investigación afecta, hoy por hoy a los micros negocios, por lo que, en ella, se proyectan los retos que tienen que afrontar y les impide tener un crecimiento económico.

Esta investigación es de tipo no experimental ya que no se pueden manipular las variables, los datos reunidos se obtuvieron de personas o micro negocios que están relacionadas con el tema de la investigación.

Para generar este artículo se realizó un análisis descriptivo y se tomo como muestra una pequeña población de seis micros negocios dedicados a la elaboración de alimentos.

Asimismo, se expondrá el panorama de su situación actual, ya que fue aplicado un Análisis Foda y se estudiaron los ciclos de vida de los micros negocios con el objetivo de evaluar su eficiencia y diagnosticar formas alternas que permitan generar un crecimiento económico sustentable.

**Palabras clave:** Análisis Descriptivo, Análisis Foda, Eficiencia y Crecimiento económico sustentable.

## **Introducción**

La presente investigación se refiere al tema del crecimiento económico de los micros negocios, ya que existen múltiples factores que les impiden lograr su estabilidad en el mercado.

En el presente trabajo se planteará esta problemática con el interés de conocer la eficiencia económica que hay entre los micros negocios establecidos, las medidas económicas que utilizan estos micro negocios para seguir compitiendo en el mercado y sus principales competidores así mismo explicar el porqué sobreviven los micro negocios a partir del momento en que nacen y el por qué de su mortandad.

Para analizar esta problemática es necesario conocer sus fortalezas y debilidades que presentan hoy en día. Una de ellas es el crecimiento del comercio informal ya que ellos no pagan impuestos y son un círculo vicioso para la competitividad y les impide a negocios establecidos tener una estabilidad en sus ingresos, imposibilitando su crecimiento económico.

El propósito del presente trabajo es demostrar la situación real que viven los micro negocios establecidos y crear formas alternas para la sustentabilidad de los micro negocios.

Este proyecto tiene como alcance conocer el crecimiento económico, de los micros negocios ubicados en la calle privada del caminero, Col.1 de mayo, Centro, Tabasco. Con el cual se busca conocer sus fuentes de financiamiento y cómo impacta la competencia entre los mismos.

## **Antecedentes del problema**

La problemática planteada a continuación, inicia con la llegada de dos Secretarías a la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo, Centro en Villahermosa, Tabasco: la Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas inicio sus funciones en mayo de 1981, cabe mencionar que tuvo una remodelación en febrero del 2014 redefiniéndose hasta hoy como Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

Ambas secretarias ofertan diferentes servicios a la ciudadanía, en el caso particular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), otorga servicios de comunicaciones y transportes mientras que la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) se dedica a manejar diferentes programas de apoyo para la población, esto provoca que lleguen una gran cantidad de personas a demandar los servicios que estas ofrecen y busquen también satisfacer sus necesidades alimenticias.

Esta investigación se realizará con el interés de conocer como ha impactado la llegada de las secretarias antes mencionadas a la zona, analizando el crecimiento económico de los micros negocios ubicados en esta zona en específica. Este trabajo se especificará únicamente en los negocios ya establecidos ya que también hay vendedores ambulantes.

En este proyecto también analizaremos los problemas que enfrentan los micro negocios ubicados en Privada del Caminero, Colonia 1º. de Mayo, ya que los

dueños de los micro negocios carecen del conocimiento financiero para detectar sus fortalezas y debilidades de sus negocios.

El financiamiento suele ser uno de los principales obstáculos que se presentan al inicio de un negocio y existen diversas fuentes de financiamientos o capital para abrir un negocio, pero cada uno tiene sus limitantes.

Un aspecto muy importante a valorar a la hora de crear o gestionar un micro negocio es que existen sistemas de financiación creados especialmente para este tipo de negocios tanto por bancos, como por parte del gobierno que apoya los micro negocios para que se pueden beneficiar en mayor medida si los propietarios entran dentro del perfil de jóvenes emprendedores, un ejemplo lo podríamos encontrar en la SEDESOL el cual maneja un programa “ Opciones Productivas” para que personas emprendedoras puedan crear su propio negocio (SEDESOL, 2015).

### **¿qué eficiencia económica hay entre los micros negocios establecidos?**

La eficiencia económica es un sistema económico, que utiliza los factores de producción con el fin de maximizar sus bienes y servicios para convertirse en los más eficientes para la sociedad y ser más competitivo. Es por eso la relación del crecimiento económico de los micros negocios, por lo que se analizara su la eficiencia y la calidad de sus productos, ante la necesidad de sus demandantes.

El mundo está integrado por varias economías y al pensar en un crecimiento económico es útil por comenzar tomando en cuenta los casos muy particulares; hay economías de todas las formas y tamaños, algunas son muy ricas y muy

pobres. Algunas están creciendo con rapidez y otras no crecen en lo más (Jones, 2000).

Es cierto que el crecimiento económico al aumentar la riqueza total de una zona también mejora las posibilidades de reducir la pobreza y resolver otros problemas sociales. Pero la historia nos presenta varios ejemplos en los que el crecimiento económico no se vio acompañado de un progreso similar en materia de desarrollo humano, sino que se alcanzó a costa de una mayor desigualdad entre ellos, es decir, que el crecimiento económico es un aspecto de otro proceso más general; el desarrollo de una sociedad (Martin, 1992).

A medida que se van comprendiendo mejor los vínculos entre el crecimiento económico y los problemas sociales, entre ellos los economistas parecen coincidir en que un crecimiento semejante es inevitablemente insostenible, es decir, no se puede mantener mucho tiempo.

Para ser sostenible, el crecimiento económico se debe de haber logrado mantener una eficiencia económica, y nutrir continuamente los frutos del desarrollo humano, como la mejora de los conocimientos y las aptitudes de los trabajadores, así como de las oportunidades para utilizarlos con eficiencia: más y mejores empleos, mejores condiciones para el florecimiento de nuevas empresas y mayor democracia en todos los niveles de adopción de decisiones, pero lo más importante es la competencia que se debe tener para sostener el crecimiento.

**¿cuáles son las medidas económicas que utilizan estos micros negocios?**

Los micros negocios presentan problemáticas que enfrentan al iniciar su negocio de permanencia en el mercado, son muy críticas sobre todo porque el microempresario no cuenta con los conocimientos suficientes para detectar si su micro negocio está en las mejores condiciones o carece de estas para lograr alcanzar un crecimiento económico a un determinado plazo. De manera que, para lograr y analizar un crecimiento económico, es importante planificar la estrategia por que en épocas de crisis económica los errores no son compensados por el crecimiento del mercado y es importante adaptarse constantemente a los cambios por lo que es fundamental realizar un análisis FODA previo a la planificación estratégica.

Por lo que, para poder analizar los micro negocios ubicados en la zona ya antes mencionada, debemos conocer que los ha favorecido y evaluar cuál es la principal causa por la que la población demanda estos productos alimenticios, así como el desempeño de los micro empresarios para mantener su negocio competente.

El crecimiento acelerado de seis micros negocios dedicados a la venta de comida rápida, ubicados en la Calle Privada del Caminero Col.1 de Mayo del Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco.

Analizando las diversas competencias entre ellos y la preferencia de sus demandantes se desea conocer el impacto económico que se ha producido en el transcurso del tiempo, y que ha ocasionado el crecimiento limitado, desde que se establecieron las secretarías: SEDESOL y SCT.

## **¿qué factores se consideran que son los principales causantes de la competencia entre ellas?**

Aquellos negocios que ofrecen productos o servicios que satisfacen la misma necesidad en el cliente, aun cuando lo hagan de diferente manera, estén localizados o no dentro de una misma localidad, son tus competidores.

El empresario debe tener en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varía en el tiempo. Esto se debe a los cambios de gustos y necesidades de los consumidores, por lo que se requiere una constante adaptación por parte de las microempresas para satisfacer mejor las necesidades y gustos de sus clientes, puesto que se origina la aparición de nuevos competidores o la desaparición de los anteriores. En la medida en que cada micro negocio logre adaptarse con suficiente rapidez a los cambios en las fuerzas externas (por ejemplo, cambios en los gustos de la clientela o aparición de nuevos productos), logrará una ventaja frente a sus competidores.

Es importante tomar en cuenta todos aquellos negocios iguales o similares al tuyo y diferentes del tuyo pero que satisfacen una necesidad similar, para poder analizar los principales factores que causantes que los permiten competir en el mercado y mantenerse como:

- ✓ *Costos más bajos que los competidores.*

Los vendedores ambulantes con menores costos de operación tienen una ventaja sobre los micro negocios (ventaja competitiva) porque pueden ofrecer precios más bajos a sus clientes, o precios similares, pero con mayores utilidades. Ya que obtienen más utilidades tienen mayores posibilidades de crecimiento y de

supervivencia y pueden ofrecer mejor y mayor variedad de productos, incluso manejar promociones, hacer mejoras en su negocio, contratar personal más calificado, enfrentar periodos de crisis, etcétera.

- ✓ *Ofrecer productos que los competidores no ofrecen (diferenciación de productos).*

La diferenciación se logra a través de la creación u oferta de productos o servicios que los clientes perciben como únicos o distintos. Cuando la empresa no puede competir a través de bajos costos y por tanto, precios más bajos o precios similares pero con mayores utilidades, puede optar por distinguirse de sus competidores ofreciendo productos y/o servicios que éstos no ofrecen. Incluso, el negocio puede optar por ofrecer los mismos productos que el competidor, pero agregar beneficios o servicios adicionales al cliente de tal manera que le den una ventaja sobre aquél.

- ✓ Para lograr esta ventaja la micro empresa decide enfocar la venta de sus productos o servicios a segmentos o grupos específicos de consumidores.

En vez de tratar de abarcar al mayor número de compradores, concentra sus esfuerzos y recursos en atender a grupos particulares de clientes. La empresa que decide tomar esta alternativa puede, además, adoptar alguna de las dos anteriores: para un grupo de clientes seleccionado puede optar por ofrecerles los mejores precios, o bien, proporcionarles productos y/o servicios con modalidades adicionales que aseguren su preferencia.

Los siguientes factores son algunas de las razones adicionales por las cuales un competidor puede tener ventaja sobre su negocio:

- Ubicación geográfica.
- Variedad y calidad de productos o servicios.
- Precios más bajos.
- Existencia permanente de productos.
- Promociones y publicidad.
- Ofrece otros atractivos a la clientela (servicios adicionales).
- La ventaja competitiva puede lograrse:
  - Teniendo costos más bajos que el competidor.
  - Ofreciendo productos diferentes de los del competidor.
  - Especializándose en un grupo específico de clientes en vez de tratar de abarcar a todos los consumidores.

Sin embargo, es importante recordar que las ventajas se construyen no sólo a partir del precio, calidad y variedad de los productos o servicios; si no que también existe toda una gama de servicios adicionales, atención, facilidades de pago, ubicación, horario, entre otras

### **Elementos Básicos del Crecimiento Económico**

Kutnets (1996), ofreció una definición simple sobre el crecimiento económico señalando que es “un crecimiento sostenido del incremento per cápita o por trabajador” (Kuznets, 1955).

Así pues, desde este planteamiento sería un aumento del valor de los bienes y servicios producidos por una economía en un período determinado

El crecimiento económico se ha convertido en la religión secular de las sociedades industriales para avanzar (Bell, 1976), en ello se debe esencialmente

al hecho de que el crecimiento económico supone una mayor prosperidad (Layard, 1997).

Por consiguiente, no es de extrañar que se considere como una medida del bienestar de un país y un objetivo relevante a alcanzar, ya que implica mayor empleo y más bienes y servicios para satisfacer las necesidades. Desde esta perspectiva se considera también el crecimiento económico como una medida de idoneidad de la actividad que está llevando a cabo el Gobierno. Se supone que un mayor crecimiento económico nos indica que se está utilizando una política económica adecuada, por lo que a aquellos países que muestran niveles reducidos de crecimiento se les aconseja modificar su política y seguir las medidas diseñadas por los que presentan niveles más elevados. Sin embargo, esta visión ha sido objeto de críticas que se fundamentan en aspectos relacionados con los problemas de distribución de la renta, costes medioambientales, efectos sociales, etcétera, así como en la necesidad de utilizar los recursos de la forma más adecuada posible para conseguir una prosperidad más sostenible para los individuos (McMahon, 2003).

### **Historia de las Teorías del Crecimiento Económico**

La historia remonta que el crecimiento económico surge desde la aparición de la revolución industrial que se inició en la segunda mitad del siglo XVIII en el Reino Unido, en donde se vivió el mayor conjunto de transformaciones económicas, tecnológicas y sociales de la historia de la humanidad que vio el paso desde una economía rural basada fundamentalmente en la agricultura y el comercio a una economía de carácter urbano, industrializada y mecanizada. Desde ahí los países

se empezaron a medir a base de su crecimiento como nación dándole forma al estilo de vida y de infraestructura que se lleva dentro del territorio.

La práctica económica ha estado presente en la vida del ser humano desde el momento de su creación; aún en las más rústicas formas que el hombre primitivo adoptó para conseguir su sustento material. Sin embargo, es hasta el siglo de la Ilustración cuando encontramos los primeros esfuerzos serios de sistematizar las ideas sobre cómo el hombre evoluciona en su vida material y se va haciendo más compleja su organización social.

### **modelo clásico.**

Adam Smith fue el fundador de esta teoría en su obra “La riqueza de las naciones” en 1776. Se refiere que la verdadera riqueza de una nación no está en sus metales o en lo natural, sino que es el trabajo productivo de la población. Cabe destacar que este economista da una serie de fundamentos básicos para describir al modelo clásico

- Cuando los trabajadores se especializan aumentan su rendimiento.

- La división del trabajo es la base de la industrialización y de las riquezas de las naciones, para que sean agradable a todas las sociedades, este orden se transformó en la ley de la oferta y la demanda, donde hay libre competencia, siendo esta la libertad de decisión, en una relación de comprador-productor, en un contexto en el que las reglas son claras y se cumplen.

- La no intervención del estado en la economía, pues según Adam Smith, éste sólo la entorpece.

También conocida como monetarismo, liberalismo monetario o neoliberalismo (Smith, 1998).

### **capitalismo periférico.**

Prebisch (1950), es el principal exponente del Capitalismo Periférico, su tesis central se basa en un análisis de Latinoamérica, los países potencialmente desarrollados, fueron los impulsores del crecimiento económico de los países situados geográficamente situados a sus alrededores quedando los países desarrollados en el centro o como se le denominó centrales, estos países impulsan el desarrollo de la economía de los subdesarrollados, pero a largo plazo las relaciones entre ambas naciones se modifica la balanza entre las exportaciones de materia prima y las importaciones de productos manufactureros, da un resultado desfavorable para el país importador.

En los países denominados periféricos, el gobierno se ve en la necesidad de endeudamiento, o a elevar los impuestos para poder impulsar programas de desarrollo económico y social, resultando una mala estrategia que no permite estar en igualdad de circunstancias económicas que el país central. Se propusieron medidas que contribuyeron al desarrollo de las economías periféricas a través de diversas políticas como:

-La sustitución de importación. - Proceso por el cual los bienes que antes se importaban, pasan a ser producir internamente, así disminuye costos de producción o mejora la calidad.

-Fomento a la industria nacional.

-Proteccionismo comercial. - Limita entrada de productos extranjeros que podrían afectar a la producción local al entrar en competencia con ella. Se gravan los productos de importación con aranceles altos, y se subsidia a la producción nacional.

-Estabilidad monetaria. Situación económica en la cual el nivel general de precios no sufre grandes fluctuaciones (variaciones de intensidad) (Prebisch, 1984).

### **crecimiento continuo.**

Se le conoce como Keynesianismo debido a que fue formulada por el economista británico Keynes (1936), en su libro Teoría general del empleo, el interés y el dinero. Tras la gran depresión que sufrió E.U.A.

Ponía en duda la ley de los mercados o de la libre demanda, la cual sostenía que la economía debía desenvolverse de manera natural sin que los gobiernos la regularan, tanto al interior de los países como en el intercambio comercial y financiero que sostienen entre ellos. La actividad económica, sobre todo lo comercial, debía estar regulada por el Estado y apoyada por este mismo con base en una política monetaria (política gubernamental relacionada con el control de la inflación (aumento generalizado y sostenido de los precios de los bienes y servicios)) y una política fiscal (política gubernamental relacionada con los impuestos), pues la regulación aseguraría una mejor distribución de la riqueza.

Keynes (1936), defendía la creación de la riqueza, pero confiaba en la mano del Estado para repartirla de manera equitativa. Consideraba que el progreso tecnológico es la fuente del crecimiento continuo y sostenido en una economía por

lo que el crecimiento tiene que ver con una cuestión interna, endógena, aunque también considera que el comercio internacional es una fuente de crecimiento, por lo que hay que incentivarlo.

Estimo que el crecimiento continuo se da a largo plazo, en la medida en que, a través del tiempo, se va acumulando conocimiento, para lo cual es necesario una economía mixta (participación activa del gobierno y los particulares en las actividades productivas de una nación) y la adopción de tecnología, invirtiendo en la educación y capacitación al capital humano, y mayor gasto en investigación y desarrollo (Keynes, 1936)

### **ciclos económicos.**

Son periodos en los que se experimentan variaciones en el ritmo de crecimiento del PIB, que gráficamente se observan como ondas con cierta regularidad, que se producen de manera repetitiva a lo largo del tiempo, cada onda corresponde a un ciclo económico (Schumpeter, 2002).

### **Las cuatro fases del ciclo económico.**

- Recesión. durante la recesión, o disminución de la actividad económica, la producción declina durante seis meses o más. Aumenta la tasa desempleo, disminuyen las utilidades de las empresas y baja la actividad económica. Si la declinación es prolongada y severa, a esta fase se le denomina depresión.

- Valle. se llega al valle cuando la producción deja de caer. La economía ha llegado a un punto bajo desde el cual se inicia la recuperación.

- Recuperación. se caracteriza por una creciente producción, disminución del desempleo, aumento en las utilidades e incremento de la actividad económica.

- Cresta. antecede a la recesión. Una vez que se llega a la cresta, cesa el crecimiento de la producción.

### **El modelo de Solow.**

El modelo de crecimiento económico más conocido es el modelo de crecimiento económico de Solow, también denominado modelo de crecimiento económico neoclásico.

El modelo de crecimiento económico de Solow se basa en una función de producción neoclásica en la cual el producto depende de la combinación de trabajo y capital y utiliza los típicos supuestos neoclásicos – productividad marginal decreciente, competencia perfecta, etc.- y su principal conclusión es que las economías alcanzarán un estado estacionario en el cual el crecimiento del producto per cápita es nulo. El nivel de producción del estado estacionario depende de la función de producción, es decir, de la tecnología, y de la dotación de factores. Sin embargo, en el estado estacionario el capital aumenta a la tasa de crecimiento de la población, y así lo hace la producción. Por esto, la producción per cápita se mantiene invariable. La tecnología no evoluciona a través del tiempo. Esto se produce porque el supuesto de competencia perfecta en todos los mercados elimina las potenciales ganancias por las mejoras tecnológicas, por lo que no existen incentivos para invertir en tecnología ni recursos para esa inversión (el pago a los factores agota todo el ingreso).

La regla de oro del crecimiento económico nos dice que la tasa de ahorro óptima es aquella que hace máximo el consumo. Una tasa de ahorro menor implica aumentar el consumo en el corto plazo, pero el ahorro no alcanzaría para

financiera la depreciación del capital, por lo que el stock capital disminuiría con el tiempo y también la producción. Una tasa de ahorro mayor implica un stock de capital tan elevado que gran parte del ingreso debe ser utilizado para financiar la depreciación del capital y no es posible utilizarlo para consumo.

### **Fundamentos Básicos de las MIPyMES**

El resaltar la importancia de las MIPyMES en México. Las micros, pequeñas y medianas empresas, MIPyMES, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

Hoy día, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las MIPyMES por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local. Sin embargo, las PyME's tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño: acceso restringido a las fuentes de financiamiento; bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos; limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico; baja penetración en mercados internacionales; bajos niveles de productividad; baja capacidad de asociación y administrativa.

### **Ventajas y desventajas de las MIPyMES**

Es importante conocer las ventajas que presentan las pequeñas empresas para poder considerar su estudio y así lo muestra (Longenecker, 2001).

1. Tienen gran capacidad para generar empleos, absorben una parte importante de la población económicamente activa;
2. Asimilan y adaptan con facilidad tecnologías de diverso tipo, o producen artículos que generalmente están destinados a surtir los mercados locales y son bienes de consumo básico;
3. Se establecen en diversas regiones geográficas, lo cual les permite contribuir al desarrollo regional
4. Mantiene una gran flexibilidad por lo que se adaptan con facilidad al tamaño del mercado, aumenta o reducen su oferta cuando se hace necesario.
5. El personal ocupado por empresa es bajo, por lo cual el gerente – que generalmente es el dueño – conoce a sus trabajadores y empleados, lo que le permite resolver con facilidad los problemas que se presenten.
6. La planeación y organización del negocio no requiere de grandes erogaciones de capital, inclusive los problemas que se presentan se van resolviendo sobre la marcha;
7. Mantienen una unidad de mando, lo que les permite una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y las operativas;
8. Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas;
9. Existe un contacto directo y personal con los consumidores a los cuales sirve;

10. Los dueños, generalmente tienen un gran conocimiento del área que operan, permitiéndoles aplicar su ingreso, talento y capacidades para la adecuada marcha del negocio.

Las desventajas de las pequeñas empresas que nos muestra (Longenecker, 2001) permite analizar las fallas y las oportunidades que se presentan en estas empresas para su estudio.

1. Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
2. Viven al día y no pueden soportar períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
3. Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores;
4. La falta de recursos financieros los limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
5. Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas; es muy difícil que pasen al rango de medianas empresas;
6. Mantienen una gran tensión política ya que los grandes empresarios tratan por todos los medios de eliminar a estas empresas, por lo que la libre competencia se limita o de plano desaparece.
7. Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
8. Por la propia inexperiencia administrativa del dueño, éste dedica un número mayor de horas al trabajo, aunque su rendimiento no es muy alto.

Otro punto importante, es considerar las ventajas de las medianas empresas para que nos permita diferenciar con las pequeñas empresas y su valor dentro del estudio según Longenecker (2001).

Cuentan con una buena organización, lo cual les permite aplicarse y adaptarse a las condiciones del mercado y de la creciente población;

- a) Tiene una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- b) Por su dinamismo tienen posibilidades de crecimiento y llegar a convertirse en una gran empresa.
- c) Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad para generar empleos.
- d) Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- e) Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- f) Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal de o los dueños del negocio.

Estas son las desventajas de la mediana empresa que (Rosenzweig, 1996) nos permite conocer para desarrollar oportunidades, ya que con los datos propuestos se conoce más la importancia de este estudio.

1. Mantienen altos costos de operación.
2. No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.

3. Sus ganancias no son muy elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.
4. No contratan personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.
5. La calidad de la producción no siempre es la mejor, muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
6. No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, encuentran el problema de la fuga de su personal capacitado.
7. Sus posibilidades de fusión y absorción de empresas son reducidas o nulas.
8. Algunos otros problemas que enfrentan en forma cotidiana las medianas empresas son: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, deficiente atención al público, indiferencia frente a las quejas, precios altos o productos de mala calidad, activos fijos excesivos, mala ubicación de sus plantas, descontrol de inventarios, problema en el pago de impuestos, problema con los inspectores, falta de financiamiento adecuado y oportuno, entre otros.

Las empresas MIPyMES de siempre atraviesan por dificultades para operar, por tal motivo se requieren cambios significativos que permitan su sobrevivencia y desarrollo para alcanzar la competitividad requerida, los puntos anteriores indican

los factores que obstaculizan su desarrollo, pero muestran áreas de oportunidad muy importantes para su desarrollo (Hitchcock, 2005).

### **Ciclo de las MIPYMES**

El biólogo alemán Von Bertalanffy sentó las bases para entender las organizaciones humanas desde un enfoque natural o sistémico. Para Von Bertalanffy *las empresas son organizaciones humanas que se comportan de la misma manera que la naturaleza*, tienen un ciclo de vida que podemos resumir de la siguiente manera: (McMahon, 2003)

*Creación:* desde la idea germinal, su desarrollo en la mente del creador hasta su organización básica es esta etapa de inicio. Aquí no hay negocio, hay la posibilidad y planeación

*Nacimiento:* esta es la etapa del “Startup”, hay una idea clara, hay capital, pero sobretodo hay deseo de hacer y desarrollar, esta es la etapa más difícil, es cuando se presentan las mayores complejidades, pues hay que resolver y corregir procesos y estructuras, así como invertir, sin ganancias.

*Mantenimiento:* esta es la etapa de la paciencia, se logran los costos, pero no se ve un beneficio más que el de sostenerse y mantenerse, es dura, pero muestra si el negocio es realmente viable y capaz de seguir adelante.

*Crecimiento:* aquí es cuando se logra el negocio verdadero, empieza a crecer, da ganancia y produce satisfacción inmediata, cuidado, aun falta mucho por seguir adelante.

*Madurez:* es el punto más álgido del negocio, está en su punto, es estable, da ganancia es satisfactorio. Momento de planear el nuevo ciclo para empezar un nuevo negocio.

*Decaimiento:* como todo ciclo tiene y viene una etapa en la cual el negocio se vuelve lento, pesado o se caen sus beneficios, es natural, momento de aceptar para desarrollar lo nuevo y hacer algo superior o mejorado.

*Muerte:* como todo, por servir se acaba, los negocios también tienen un punto en el cual hay que cerrar o cambiar por completo, cambiar o morir dice el dicho.

No existen lapsos específicos para cada etapa, se ven afectadas por el modelo de negocio, la estructura, el ciclo de la economía y una serie de variables del entorno que debemos monitorear constantemente para mantener al máximo la rentabilidad de nuestro proyecto.

## **Metodología**

El método es el camino que se ha de seguir en una investigación para llevarla a cabo. Por lo que el método seleccionado tiene que estar en absoluta concordancia con el objetivo de la investigación. La utilización del método adecuado a la investigación determina la calidad de la información que se obtenga. Por medio del diseño de la investigación se obtendrá toda la información necesaria y requerida (Schmelkes, 1988).

Esta investigación es de tipo no experimental ya que no se pueden manipular las variables, los datos a reunir se obtendrán de personas o micro negocios relacionadas con el tema de investigación.

La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández Sampieri, 2006).

Los diseños no experimentales pueden clasificarse transeccional y longitudinal. Los diseños transeccional o trasversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Estos a su vez, se dividen en dos: descriptivos y correlacionales-casuales (Hernández Sampieri, 2006).

Los diseños no experimentales longitudinales recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos especificados, para realizar inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. Estos diseños suelen dividirse en tres tipos: diseños de tendencia (trend), diseños de análisis evolutivo de grupos (cohort) y diseños panel (Hernández Sampieri, 2006).

Este es un estudio de tipo descriptivo y de tendencia el cual da un enfoque cuantitativo, en el cual se recolectarán y analizarán, datos o componentes sobre diferentes aspectos del impacto entre el crecimiento económico.

La investigación es descriptiva, porque se dará a conocer información detallada del crecimiento económico que actualmente se acontece la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco.

Además, es una investigación de tendencia o trend, ya que permite demostrar con precisión las causas y efectos que conlleva tener competencia a través del tiempo una determinada población.

Los diseños por tendencia o trend son aquellos que analizan cambios a través del tiempo (en variables o sus relaciones) dentro de alguna población en general. La característica distintiva de los diseños de tendencia o trend es que la atención se centra en una población (Hernández Sampieri, 2006).

Así mismo, tiene un enfoque cuantitativo ya que es necesario para poder analizar los resultados de las encuestas y entrevistas que se aplicaron a las personas que trabajan en los micros negocios ubicados en la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco.

La población y muestra determino como actores, a las personas que asisten a las diversas oficialías para realizar algún tipo de tramite o los trabajadores que se encuentran en las Secretarías: SCT y SEDESOL establecidas, por lo cual salen a consumir alimentos por la cercanía del lugar.

Para el desarrollo de esta investigación se consultaron diversas fuentes de información tanto primarias como secundarias las cuales se mencionan a continuación.

Las fuentes de datos primarios que se obtuvieron para la investigación fue mediante encuestas y entrevistas que fueron aplicadas al personal que atiende los micro negocios establecidos en la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco, que son

los establecimientos analizados y tienen relación al crecimiento económico que se plantea.

Dentro de los datos secundarios serán mediante la consulta de libros, revistas, periódicos, folletos, internet y cualquier otro medio que aporte información referente a la investigación sobre el crecimiento económico de los micros negocios.

También se utilizó el IBM SPSS Statistics 20, que es un software de estadística que coadyuvo para conocer los datos obtenidos y así elaborar un análisis más claro y preciso de la problemática surgida en la investigación.

Diagnóstico de los micros negocios ubicados en la Privada del Caminero de la Col. 1º. de Mayo, en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco.

### **Surgimiento, desarrolló y permanecía de los micros negocios**

Los micro negocios dedicados a la elaboración de alimentos, ubicados en la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco, surgieron tras la llegada de dos secretarías: SEDESOL y SCT, tras la demanda de productos alimenticios por parte de las personas que laboran en las oficinas y acuden a demandar los servicios que ambas secretarías ofrecen.

Así mismo, los micro negocios han ido aumentando en el transcurso de los años permitiendo su desarrollo en el ramo alimenticio. Los micros negocios establecidos en esta zona, se han visto beneficiados gracias a la ubicación que les permite permanecer en el mercado, el negocio más antiguo lleva 20 años,

mientras que el resto lleva de 5 a 10 años. Sin embargo, se han visto afectados por la llegada de vendedores ambulantes a la zona y esto les ha impedido un mayor desarrollo en sus negocios.

### **contexto de los micros negocios en tabasco (análisis del entorno).**

Para poder conocer el entorno que abarca los seis micros negocios establecidos y ubicados en la calle privada del caminero, Col. Primero de mayo, Centro, se aplicaron fuentes primarias mediante (entrevistas y cuestionarios) para así poder aplicar el análisis FODA, que nos permitiera conocer de manera más amplia el entorno de la empresa, tal como se muestra en la Tabla 1, mediante la que se observaron los siguientes resultados:

*Tabla 1 - Análisis Foda, aplicado a los micros negocios establecidos en Privada del Caminero, Col.1 de Mayo, Villahermosa, Tabasco, México.*

|                      |   |
|----------------------|---|
| <b>FORTALEZAS</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay un buen servicio al cliente.</li> <li>• Tiempo en el mercado.</li> <li>• Publicidad boca a boca.</li> </ul>  |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay publicidad.</li> <li>• No cuentan con un sistema de producción definido.</li> <li>• La plantilla de trabajadores es pequeña y en ocasiones se ve afectada la operación.</li> </ul>                                |
| <b>OPORTUNIDADES</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La ubicación favorece la permanencia de estas micro empresas.</li> <li>• Presencia de clientes potenciales.</li> </ul>   |
| <b>AMENAZAS</b>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen micro negocios cercanos que son la competencia.</li> <li>• Existe un mayor número de competidores tras la aparición de vendedores ambulantes.</li> <li>• El incremento en los precios de los insumos.</li> </ul> |

*Fuente: Elaboración propia, basada en observación.*

### **antecedentes de los micros negocios.**

Tras la llegada de las secretarías SEDESOL y SCT, en el año de 1981 en la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en el Municipio de Centro en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco, se estableció a sus afueras un pequeño micro negocio de jugos y alimentos, no contaba con ningún competidor.

Así mismo, la ubicación fue captando el interés de comerciantes, y fue así como fueron apareciendo diversos vendedores de productos alimenticios, los cuales para poder mantener su permanencia en la zona tienen que tener sus permisos establecidos en regla y orden.

Actualmente hay seis micro negocios dedicados a la venta de comida rápida como son: tacos, panuchos, empanadas, salbutes, entre otros. Y han logrado mantener una estabilidad en su negocio.

### **situación actual.**

Actualmente hay seis micro negocios establecidos en la zona, son puestos de comida pequeños, y han mantenido una estabilidad en el negocio. Sin embargo, todos coinciden que no han tenido un crecimiento económico y se han estancado, debido a la fuerte competencia que representan para ellos los vendedores ambulantes que llegan a la zona.

Las personas que atienden éstos micro negocios comentaron que ante tanta competencia ellos buscan captar la atención de sus clientes que principalmente son las personas de las oficinas, ofreciéndoles un buen servicio y una buena calidad en sus productos.

Otro de los comentarios recibidos, fue que estos micro negocios subsisten por ellos mismos y las ganancias que obtienen son regulares, nunca han tenido un financiamiento por parte de algún banco o proveedor, pero consideran si tuvieran una oportunidad de algún financiamiento definitivamente esto podría hacer que su micro negocio creciera y fuera más competitiva.

### Presentación de Resultados

A continuación, procederemos a analizar la información de los ítems de manera detallada, de acuerdo a la muestra los micros negocios establecidos y registrados formalmente en el SAT, que se aprecian en la Tabla 2.

**Tabla 2- Micro negocios establecidos registrados de manera formal en el SAT.**

|   | Estadísticos descriptivos |             |             |             |             |                |                     |             |             |                |             |                |
|---|---------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|---------------------|-------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
|   | N                         | Rango       | Mínimo      | Máximo      | Media       |                | Desviación estándar | Varianza    | Asimetría   |                | Curtosis    |                |
|   | Estadístico               | Estadístico | Estadístico | Estadístico | Estadístico | Error estándar | Estadístico         | Estadístico | Estadístico | Error estándar | Estadístico | Error estándar |
| El micro negocio se encuentra registrado en el SAT: | 6                         | 0           | 1           | 1           | 1.00        | .000           | .000                | .000        | .           | .              | .           | .              |
| válido (por lista)                                  | 6                         |             |             |             |             |                |                     |             |             |                |             |                |

**Fuente: Elaboración propia, basada en observación.**

De las siguientes preguntas, podemos asociar que el número de personas que laboran en estos micro negocios son 10, de acuerdo al censo elaborado, 3 personas atienden el micro negocio solas, en 2 micro negocios hay 2 personas y solamente 1 cuenta con 3 personas que lo atienden, de las cuales solamente 2 personas de los micro negocios establecidos, tienen un nivel de estudios de preparatoria el resto no concluyeron la primaria ,como podemos observar los resultados obtenidos de la Gráfica 1 y 2.

**Grafica 1: Nivel de Estudios**



Fuente: Elaboración propia, basado en encuestas

**Grafica 2: ¿Cuántas personas laboran en los 6 micro negocios?**



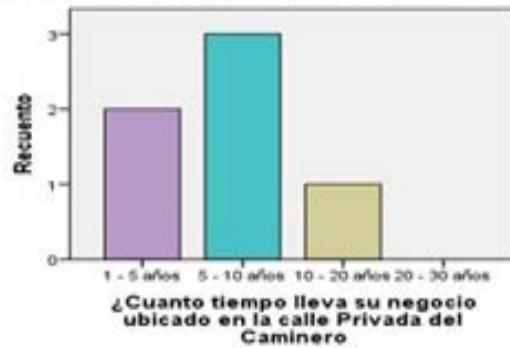
Fuente: Elaboración propia, basado en encuestas.

Para continuar analizando los datos obtenidos, fue necesario conocer el tiempo que llevan ubicados los negocios, como han ido cambiando y si han tenido algún crecimiento económico desde su llegada a la ubicación, ver Gráfica 3.

**Grafica 3: Cambio del negocio en el transcurso de los años**

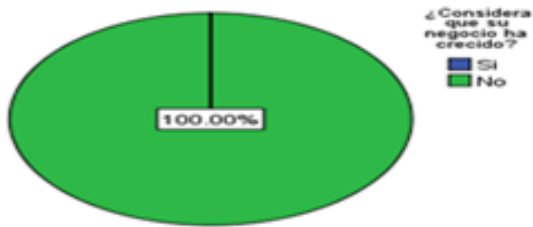


**Grafica 4: Tiempo de permanencia del negocio**



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

**Grafica 5: Crecimiento del negocio.**

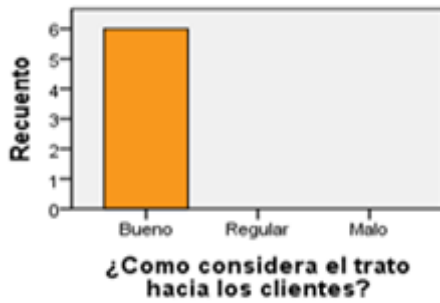


**Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.**

Como podemos interpretar en la, Gráfica 4, solo 2 negocios tienen menos de 5 años de estar establecidos en la ubicación ya mencionada, mientras que 3 de ellos han tenido una estabilidad de mas de 10 años en el lugar y solo 1 es el que lleva más de 10 años ofertando sus productos alimenticios en la zona, 3 de ellos opinan que el negocio ha cambiado poco en el transcurso de los años y todos están de acuerdo que sus ventas no han aumentado por lo que su negocio no ha crecido, ver Gráfica 5.

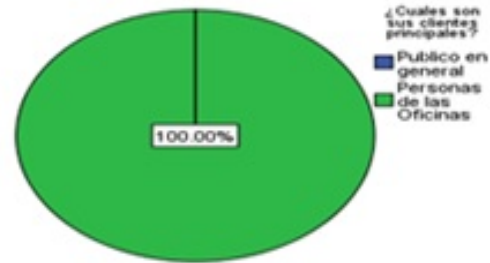
Continuando con los resultados obtenidos también se analizo su desempeño en el servicio por lo que se obtuvo los resultados que aparecen en la Gráfica 6, 7 y 8. Como resultado del servicio todos los micros negocios coincidieron en que ofrecen buen trato a sus clientes para que estos regresen con ellos y sus principales clientes son las personas que brindan sus servicios en las oficinas, también 3 de los negocios nos dijeron que el buen trato al cliente ha sido su clave para mantener su negocio.

Grafica 6: Trato a Clientes



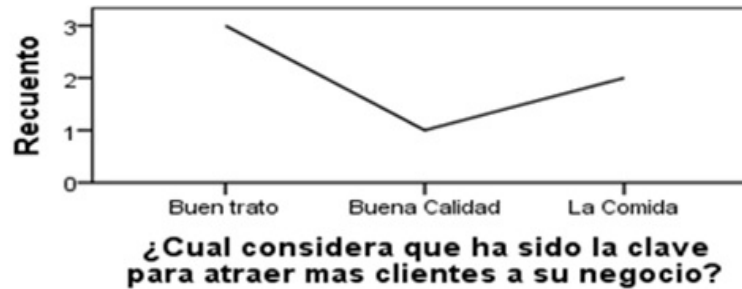
Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

Grafica 7: Clientes Principales



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

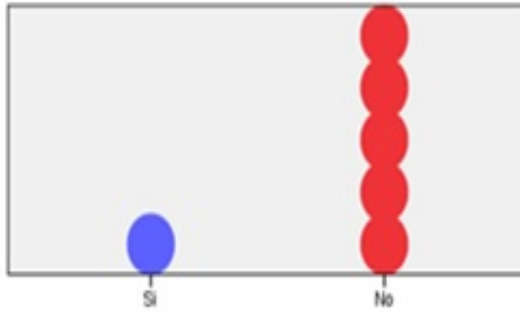
Grafica 8: Principal clave para atraer a más clientes al negocio.



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

obtenidos los resultados en cuanto a sus antecedentes y el servicio que ofrecen los micro negocios, se consideró importante conocer sus fortalezas y debilidades por lo que se analizó la posibilidad de algún tipo de financiamiento para su negocio, al igual como le ha favorecido la ubicación al negocio para su crecimiento, cuáles han sido los mayores obstáculos y competencia.

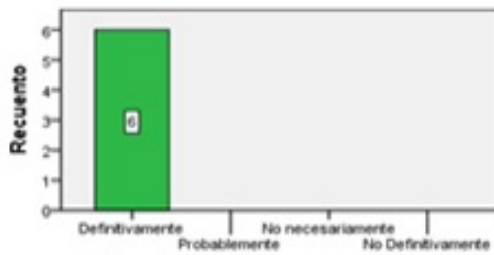
**Grafica 9: Oportunidades de Financiamiento**



**¿Ha tenido la oportunidad de obtener algún tipo de financiamiento para su negocio?**

*Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.*

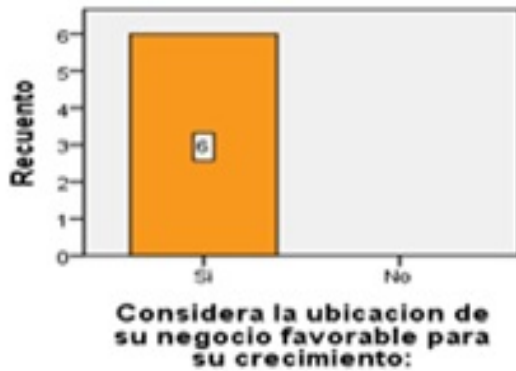
**Grafica 10: Considera que la oportunidad de un financiamiento haría crecer su negocio.**



**Si pudiera obtener recursos para su financiamiento ¿Considera que si negocio crecería o sería mas competitiva?**

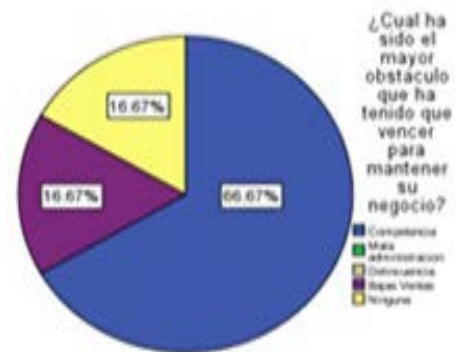
*Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.*

**Grafica 11: La Ubicación es favorable para el crecimiento del micro negocio.**



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas

**Grafica 12: Mayor obstáculo a vencer para mantener su negocio.**



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

**Tabla 3 – Tipo de Ganancias**

Considera que las ganancias que obtiene son:

|        |           | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Buenas    | 1          | 16.7       | 16.7              | 16.7                 |
|        | Regulares | 3          | 50.0       | 50.0              | 66.7                 |
|        | Malas     | 2          | 33.3       | 33.3              | 100.0                |
|        | Total     | 6          | 100.0      | 100.0             |                      |

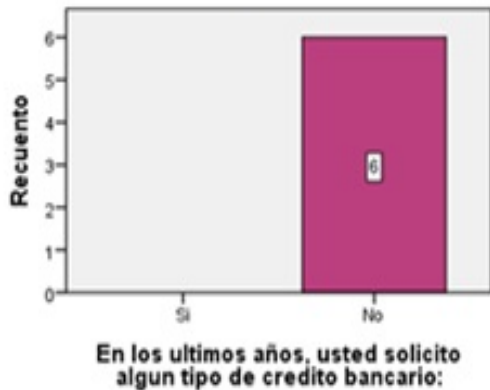
Fuente: Elaboración propia, basado en encuestas.

De las Gráficas 9,10,11 y 12 se determinaron los siguientes resultados: solamente un micro negocio ha tenido la oportunidad de tener algún tipo de financiamiento, sin embargo todos coincidieron que si pudieran obtener algún tipo de financiamiento tal vez su negocio crecería ya que la ubicación ha sido favorable para mantener una estabilidad en su negocio, cabe destacar que el mayor obstáculo que han tenido que vencer para que su negocio permanezca, ha sido la

competencia por parte de los vendedores ambulantes que no están registrados ante ninguna autoridad, por lo que en cuanto a sus ganancias tres de los micro negocios consideran que sus ganancias son regulares , 2 sienten que son malas y solamente 1 considera que son buenas, ver Tabla 3 .

En cuanto a su financiamiento se investigaron los siguientes datos obtenidos mediante las Gráficas 13, 14, 15, y 16 dando como resultado que ningún negocio ha solicitado ningún crédito bancario debido a las altas tasas de intereses bancarias por lo que los negocios subsisten con sus propios recursos obtenidos por la venta de sus productos alimenticios, también comentaron que en un momento dado, estuvieran interesados en solicitar algún tipo de crédito necesitarían un plazo mínimo de dos años para poder pagar la deuda.

**Grafica 13: Ha solicitado algún crédito bancario.**



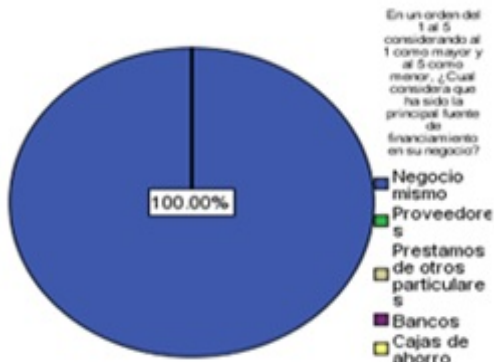
**Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.**

**Grafica 14: Motivos para no solicitar un crédito**



**Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.**

Grafica 15: Principal fuente de financiamiento.



Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

Grafica 16: Plazo necesario para pagar un crédito



Fuente: Elaboración propia, basado en encuestas.

## Conclusiones

Como se observa en el trabajo de investigación, parte del Municipio del Centro, específicamente en la Calle Privada del Caminero, Col. 1º. de Mayo en Villahermosa Capital del Estado de Tabasco, está integrada por pequeños comercios dedicados a la venta de alimentos en las distintas instituciones públicas para el servicio de las personas que llegan hacer algún tipo de trámite.

El análisis final que se realizó, da como resultado que el crecimiento de estos micro negocios es de manera negativa, por el ambulante imperfecto, es decir, que en el momento en que los servidores públicos y las personas que acuden en esos lugares a consumir dichos productos alimenticios, llegan puestos ambulantes a vender sus alimentos sin estar establecidos en un lugar fijo, por ejemplo, llegan en carritos de compras, en motos y comúnmente en triciclos y cuando finalizan la hora estos locales se van y así sucesivamente por lo que de esta manera los puestos establecidos legamente pierden oportunidades de venta ya que ellos tienen que pagar distintos impuestos y por lo cual tienden a subir sus precios en los

alimentos y los de manera ilegal al no pagar nada de derecho de piso tienden a bajar sus precios y por lo cual los clientes prefieren comprar con precios bajos.

### **Alternativas de solución**

En el área de resolución de problemas es necesario distinguir entre la causa y el efecto, o lo que es lo mismo, tratar de identificar oportunidades para la mejora, una vez que sean definidas las causas o bien las oportunidades, se puede proceder a generar tantas mejoras como sea posible, considerando variadas estrategias y que incluyan, según sea conveniente acciones correctivas y/o preventivas, así como también mejoras activas, graduales o drásticas.

1. Identificar la situación actual de los micros negocios frente al comercio.
2. Analizar las debilidades y las fortalezas de los micros negocios.
3. Conocer la tecnología con que cuenta y como enfrenta el futuro inmediato, por lo que el desarrollar un análisis de Fortalezas, Amenazas, Oportunidades y Debilidades (FODA) que apoye como base en la mejora o alternativa de solución.

A continuación, se describe el siguiente análisis las posibles amenazas y oportunidades que vienen de afuera de las organizaciones.

#### *Amenazas.*

Sensibles a la incursión de sus mercados por parte de las grandes empresas.

#### *Ventajas y desventajas.*

Mejor desempeño en actividades que requieren habilidades o servicios especializados.

Buen desempeño en mercados pequeños, aislados e imperfectos.

#### *Desventajas.*

Desempeña actividades de baja intensidad de capital y con alta intensidad de mano de obra.

*Oportunidades.*

Mayor flexibilidad en responder con rapidez a los cambios del mercado.

Después de haber analizado los conceptos técnicos sobre la propuesta de mejora de alternativas de soluciones para los micro negocios en cual se describen detalladamente la forma en que se realizó el trabajo al igual que la describen algunos sujetos que intervinieron, así como el material utilizado.

Estrategias para mejorar su servicio de atención al cliente, ¿Cómo medir la satisfacción del cliente? y Cómo elaborar una encuesta para medir la satisfacción del cliente. Creo que aún es importante adentrarnos más en todo lo relacionado con el “servicio al cliente”.

En un mundo de negocios sin límites geográficos, los productos y servicios que venden las empresas no pasan a ser solo eso, un producto o servicio. Como resultado, la única ventaja competitiva verdaderamente sostenible es el servicio al cliente.

Es por eso que es necesario elaborar dentro de tu compañía un manifiesto de servicio al cliente, y además darlo a conocer a tus empleados. Pero sobretodo contárselo a tus clientes para que así ellos sepan que deben esperar de tu empresa.

Una forma eficaz de posicionarse en la mente de sus prospectos es utilizar el servicio de atención al cliente como elemento diferenciador, actualmente es este

uno de los puntos más vulnerables de su competencia, ya que según estudios realizados la atención al cliente por

Internet sigue siendo en muchos casos deficiente, por lo cual puede usar esta debilidad de su competencia en beneficio de sus clientes y para fortalecer su negocio.

## **Referencias**

Bell, D. (1976). *El crecimiento económico*. New York: Basic Books.

Hernández Sampieri, R. F. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.

Hitchcock, J. H. (2005). *FICAP-1 Proceedings: Collaborative Academic Programs as Contribution to Develop Nations*. USA: Brown Walker.

Jones, C. I. (2000). *Introducción al crecimiento económico*. New York: Pearson.

Keynes, J. M. (1936). *Teoría general del empleo*. México: FCE.

Kuznets, S. (1955). Elementos básicos del crecimiento económico. *The American Economic Review*.

Layard, R. (1997). *Crecimiento económico*. Madrid: Taurus.

Longenecker, M. (2001). *Ventajas y desventajas de las MIPYMES*. México: Thompson.

Martin, J. M. (1992). *Crecimiento económico en un mundo desarrollado*. Madrid: AKAL.

McMahon, G. S. (2003). *Diversity in Economic Growth. Global Insights and Explanations*. Northampton, USA: Global Development Network.

Prebisch, R. (1984). *Capitalismo Periférico*. Washington, D.C.: Banco Mundial.

- Rosenzweig, J. E. (1996). *El crecimiento de las empresas*. New York: Mc Graw-ill.
- Schmelkes, C. (1988). *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis)*. México: Oxford.
- Schumpeter, J. A. (2002). *Ciclos económicos*. España: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- SEDESOL. (2015). Secretaría de Desarrollo Social. *Programa: Opciones Productivas*. Villahermosa, Tabasco, México: Gobierno del Estado.
- Smith, A. (1998). *Ética y economía*. México: Sophia.