UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CHIAPAS

Casa abierta al tiempo

Memoria en Extenso del 5° Congreso Nacional de Investigación "Empresas Familiares y Desarrollo Regional" UNACH-UAM

19, 20 de Noviembre de 2015
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

UNACH

NODO empresa familiar y MIPYME

DELFÍN Por una Cultura Científica

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento de Administración

EMPRESAS FAMILIARES Y DESARROLLO REGIONAL
(Memoria del 5to Congreso UNACH-UAM 2015)

Coordinadores:

Zoily Mery Cruz Sánchez
Guillermo Ramírez Martínez
Oscar Lozano Carrillo
Jorge Alberto Rosas Castro
María Teresa Magallón Diez
Enoch Yamil Sarmiento Martínez
Laura de Jesús Velasco Estrada
Blanca Estela Molina Figueroa
Alma Leslie León Ayala
Gabriela Durán Flores
Ana Gabriela Ramos Morales
José Bulmaro Díaz Fonseca
Georgete Alexandra Orantes Zenteno
Joselyne Guadalupe Pérez Hernández

ELABORACIÓN DE MEMORIA

Camacho Solís Julio Ismael
Cruz Sánchez Carlos Octavio
Cruz Sánchez Zoily Mery
Díaz Fonseca José Bulmaro
Domínguez López Alejandro
Durán Flores Gabriela
Gamboa García Felipe de Jesús
García Arteaga Karla Beatriz
Gómez Carreto Tlillacapatl
González Scarpulli Daniel
Gordillo Rodas Roger Hirán
Laguna Caballero Hilario
León Ayala Alma Leslie
Molina Figueroa Blanca Estela
Orantes Zenteno Georgete Alexandra
Sarmiento Martínez Enoch Yamil
Solís Muñiz Adolfo de Jesús
Trujillo Santos Luis Alejandro
Velasco Estrada Laura de Jesús
Zebadúa Sánchez Arcadio

Obra en Colaboración:

Universidad Autónoma de Chiapas

Cuerpos Académicos:

Estudio de las Organizaciones

Administración y Gestión de las Mipymes

Desarrollo de aplicaciones con tecnologías de información.

Gestión y Competitividad para el Desarrollo Organizacional

Gestión administrativa y formación del talento humano

Empresas, innovación y regiones.

Universidad Autónoma Metropolitana

Posgrado en Estudios Organizacionales Iztapalapa

División de Ciencias Sociales y Humanidades Azcapotzalco

Cuerpos Académicos:

Análisis y Gestión de las Organizaciones

Estado Gobierno y Políticas Públicas

Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales A.C.

Nodo de Investigación Empresa Familiar y Mipyme.

Red Mipyme y Empresa Familiar del Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del Pacífico. Programa Delfín.

ÍNDICE

MESA I:

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR

1. Emprendimiento en empresa familiar multigeneracional en industria alimentaria en Ocozocoautla

Dr. Víctor De La Rosa Peña

Dra. Karina Milene García Leal

Dra. Magali Mafud Toledo

C. Marcial Galdámez López..... 11

MESA II:

ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

1. Fuentes de financiamiento a corto plazo para las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector comercio en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Mtra. Dora Del Carmen Aguilar Domínguez

Mtra. Yadira Guadalupe Cruz Solís

Mtra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez..... 30

2. Empresa familiar refrigeración de la costa, Tapachula, Chiapas

María Estrella Olivera Santos

Mtra. Luisa Ponce Hernández 53

3. La mujer como elemento fundamental en la comercialización y venta de pescados y mariscos en Paredón, Chiapas.

Zoily Mery Cruz Sánchez

Mario Orozco Gutiérrez

Isabel Pérez Pérez..... 65

4. Sustentabilidad y responsabilidad social en las empresas cafetaleras caso: Unión Ejidos la Selva.

Dra. Gabriela Durán Flores

Dra. Ana Gabriela Ramos Morales

Mtro. José Antonio Aguilar Carboney

Dra. María Isabel Pineda Castillejos 95

5. Efectos financieros en las pequeñas empresas familiares al modificarse el sistema de tributación a partir del ejercicio 2014

Dra. Alma Leslie León Ayala

Mtra. Sara Jocelyn Bello Mendoza

Dra. Adriana Mazariegos Sánchez

Mtro. Emilio Esquinca Argüello 104

6. Estrategias de mercadotecnia para la comercialización del vino artesanal de zarzamora en una empresa familiar

Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez

Dra. Magali Mafud Toledo

Dr. Marcos Salvador Rodríguez Núñez

Dr. José Radamed Vidal Alegría..... 121

7. Gestión "Instrumento de mejora empresarial para la mipymes (microempresas)"

Mtro. Díaz Fonseca José Bulmaro

Dr. Sarmiento Martínez Enoch Yamil

Dra. Velasco Estrada Laura De Jesús

Dra. Molina Figueroa Blanca Estela..... 136

MESA III

CULTURA, GÉNERO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA FAMILIAR

1. La importancia cultural de la pequeña organización artesanal en Chiapa de Corzo, Chiapas

Dr. Hilario Laguna Caballero.

Dr. Manuel De Jesús Moguel Liévano

Dr. Julio Ismael Camacho Solís

Mtro. Roger Irán Gordillo Rodas 148

2. La responsabilidad social de los municipios en el tratamiento de la basura como un problema ambiental y de salud pública.

Dr. Rigoberto Antonio, Morales Escandón

Dr. Renán, Velázquez Trujillo

Dra. Rosa Francisca, García Ozuna

Mtro. Flocelo Daniel, Zea Pérez..... 165

3. La cultura organizacional en las empresas familiares

Dra. Sandra López Reyes

Dr. Eduardo Alberto Gutiérrez Medina..... 179

4. Las TIC, uso y adopción en las OAP a nivel Gobierno Del Estado De Chiapas

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Dr. Felipe De Jesús Gamboa García

Dra. Laura De Jesús Velasco Estrada

Dr. Adolfo Solís Muñiz..... 192

MESA IV

.FAMILIA, ORGANIZACIONES Y DESARROLLO REGIONAL

1. Reflexiones acerca de un modelo de evaluación del desempeño profesional docente en una institución particular de educación primaria en la Cd. de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Dra. Isis Mandujano Domínguez

Mtro. Justino López Aguilar

Dr. Rocky David Mancilla Escobar

Dr. Pedro Antonio Chambé Morales *226*

2. Epítome de la profesionalización del docente del nivel básico, medio superior y superior en Chiapas

Alicia Yulieth Zebadúa Sánchez

Luis Madrigal Frías

José Francisco Oliva Gómez..... *242*

3. Innovación social para el desarrollo de las regiones: turismo rural en Chiapas

Tlillalcapatl Gómez Carreto

Lucía Araceli Guillén Cuevas *254*

4. Alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector comercial de la ciudad de Tapachula, Chiapas

Dra. Alma Leslie León Ayala

Mtro. Catarino Mérida Ramírez

Mtra. Susana Patricia García Sampedro

Dr. David Ristori Cueto *273*

5. Ingresos de los trabajadores y su situación económica al pensionarse bajo el régimen de la Ley del SAR de 1997

Dr. Gustavo Selvas Hernández

Dr. Julio César Pérez Zambrano

Dra. María Del Carmen Cristiani Urbina

Mtra. Liliana Kristell Orozco Macías *289*

6. Empresa-familia: contribución al desarrollo regional

Dra. María Eugenia Estrada Álvarez

Mtra. Ligia Margarita Domínguez Castañón.

Mtro. Nasario García Álvarez

Mtra. Blanca Flor Esquinca Castillejos. *311*

7. La pequeña empresa constructora chiapaneca: actualidad y perspectivas

Mtro. Arcadio Zebadúa Sánchez.- Responsable

Dra. Karla Beatriz García Arteaga

Mtro. Fredy Humberto Caballero Rodríguez *323*

8. Análisis de la situación actual de las Agencias de Viajes como Empresas Familiares en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Mtra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández

Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez

Mtro. Mario José Gutiérrez Hernández *334*

MESA I:

EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN LA EMPRESA FAMILIAR

1. EMPRENDIMIENTO EN EMPRESA FAMILIAR MULTIGENERACIONAL EN INDUSTRIA ALIMENTARIA EN OCOZOCOAUTLA

Dr. Víctor De La Rosa Peña
Dra. Karina Milene García Leal
Dra. Magali Mafud Toledo
C. Marcial Galdámez López

RESUMEN

Las empresas familiares han sido en la última década un tema de gran importancia, tanto por los empleos que genera como el gran número de ellas en todo el mundo y particularmente en Chiapas. Algunas empresas surgen provechando los recursos tecnológicos y financieros de la familia que ya cuenta con al menos una empresa y que siguen diversificando. En esta investigación se hace referencia a una familia que ya tiene una tercera generación en proceso de sucesión y sobre todo de emprendimiento, con la diferencia que esta tercera generación ya se encuentra estudiando una licenciatura a diferencia de sus antecesores.

En esta investigación mixta, tanto cualitativa como cuantitativa se llevan a cabo entrevistas, se aplica un cuestionario y se realiza observación, se hace investigación de campo para el estudio de mercado sobre el mercado meta y se respalda con la investigación documental. Se realiza un cruce de información con las entrevistas a la familia que tienen varios negocios. El alcance de la investigación es exploratorio y descriptivo. El estudio es no experimental y transeccional. Se propone al emprendedor que lleve a cabo el plan de negocios ya que es viable, solicitando el apoyo de financiamiento que ofrece la secretaría de economía a través del INADEM.

Palabras clave: Emprendimiento Empresa familiar Tortillería Molino

INTRODUCCIÓN

El emprendedor o la persona que asume retos para organizar y conseguir los recursos necesarios para crear una empresa, puede desarrollar su idea siempre que hayan realizado un estudio para determinar si es viable (técnica, económica y operacionalmente) y por supuesto si cuentan con los recursos.

En el caso de la familia Galdámez López, del municipio de Ocozocoautla en Chiapas, existe un joven emprendedor (hijo mayor) que es estudiante universitario que tiene una idea de negocio en la industria alimentaria (tortillería de maíz nixtamalizado), por lo cual se realiza la ponencia basada en propuestas con cálculos en la producción estimada. Esto se realiza por un cuerpo académico, docentes y un alumno, con el objetivo de brindar un panorama inicial y sugerencias de financiamiento mediante un listado de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas del negocio en cuestión, así como un diagnóstico sectorial y análisis de inversión que incluye una corrida financiera basada en un estimado de producción promedio.

Este trabajo es de alcance exploratorio y descriptivo, con un estudio transeccional (no experimental) y considera aspectos tanto cualitativos como cuantitativos que le permiten al emprendedor tomar decisiones para crear su negocio.

Este trabajo incluye investigación documental y de campo, los temas de la revisión literaria incluyen conceptos de empresa familiar y emprendimiento, así como elementos relativos al contexto en este caso del municipio de Ocozocoautla y su producción. En el trabajo de campo se consideraron los resultados de encuestas aplicadas a una muestra de la población dela cabecera municipal, lo cual permite dar un panorama estimado del comportamiento de los consumidores.

Así también se incluye una propuesta basada en el análisis del entorno, análisis FODA, análisis de inversión así como una corrida financiera estimada con una producción mensual de 7200 kilogramos de producto, que aproximadamente son 240 kilogramos de tortillas nixtamalizadas por día.

CUERPO PRINCIPAL

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA FAMILIAR MOLINO DON RONY

La familia Galdámez López ha tenido por dos generaciones el Molino Don Rony, ubicado en el municipio de Ocozocoautla de Espinosa (localmente se le conoce como Coita) en el estado de Chiapas, la familia espera que en pocos años éste molino pase a manos de la tercera generación, los nietos de Don Marcial Galdámez López, para continuarlo como negocio familiar.

El molino inició con Don Marcial en 1967, hace 48 años y fue heredado a su Hijo Ronay Galdámez Medina quien lo administra junto con su esposa la Sra. Esperanza López Gómez, quienes tienen dos hijos, Alondra y Marcial. El matrimonio considera que lo sucederán a su hijo Marcial y posiblemente en asociación de su hija Alondra, los únicos herederos de este matrimonio, el hijo estudia la licenciatura en Administración y tuvo la oportunidad de conocer el proyecto México emprende, difundido por la iniciativa del presidente de México, para motivar a jóvenes entre 18 y 30 años a emprender un negocio con el apoyo crediticio denominado “Crédito Jóven 2015” con tasas preferenciales de 9.9% anual respaldado por Nacional Financiera y el INADEM, de ahí les surge la inquietud de crear un negocio para elaborar tortillas a base de maíz nixtamalizado aprovechando que la familia cuentan con un molino y una acopiadora de granos (maíz), para no hacerlas con harina de maíz Minsa o Maseca, como se tiene acostumbrada a la población que acude a las tortillerías.

La micro empresa “El molino Don Rony” cuenta con 3 empleados y lo administran el Sr. Ronay y la Señora Esperanza, como segunda generación, los nietos de don Marcial se encargan de algunas actividades que les permiten conocer el negocio pero no lo administran. Las decisiones del negocio del molino de granos es tomada en consenso tanto el Sr. Marcial como sus hijos Ronay, Guadalupe y la nuera Esperanza, sin embargo, el que funge como administrador es el Sr. Ronay.

El señor además es propietario de una acopiadora de semillas de maíz en el mismo municipio, lo cual es una fortaleza para el negocio en el cual se desea emprender y corresponde a la tercera generación crear y operar para que se administre como empresa familiar donde los padres tienen voz y voto, con los valores familiares que se han inculcado.

GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE OCOZOCOAUTLA DE ESPINOSA, CHIAPAS

La denominación Toponimia Ocozocoautla es de origen nahoa; viene de los vocablos okoshotl, ocozote (cierta planta textil) y kuautla, bosque; es decir "Bosque de los ocozotes". INAFED (2009).

El 19 de enero de 1926, el pueblo de Ocozocoautla fue elevado a la categoría de ciudad, según decreto promulgado por Carlos A. Vidal, Gobernador Constitucional del Estado. Desde el 1o. de diciembre de 1928, la ciudad de Ocozocoautla lleva el apellido de Espinosa, en honor al insigne revolucionario Luis Espinosa, por decreto de Raymundo Enríquez, Gobernador Constitucional del Estado.

El municipio de Ocozocoautla de Espinosa está ubicado en la parte occidental del Estado, abarcando parte de la Depresión Central y de las Montañas del Norte. Sus coordenadas geográficas son 16° 45"□N y 93° 22"□™ W. Su altitud es de 820 metros sobre el nivel del mar. Se encuentra en la Región II denominada Valles Zoque, una de las quince regiones. Esta región cuenta con cuatro municipios, Jiquipilas, Cintalapa de Figueroa, Ocozocoautla de Espinosa y Belisario Domínguez. CEIEG (2012).

Imagen 1. Región II. Valles Zoque.

Fuente: Inafed.

Ocozocoautla de Espinosa colinda al norte con los municipios de Tecpatán, al este con Berriozábal, Tuxtla Gutiérrez y Suchiapa, al sur con Villaflores y al oeste con Jiquipilas y Cintalapa. El clima varía de cálido subhúmedo a cálido-húmedo según la zona, por lo que el tipo de vegetación es de selva media y alta.

Su extensión territorial es de 2,476.60 km², lo que equivale al 20% de la superficie regional y al 3.27 % de la estatal. Cuenta con 18, 205 viviendas y por cada casa hay un promedio de 4.48 personas.

Cuenta con seis áreas naturales protegidas, con 3615 km cuadrados y corresponden xxxx

El turismo es una de las actividades económicas importantes del municipio.

Actividades económicas del municipio de Ocozocoautla

Respecto al Sector Primario, cabe señalar que el 53.19% de la población realiza actividades agropecuarias. El porcentaje de este sector en los ámbitos regional y estatal fue de 26.14% y 47.25% respectivamente.

En lo relativo al Sector Secundario el 16.83% de la Población económicamente activa (PEA), laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 17.73 y 13.24 respectivamente.

La distribución de ingresos de la PEA en el Estado reporta que el 40.66% del sector primario no recibe salario alguno y sólo 0.76% recibe más de cinco salarios mínimos. En el sector secundario, 6.63% no percibe ingresos y 4.46% recibe más de cinco salarios. En el terciario, 5.73% no recibe ingresos y el 11.98% obtiene más de cinco salarios mínimos. De las principales actividades agrícolas a las que se dedica el municipio de Ocozocoautla se encuentran el cultivo de maíz, fríjol, cacahuate, sorgo, café, plátano, mango, naranja y limón. (SAGARPA, 2006).

La siguiente tabla contiene información relacionada con los principales cultivos del municipio y la superficie ocupada por tipo de cultivo.

Tabla 1. Principales Cultivos Sembrados

SUPERFICIE SEMBRADA (HECTAREAS)						
Principales cultivos	**Total**	**%**	**Riego**	**%**	**Temporal**	**%**
Total	38,170	2.48	40	0.1	38,130	99.9
Cultivos ciclicos	35,020	3.43	40	0.11	34,980	99.89
Maíz Grano	32,035	91.48	35	0.11	32,000	99.89
Frijol	2,605	7.44	5	0.19	2,600	100
Sorgo grano	320	0.91	0	0	320	100
Cacahuate	60	0.17	0	0	60	100
Cultivos parennes a/				0	3,150	100
	3,150	0.61	0			
Café	3,150	100	0	0	3,150	100

FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Delegación en el Estado, Subdelegación de Agricultura.

De lo cual se observa que el cultivo del maíz es una de las actividades económicas principales del municipio de Ocozocoautla, por lo que se puede considerar que es un insumo (materia prima) de gran importancia con el que se cuenta para la producción de tortilla.

DISCUSIÓN TEÓRICA

ANTECEDENTES TEÓRICOS Y CONCEPTOS DE LA EMPRESA FAMILIAR

Existen diversas ideas y definiciones del concepto de empresa familiar, como señalan Ramírez y Hernández (2015), una empresa familiar es una "organización económica sostenida por vínculos de afinidad reconocidos socialmente, como la relación entre padres e hijos, entre hermanos o individuos con cierto parentesco." También señalan que su objetivo es darle continuidad generacional al derecho de propiedad y su control, ya sea para garantizar la seguridad económica de la familia, conservar la herencia o mantener la unión parental (Cisneros, Ramírez & Hernández, 2011:52).

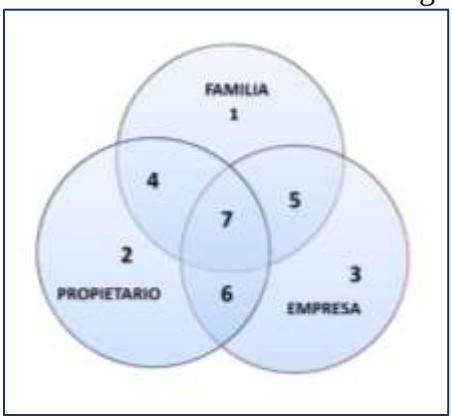
Belausteguigoitia, citado por Soto (2013), indica que la empresa familiar es aquella que mayoritariamente se encuentra poseída o controlada por una familia en la cual dos o más miembros de ésta están relacionados con el negocio de alguna manera. Por su parte, Ramírez y Fonseca (2010)

la empresa familiar es una organización donde la familia posee todas las partes, los miembros familiares ocupan posiciones gerenciales y donde los miembros de varias generaciones se encuentran involucrados en el negocio.

Por su lado, Chauca y Ortiz (2014) señalan que Navarrete, considera que en una la empresa familiar la propiedad está en manos de uno o más miembros de un grupo familiar y en consecuencia, su dirección y la sucesión estarán influenciadas por dicha familia.

Prácticamente todos los autores retoman elementos de lo que han definido Tagiuri y Davis (1992), que proponen un modelo gráfico, sobre las empresas familiares, en el que sugieren siete áreas que van de acuerdo a la interrelación que guardan tres subsistemas (circuitos): Familia, Empresa y Propiedad. Para ello elaboraron un diagrama, que se pueden relacionar con tres conjuntos que están siendo representados por círculos que se intersectan, siendo únicamente un área donde coinciden los tres círculos (zona 7) y otras tres áreas donde coinciden dos círculos, áreas 4, 5 y 6, donde se entrelazan propiedad y familia, empresa y familia y finalmente propiedad (propietario) y empresa.

Imagen 2. Modelo de los tres círculos de Tagiuri y Davis.



Fuente: Traducción basada en Tagiuri, R. y Davis, J. (1992). On the goals of successful family companies. *Family Business Review, Vol. V.*(1). 43-62

Como se puede apreciar en la figura, las relaciones de estos tres núcleos o círculos dan lugar a siete áreas o puntos distintos en los que cada persona puede ser ubicada, cada uno con su propio interés. Si los intereses de los siete grupos convergen en la misma dirección, lo cual no ocurre fácilmente, la empresa familiar no se verá afectada negativamente por este entramado de relaciones; si por el

contrario, y como ocurre con frecuencia, esos intereses son bifurcados, se crearán tensiones entre ellos que afectarán inevitable y negativamente a la empresa, provocando el deterioro en las relaciones familiares, a menos que existan reglar claras y un plan preventivo para que esto no ocurra o al menos se minimice.

Dichos grupos en los que se pueden ubicar a las personas son siete y se describen a continuación:

1. Miembros de la familiar, que no son propietarios y no trabajan en la empresa. (Familia).

2. Propietarios de la empresa, que no son miembros de la familia y además no trabajan en la empresa. (Propietario).

3. Empleados de la empresa, que no son miembros de la familia y no son propietarios. (Empresa).

4. Miembros de la familia, que son propietarios y no trabajan en la empresa. (Familia ∩ Propietario)[1].

5. Miembros de la familiar, que no son propietarios y trabajan en la empresa. (Familia ∩ Empresa).

6. Propietarios, que no son miembros de la familia y trabajan en la empresa. (Empresa ∩ Propietario).

7. Miembros de la familia, que son propietarios y trabajan en la empresa. (Familia ∩ Propietario ∩ Empresa).

Como se puede observar únicamente en la región 7 coinciden que los miembros de la familia son propietarios y forman parte de la empresa, cabe destacar que se hace uso de la notación de conjuntos al final de cada punto.

1 En (Familia ∩ Propietario), se utiliza el símbolo ∩ de intersección de la teoría de conjuntos, lo cual indica que existen elementos o en este caso, personas en común.

Una vez identificados los tres círculos, el de Familia (en el cual se encuentran todos y cada uno de los miembros de una misma familia), el de Empresa (conjunto de personas que laboran dentro de la empresa percibiendo un sueldo como producto del trabajo que desempeña) y el de Propiedad (dueños de acciones de la empresa), es posible ubicar los estudios e investigaciones de acuerdo a estas características para poder identificar las variables de interés.

Este sencillo, pero muy importante esquema, permite entender con mayor facilidad y capacidad de análisis la problemática y dinámica de la empresa familiar.

La mayoría de las ventajas y desventajas que poseen las empresas familiares se derivan de la interacción de estos tres subsistemas.

Por otro lado, cabe señalar que una empresa que no es familiar solo posee dos de estos círculos, el de propiedad y el de empresa, entre los que se produce la intersección. En cambio, en la empresas familiares, al agregar el círculo de la familia, las intersecciones pasan a ser cuatro (las enumeradas como 4, 5, 6 y 7), lo cual las convierte en organizaciones más complejas. Estas intersecciones son zonas de ventajas y oportunidades, pues los integrantes suelen incorporar una combinación especial de energía, motivación, tradición, valores y cultura que es difícil de conseguir en una empresa no familiar. Pero también pueden llegar a ser zonas de conflictos y debilidades con su segmento de elementos emocionales capaces de afectar la armonía entre los subsistemas.
Por eso, es muy importante que los tres círculos de la empresa familiar mantengan un adecuado equilibrio, es decir, un nivel de interfaz razonable.

Es fundamental vigilar que la familia, los objetivos empresariales y los propietarios, tengan muy claros los límites de cada uno de los tres círculos. Es claro que esos límites son imaginarios que nadie ve en la empresa, pero que todos deberían tener claro dónde se encuentran. Es importante aprender a proyectar bien e intentar mantener el equilibrio. Poder identificar los límites de estos tres famosos círculos ayuda a separar bien los roles que cada uno debe tener en la organización y a relacionarse correctamente con los demás.

EL ORIGEN EMPRENDEDOR DE LAS EMPRESAS FAMILIARES

Tal como señalan Lozano y Niebla (2010), el origen de las empresas familiares de nuestro país, se caracteriza por el acto inicial del emprendedor o emprendedores familiares que le dan origen y se convierten en los dirigentes de las mismas, ya sea un emprendedor de manera individual o apoyado por algún miembro de su familia, detecta una oportunidad de negocio, y se da a la tarea de emprenderlo. Gente que después de algunos años, deciden iniciar su propia aventura y emprenden un negocio del giro que conocen. Y ya después de iniciar, desarrollar y consolidar sus negocios, aportan todo el apoyo para que algún hermano o hermana, pero principalmente un hijo, ponga su propio negocio o participen en el que ellos crearon.

El acto de emprender contendrá siempre una relación familiar cercana, ya sea como apoyo financiero, con trabajo, con medios, o con consejos, y soporte moral que los miembros de la familia pueden ofrecer. Existen millones de casos de emprendedores que plantean un proyecto que termina en la creación de una empresa familiar.

METODOLOGÍA

En esta investigación mixta, tanto cualitativa como cuantitativa se llevan a cabo entrevistas, se aplica un cuestionario y se realiza observación, se hace investigación de campo para el estudio de mercado sobre el mercado meta y se respalda con la investigación documental.

Se realiza un cruce de información con las entrevistas a la familia que tienen varios negocios. El alcance de la investigación es exploratorio y descriptivo. El estudio es no experimental y transeccional.

Objetivos de la investigación

Se presenta un objetivo general y tres objetivos específicos que servirán de guías para conducir la investigación y con base en ello generar la propuesta de solución.

Objetivo General

Analizar el entorno para detectar el potencial de oportunidades y poder asesorar al emprendedor y la familia sobre aspectos de mercadotecnia, plan de negocios, aspectos y trámites fiscales, financieros y de gestión administrativa para poder iniciar el nuevo negocio en la industria tortillera, para la producción y comercialización, con insumos de las empresas de la misma familia.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar el entorno para detectar el potencial de oportunidad
- ✓ Desarrollar un estudio de mercado
- ✓ Proponer elementos de planeación estratégica para el negocio.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación se elaboró el análisis del entorno, que incluye un análisis FODA, el diagnóstico sectorial, así como un análisis de inversión para determinar la cantidad de dinero que se debe aportar o solicitar como financiamiento, además se elaboró una corrida financiera para calcular la utilidad por ventas mensuales del negocio de tortillas nixtamalizadas, considerando una producción de 240 kg diarios.

- ✓ **Análisis del entorno**

Antes de iniciar el análisis del entorno, es necesario conocer el contexto desde diversas perspectivas, la social, la política y la empresarial.

Se visitó la cabecera municipal de Ocozocoautla de Espinosa, y se llevó a cabo tanto observación, como encuestas y entrevistas en la población en los meses de septiembre y octubre de 2015.

Se presentan elementos del análisis FODA como resultado de éstas actividades.

- ✓ **Análisis FODA**

Fortalezas

- Mano de obra disponible
- Tecnología disponible (molino)
- Conocimiento y experiencia
- Proveedor de maíz (familia)
- Producto innovador con beneficio nutricional evitando las harinas.
- Valores familiares y empresariales

.Oportunidades

- No existe competencia directa para éste nuevo producto
- Generará fuentes de empleo
- La comunidad consume un gran número de kilogramos de éste tipo de producto
- Existen opciones de financiamiento para emprender un negocio a través de la secretaría de economía.

Debilidades

- No se cuenta con la maquinaria para la producción de la tortilla.
- Falta de conocimiento del proceso industrial
- No se cuenta con el dinero suficiente para adquirir la maquinaria para la producción

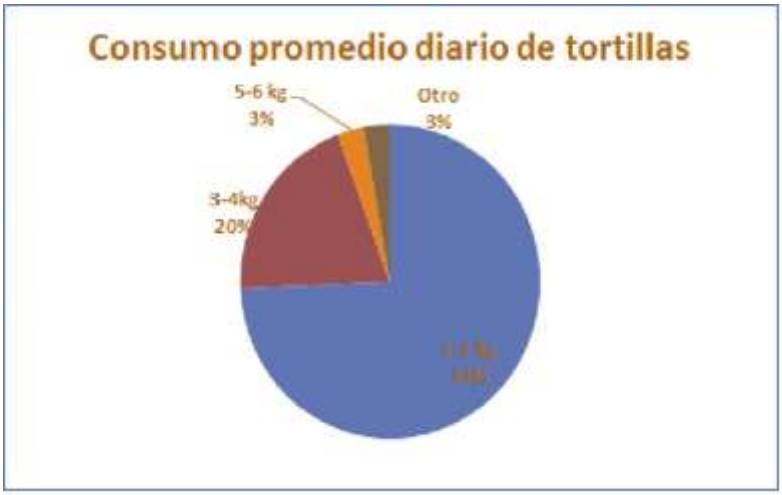
Amenazas

- Posibilidad de falta de suministros para a producción industrial de tortillas de maíz nixtamalizado
- Competencia indirecta de las tortillerías (a base de harina de maíz)
- Que la demanda del mercado no sea suficiente para que el negocio tenga permanencia.

Una vez presentados los elementos de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se observa que existen muchas fortalezas y oportunidades, que permiten considerar viable la creación del negocio que se desea emprender.

El producto, como se refleja en las siguientes gráficas, es de alto consumo en la población objetivo y el precio que están dispuestos a pagar es similar al precio de las tortillas hechas con harina de maíz.

Gráfica 1. Consumo promedio de la muestra de consumidores.

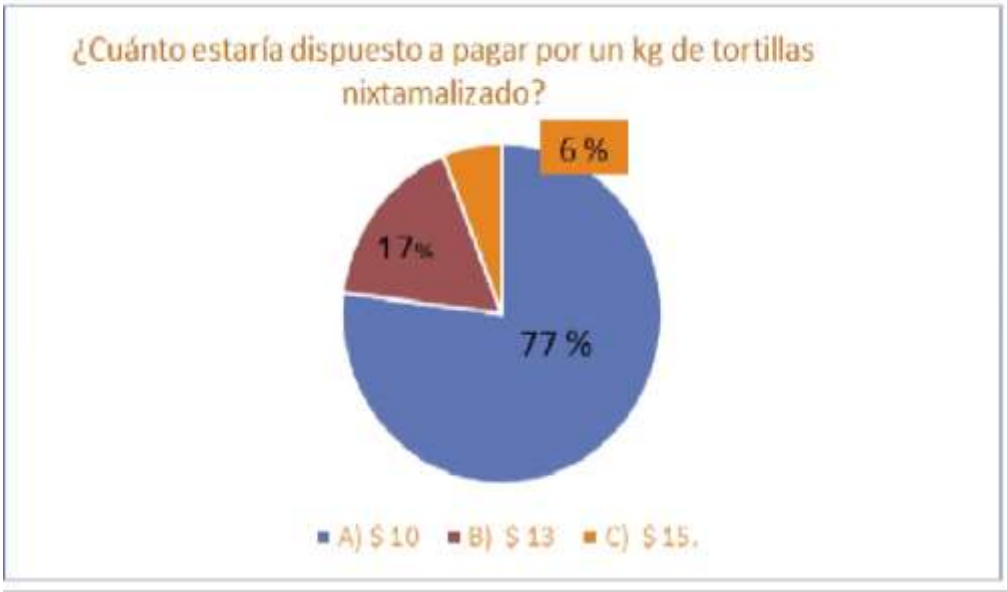


Fuente: Elaboración propia con datos de la muestra de consumidores.

La mayoría de la población comúnmente consumen de 1 a 2 kilogramos de tortillas (Maseca o Minsa), representado por el74%. Un 20% consumen de 3 a 4 kg., el 3% de 5 a 6 kg y el 3% restante señala otro precio.

La encuesta aplicada constó de diez ítems, sin embargo se presentan los más significativos en esta primera etapa. En la siguiente gráfica se muestran los precios que están dispuestos a pagar los consumidores de la región.

Grafica 2. Precio por kilogramo que él consumidor puede pagar



Fuente: Elaboración propia con datos de la muestra de consumidores.

Respecto a lo que el cliente o consumidor desea pagar por un kilogramo de las tortillas nixtamalizadas, se encuentra que el 77% de los encuestados solo tiene disponibilidad de pagar 10 pesos, el 17% señalan que podrían pagar 13 pesos por kilogramo y únicamente el 6% 15 pesos, sin embargo eso es en teoría, faltaría dar una degustación del producto final para conocer con mayor objetividad la opinión.

- ✓ **Diagnóstico sectorial**

- Poder de negociación con los proveedores.

El maíz es el insumo principal que se requiere en mayor cantidad para producir las tortillas y en ciertas épocas del año hay escasez a nivel nacional, por lo que el gobierno realiza importación para

suplir las necesidades básicas de alimentación. En este sentido se cuenta con la ventaja de que el padre de familia y administrador del molino cuenta con una acopiadora de granos y será el principal proveedor de maíz.

El otro insumo importante es la cal y en ese caso si existe la disponibilidad todo el año. En cuanto al molino también es un elemento importante el contar con uno. El gas, agua y energía eléctrica es suministrada si mayor problema en todo el año.

- Poder de negociación con los clientes.

Los clientes son la población de Ocozocoautla ya que el 100% de los encuestados consume tortillas y existe una gran cantidad interesada, 72%, en consumir las tortillas como antes, elaboradas con maíz y cal y llevadas al molino de nixtamal para un consumo nutricional. También existe un 8%señala que elabora sus tortillas a mano una vez que van al molino de nixtamal, y de ellos el 3% consideran que sería bueno probar las tortillas hecha por una máquina pero no de harina de maíz, sino como ellos están acostumbrados.

✓ Análisis de Inversión

Los primeros activos que se deben adquirir son: máquina tortilladora, amasadora, cosedora y una báscula, así como algunos utensilios y mesas. La inversión aproximada es de 125,507 pesos, pero puede tener una reducción en la compra de la mesa y el mostrador

Tabla 1. Estimación de la inversión inicial

EQUIPO NECESARIO	PRECIOS EQUIPOS NORMALES
Maquina tortilladora	$87,018
Amasadora 50 kg	$11,073
Paila cocedora de 200 kg	$11,303
Mostrador inox	$7,970
Mesa de trabajo inox	$6,353
Báscula	$1,790
TOTAL	$125,507

Fuente: elaboración propia

Aun cuando el objetivo de ésta investigación no es otorgar la asesoría general sobre requisitos, se sugiere cumplir los siguientes:

- Legales
- De operación
- Administrativos

Para lo cual también se sugiere atender las recomendaciones tanto financieras como contables y Fiscales

✓ Corrida Financiera

La siguiente tabla contiene los rubros principales para la corrida financiera con el estimado de insumos para un mes de producción y operaciones.

Tabla2. Corrida financiera para la producción de 7200 kilogramos de tortilla

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	CONCEPTO	PESOS MX
MANO DE OBRA	2	PERSONAS	SUELDO	6000
MAIZ NIXTAMALIZADO	10000	KG	MAIZ MOLIDO	55000
RENTA DEL LOCAL	1		LOCAL	2000
GAS	600	LTS	PRODUCCIÓN	9500
ENERGÍA ELÉCTRICA	300	KW	PRODUCCIÓN	1200
AGUA POTABLE	9000		PRODUCCIÓN	300
GASTOS INDIRECTOS			VARIOS	1500
TOTAL GASTOS			TOTAL GASTOS DEL MES	75500
TOTAL VENTA	7200	KG	TOTAL VENTAS DEL MES	100800
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			UTILIDAD CALCULADA	$25,300.00
DR. VÍCTOR DE LA ROSA PEÑA			DRA. KARINA MILENE GARCÍA LEAL	
REVISÓ			ELABORÓ	
CUERPO ACADÉMICO: LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, SU ENTORNO FISCAL Y SU CRECIMIENTO. UNACH-CA-29				

Fuente: Elaboración propia.

La corrida financiera se calculó considerando una producción y venta de 240 kilogramos de tortilla por día, que mensualmente serán 7200 kilogramos. La utilidad mensual calculada es de $25,300. Antes de impuestos. Lo cual indica que es redituable sin embargo, es necesario hacer un plan de negocio y calcular otros indicadores como la TIR, para concretar la evaluación y determinar la viabilidad del proyecto de inversión.

Las ventajas son que cuentan con los insumos por parte de la misma familia en las otras empresas que poseen desde hace tres generaciones con más de 48 años de experiencia, así como la posibilidad de obtener un financiamiento para jóvenes emprendedores por parte de la Secretaría de economía y el INADEM y el hecho de que el joven emprendedor estudia la licenciatura en Administración, próximo a egresar.

Cabe señalar que el INADEM cuenta con tres incubadoras de negocio autorizadas en el estado de Chiapas, una en Tuxtla Gutiérrez denominada Incubadora de negocios INCUBO UNACH, otra en San Cristóbal de las Casas y una más en la Universidad Tecnológica La Selva en el municipio de Ocosingo. Éstas otorgan la capacitación presencial, tutoría y seguimiento en los proyectos emprendedores con los lineamientos de la Secretaría de Economía, lo cual amplía las posibilidades de crear el negocio.

REFERENCIAS:

- CEIEG (2012). Regiones Socioeconómicas. Compendio de información estadística y Geográfica de Chiapas. Gobierno del estado de Chiapas. Carta geográfica de Chiapas 2012. Consultado en http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/wp-content/uploads/downloads/productosdgei/CIGECH/CIGECH_REGIONES.pdf **y** http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/wpcontent/uploads/Secciones/InfoPorNivel/InfoRegional/Contexto/REGION_II_VALLES_ZOQUE_post.pdf

- Chaucha, P. y Ortiz, A. (2014). Un espacio para la construcción y vinculación sobre el conocimiento y las estrategias. Emprendimiento y Mipymes, Nuevo balance y perspectivas.

Editorial Pearson. México. Consultado en /2014. Caso_Natural_Cap._en_Pearson-libre.pdf.

- Cisneros, Ramírez y Hernández (2011) Control en la empresa familiar AD-minister, núm. 18, enero-junio, 2011, pp. 49-76. Universidad EAFIT Medellín, Colombia.

- INADEM. Crédito joven. consultado en https://www.inadem.gob.mx/index.php/component/search/?searchword=credito%20joven&searchphrase=all&Itemid=101

- INAFED (2009). Enciclopedia de los municipios y localidades de México. Estado Chiapas.http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM07chiapas/municipios/07061a.html

- Lozano, C. O. y Niebla Z. J.C.;(2010) Análisis organizacional de la empresa familiar. México. Editorial Hess.

- Ramírez, M. y Fonseca, M. (2010). Building social capital across generations, Familiy Enterprise Research Conference. México

- Soto, A. (2013). La empresa familiar en México, situación actual de la investigación. Contaduría y Administración, 58 (2), 135-171. Consultado en Contaduríayadministraciónunam.mx/enviar.php?type=2&id=546.

- Tagiuri, R. y Davis, J. (1992). On the goals of successful family companies. Family Business Review, Vol. V.(1). 43-62

MESA II:

ADMINISTRACIÓN, GESTIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR

1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) DEL SECTOR COMERCIO EN LA CIUDAD DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

Mtra. Dora Del Carmen Aguilar Domínguez
Mtra. Yadira Guadalupe Cruz Solís
Mtra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno
Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Resumen.

Las empresas han tenido que adaptarse a transformaciones tales como: los altos costos de producción y el incremento en los gastos más el pago de los impuestos, para lo cual requiere la obtención de recursos financieros, por consiguiente la presente investigación tiene como objetivo determinar las fuentes de financiamiento que utilizan las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) del sector comercio del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. En consecuencia, la investigación se desarrolló con un diseño de campo no experimental, tipo exploratorio y seccional, la población sujeto de estudio fueron 134 empresas. Como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario estructurando; los resultados indicaron que las pequeñas y medianas empresas tienen un gran abanico de fuentes de financiamiento pero que son pocas las fuentes utilizadas, con tasas de interés en algunos casos accesible y en otros muy altas para poder adquirirlas; las PyMEs de Tuxtla Gutiérrez no están capacitadas para que utilicen de una manera adecuada las fuentes de financiamiento, en su mayoría les hace falta el conocimiento y la poca disposición que tienen los entes crediticios con referencia a las garantías exigidas, es importante que creen campañas para la divulgación sobre los productos que ofrecen; y así las empresas puedan analizar las diferentes opciones existentes.

Palabras claves: Fuentes de Financiamiento, Comercio, Pequeñas y Medianas Empresas, Tasas de Interés

INTRODUCCIÓN.

A nivel mundial la economía global presenta grandes cambios que afectan a las empresas en el ámbito competitivo, donde han tenido que plantearse nuevas estrategias para la toma de decisiones correcta y que les permitan a las empresas seguir siendo productivas y lograr así sus metas. De hecho, en la actualidad las fuentes de financiamiento resultan una herramienta estratégica que ayuda a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización. Esto significa, que es muy importante para la toma de decisiones, especialmente en el manejo de los recursos monetarios y en la oportuna disposición del efectivo para la organización. Para una adecuada selección de fuentes de financiamiento se requiere tomar en cuenta no solamente la información brindada por las instituciones financieras, si no también, establecer procedimientos evaluativos que permitan comparar debidamente diferentes opciones, teniendo como referencia las características de cada organización.

La presente investigación tiene como objetivo general determinar las fuentes de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y cáles utilizan con mayor frecuencia, y así evaluar cuales son las más apropiadas para la subsistencia y la expansión de las PyMEs.

Para alcanzar el objetivo general y siguiendo la metodología del proceso investigativo, se estructuró la investigación de la siguiente manera: En el tema uno se abordó sobre la importancia del Financiamiento, en el segundo tema se describen las generalidades de las fuentes de financiamiento, en el tema tres se hace referencia a las PyMES, continuando con el tema cuatro hace referencia a la relación entre los créditos y las líneas de crédito con las PyMEs. En el apartado del tema cinco, se abordó la metodología de la investigación. Por último están las secciones de las conclusiones y recomendaciones que se originaron en el desarrollo de la investigación y las principales recomendaciones que aporta dicha investigación a las empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

MARCO TEÓRICO.

1. IMPORTANCIA DEL FINANCIAMIENTO.

De acuerdo con el diccionario de economía comenta lo siguiente:

> Las finanzas son parte de la economía que estudia lo relativo a la obtención y gestión del dinero y de otros valores como títulos, bonos, etc. En un sentido más práctico las finanzas se refieren a la obtención y gestión, por parte de una compañía o del Estado, de los fondos que necesita para sus operaciones y de los criterios con que dispone de sus activos (Andrade, 2005, p.293).

La capacitación de los empresarios sobre fuentes de financiamiento es un tema importante para poder entender la relación con las finanzas y el financiamiento. La capacitación consiste: "En una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización, orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador" (Siliceo, 2004, p. 25). Para los autores Bohlander, Sherman y Snell (1999), definen a la capacitación como: Los esfuerzos iniciados por una organización para impulsar el aprendizaje de sus miembros, en este caso debe ser orientada a las fuentes de financiamiento.

El objetivo principal que persigue una empresa es en la parte económica y social, y para lograrlo se ve en la necesidad de recurrir a los diferentes medios de financiamiento, por lo que se allegará de recursos financieros, para su utilización en el desarrollo de sus actividades, y así poder mantenerse en una posición sólida que le permita hacer frente a sus compromisos contraídos.

Asimismo, un negocio tiene diferentes tipos de problemas o necesidades, ya que para obtener un financiamiento, debe de conocer ampliamente las diversas alternativas que puede tener del mismo; a qué se va a destinar, a qué importe asciende, con qué se avala, qué tiempo se empleará para liquidar, qué financiamiento es el más adecuado, cómo se va a administrar, qué beneficios proporcionará, cuánto representa su costo y cuál va a ser el riesgo que representa éste.

Para Johnson (2006), el financiamiento consiste en la obtención de fondos monetarios necesarios para la organización y desarrollo de una empresa, que al aplicarlos de una manera racional

incrementen el proceso productivo y las operaciones las conduzca a mayores niveles de eficiencia. Hoy en día el comportamiento de las empresas mexicanas para obtener un financiamiento está sufriendo grandes cambios, debido a que el entorno económico incide al análisis más profundo y serio de la estructura financiera de la empresa, y además que los costos de los recursos cada vez se incrementan de manera sorprendente.

En México se podrían destacar como principales fuentes de financiamiento para pequeñas y medianas empresas: los créditos, proveedores, clientes, fideicomisos, pagarés, líneas de crédito, y el financiamiento por medio de inventarios. Por lo tanto el financiamiento es un pilar importante para las empresas, ya que éste si está bien manejado ayuda de manera positiva a las empresas, ya que sirve de apoyo para que éstas sigan subsistiendo y puedan expandirse, entre otros logros que deseen.

Existen diferentes fuentes de financiamiento como pueden ser: internas y externas (Van Horne & Wachowicz, 2002) y las de corto plazo y las de largo plazo (Weston & Brigham, 1985), en la

Figura 1 se enlista cada clasificación antes mencionada.

Fuentes de financiamiento a corto plazo	**Fuentes de financiamiento a largo plazo**
▪ Créditos comerciales ▪ Créditos bancarios ▪ Pagarés ▪ Líneas de crédito ▪ Papeles comerciales ▪ Financiamiento por medio de cuentas por cobrar ▪ Financiamiento por medio de inventarios.	▪ Hipotecas ▪ Acciones ▪ Bonos ▪ Arrendamientos financieros.
Fuentes de financiamiento internas	**Fuentes de financiamiento externas**
▪ Aportación de los socios ▪ Reserva de capital ▪ Reserva de depreciación y amortización ▪ Realización de los activos.	▪ Descuento de documentos ▪ Anticipo de clientes ▪ Documentos por pagar ▪ Proveedores ▪ Banca de desarrollo ▪ Fideicomisos ▪ Emisión de acciones ▪ Emisión de obligaciones.

Figura 1. Clasificación de las fuentes de financiamiento

Fuente: Elaboración propia con base en Weston y Brigham (1985) y Home y Wachowicz (2002)

2. GENERALIDADES DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

Las fuentes de financiamiento son todos aquellos mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de sus objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial (Aristizabal, 2014).

Los objetivos primordiales de las fuentes de financiamiento son los siguientes:

- Permitir la identificación y evaluación de los diferentes tipos de financiamiento en la iniciativa privada; facilitar el control de los gastos en función de las fuentes de financiamiento empleadas. Hacerse llegar recursos financieros frescos a las empresas, que les permitan hacerle frente a los gastos tanto a corto como a largo plazo.

- Para poner en marcha un nuevo proyecto dentro de la empresa o buscar su expansión de la misma; realizar la compra o reposición de maquinaria y equipo; llevar acabo el mantenimiento de sus instalaciones. Obtener liquidez suficiente para poder realizar las actividades propias de la empresa en un período de tiempo de una forma segura y eficiente.

El financiamiento a corto plazo son todas aquellas deudas que contrae la empresa cuyo vencimiento es menor o igual a un año. Reforzando esto, Gitman (1996), opina que este tipo de financiamiento "consta de obligaciones que se esperan venza en un año o menos" (p. 325). Las fuentes de financiamiento internas son aquellas que provienen de los recursos propios de la empresa, y se ve reflejado en el activo, es por eso que se debe llevar a cabo un inventario de todo aquello de lo cual se pudiera echar mano en un momento dado, para tener sobrante de capital de trabajo, o bien hacerle frente a una situación difícil en materia financiera (Molina, 1996). Las fuentes de financiamiento externas. Son aquellas que surgen cuando los fondos generados por operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa. (Perdomo, 1998)

3. PyMEs.

Los autores Müch y García (1998) citan a Anthony Jay quien explica que "las empresas son instituciones para el empleo eficaz de los recursos mediante un gobierno (junta directiva), para mantener y aumentar la riqueza de los accionistas y proporcionarles seguridad y prosperidad a los empleados" (p.43).

Empresa es una entidad económica destinada a producir bienes, venderlos y obtener por ellos un beneficio (Rodríguez, 2002). Por otra parte Chiavenato (2009), define empresa como una unidad económica en la cual se combina el capital de trabajo para producir riqueza. Después de analizar las definiciones expuestas por varios autores sobre el concepto de empresa, se comprende que una empresa es una entidad la cual es constituida para la obtención de bienes monetarios y a la vez ésta pueda ofrecer bienes o servicios a la sociedad. Por tal las empresas son un pilar importante dentro de la Economía actual, ya que gracias a ella, el flujo monetario se encuentra en constante movimiento.

Rodríguez (2002), indica que las características de una empresa son:

a) Es una persona jurídica ya que se trata de una entidad con derecho y obligaciones establecidas por la ley. Es una unidad económica, porque tiene una finalidad lucrativa, es decir, su principal objetivo es económico: protección de los intereses económicos de ella misma, de sus acreedores, de su dueño o de sus accionistas, logrando la satisfacción de este último grupo mediante la obtención de utilidades.

b) Ejerce una acción mercantil, debido a que compra para producir y produce para vender. Asume la responsabilidad total del riesgo de pérdida. Es una entidad social, ya que su propósito es servir a la sociedad en la que está inmersa.

Las PyMEs juegan un papel importante en la economía, ya que éstas llenan huecos en la producción, es decir, cuando se requiere de una producción pequeña; el crear y fortalecer una clase empresarial y proporcionar mayor número de empleos, que esto hace que se regenere en parte la economía. Constituye una parte del grupo conocido como pequeñas y medianas empresas, aquellas en las cuales la propiedad del capital se identifica con la dirección efectiva y responde a unos criterios dimensionales ligados a unas características de conducta y poder económico (Rodríguez, 2002)

Las pequeñas empresas, son aquellas que manejan escaso material y pocos empleados. En la mediana empresa, se puede observar una mayor división y especialización de trabajo; en

consecuencia, el número de empleados es mayor que el anterior; la inversión de los rendimientos obtenidos ya son considerables, su información contable es más amplia.

Considerando a Gómez (2008), algunas características de mayor peso de las empresas PyMEs son:

- Los dueños dirigen la empresa y la administración es empírica. Componente familiar. Casi en su totalidad son empresas familiares, la toma de decisiones depende de ellos y puede producirse desacuerdo en la aplicación de las mismas.
- Falta de liquidez. Este es un problema muy común en las PyMEs, por lo cual tienden a solicitar préstamos o financiamientos a organizaciones que apoyen su gestión.
- Poco productivas. Son consideradas así debido a su falta de liquidez.
- Relación tamaño – productividad. Mientras más pequeño sea el tamaño de la estructura de producción de una empresa, menor la concentración y representatividad en sus resultados.
- Falta de solvencia. La solvencia se refiere a los recursos, las Pymes carecen de recursos.

A nivel nacional las PyMEs representan la mayoría de empresas, sólo una porción pequeña representa las grandes empresas, y además aunado a las microempresas, que en su conjunto las MiPyMes representan el 99% del total de empresas en el país. Las PyMEs son las entidades económicas que mueven la economía de un país, de una región, de un estado y de una comunidad.

4. LOS CRÉDITOS, LAS LÍNEAS DE CRÉDITOS, Y LAS PyMEs.

En nuestro país las actividades de créditos y cobranzas, siempre fueron actividades alternas a la gestión comercial y/o financiera de la empresa, y por esta razón el estudio de este capítulo constituye un aporte al conocimiento general de lo que ya se conoce sobre el tema. El empresario toma conciencia sobre la importancia del crédito sólo cuando considera que es una alternativa adecuada al incremento de sus ventas, y considera oportuno además conocer las técnicas de la cobranza en sus pormenores, sólo como única respuesta a asegurar la recuperación de su inversión.

El crédito es la entrega de un valor actual, sea dinero mercancías o servicios, sobre la base de confianza, a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado (Villaseñor, 2007)

Del Valle (2005) presenta una clasificación del crédito basada en seis criterios básicos: por su naturaleza (propio y necesario); por la calidad de las cosas en qué consiste la prestación (natural y

monetario); por el vencimiento (a término que puede ser a su vez a corto o a largo plazo; ó a plazo que puede ser a corto o largo plazo); por las personas (pública o privada); por la garantía (personal que puede ser de tipo directo o aunado a un tercero; real que puede ser mobiliario o inmobiliario); y por el objeto (de consumo productivo que a su vez puede ser comercial, popular o agrícola).

La línea de crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano; Weston y Brigham (1994), "sostienen que una línea de crédito es un acuerdo que se celebra entre el banco y un prestatario en el que indican el crédito máximo que el banco extenderá al prestatario" (p.593). Las tasas de interés son aquellas medidas graduadas a favor o en contra, que fijan las instituciones bancarias, de conformidad con las condiciones del mercado y disposiciones relativas del Banco de México y Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, por los distintos tipos de crédito del país (Perdomo, 2000, p.65).

Basado en los autores Bloch y Granato (2007), dicen que el acceso de las PyMEs al crédito presenta variaciones de un país a otro, desde el 72% de Chile a un 32% de México. En los países mayores de la región como México y Argentina menos de la mitad de las PyMEs acceden al crédito bancario, lo cual representa un importante desajuste.

Aunque el acceso al crédito en América Latina alcanza niveles comparables con los países industrializados, en la mayoría de los países hay indicios que actualmente existen proyectos PyMEs que se dejan de financiar por las altas tasas y por consecuencia la necesidad de tasas de retorno interno elevadas para rentabilizarlos. Finalmente, el análisis de las fuentes de financiamiento disponible revela una escasez de crédito bancario que se traduce en una dependencia excesiva de las PyMEs sobre el caro crédito comercial y en particular sobre los fondos propios

5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Planteamiento del problema de investigación.

Uno de los mayores problemas con los que se encuentran las pequeñas y medianas empresas es la falta de financiamiento, ya que muy pocas instituciones otorgan líneas de crédito a sus clientes y normalmente se exigen garantías o prendas hipotecarias que ponen en riesgo la operación misma de la empresa sujeta de crédito. Se puede ver que hoy en día a las pequeñas y medianas empresas se les dificulta mucho subsistir y expandirse, sobre todo a las pequeñas; ya que éstas, en ocasiones no cuentan con el recurso financiero necesario para seguir adelante y se encuentran con la amenaza constante de los grandes grupos empresariales.

A todo esto se le agrega el hecho de que las pequeñas y medianas empresas no cuentan con asesoría empresarial y en algunos casos no poseen un sistema adecuado para elegir el personal adecuado, como hacen mención Domenge y Belausteguigoitia (2010), que afirman lo siguiente:

Al identificar las dificultades de las nuevas empresas familiares, se solicitó a algún ejecutivo de cada empresa que calificara las áreas de mayor conflicto interno, externo y familiar en su empresa. Las áreas problemáticas se muestran, en orden de importancia percibida, en la Tabla 1. Con respecto a los problemas del entorno o externos, la Tabla 2 muestra los principales problemas percibidos por los empresarios de las nuevas PyMEs familiares.

Tabla 1. Problemas internos identificados en las nuevas PyMEs familiares

Área Problemática	**Importancia.**
Excesivos gastos personales y sin control.	1
Mala delegación de responsabilidades y toma de decisiones.	2
Mala o falta de planeación estratégica.	3
Problemas de ineficiencia en producción e inventarios.	4
Problemas de ventas y de mercado.	5
Sucesión y problemas entre generaciones.	6
Dirección general deficiente.	7
Manejo de personal y contratación deficiente.	8
Problemas Financieros.	9
Mala o falta de capacitación de personal.	10

Fuente: Domenge y Belausteguigoitia (2010), Revista Dirección Estratégica de negocios del ITAM http://direccionestrategica.itam.mx/nuevas-pymes-problemas-y-recomendaciones

Tabla 2. Problemas externos identificados en las nuevas PyMEs familiares

Área Problemática	Importancia.
Excesiva tramitología y burocratización	1
Altos costos de financiamiento.	2
Falta de accesibilidad a programas de financiamiento especializados en nuevas PyMEs	3
Falta de incentivos fiscales.	4
Falta compartir riesgos financieros con el emprendedor.	5
Falta de ética.	6
Piratería en el mercado.	7

Fuente: Domenge y Belausteguigoitia (2010), Revista Dirección Estratégica de negocios del ITAM http://direccionestrategica.itam.mx/nuevas-pymes-problemas-y-recomendaciones/o

El enfoque al que se dirige la presente investigación es al estudio de las Pequeñas y Medianas Empresas del sector comercio en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, para lo cual se observa, analiza y evalua las repercusiones financieras de las fuentes de financiamiento que dichas organizaciones requieran para seguir subsistiendo y que sea la mejor para ellas, sin poner en riesgo su patrimonio. Tomando en cuenta que Tuxtla Gutiérrez es la capital del estado y es donde se concentra la mayor parte de estas empresas que se estudian para determinar las repercusiones que se susciten de las fuentes de financiamiento y así puedan subsistir y seguir expandiéndose, como se puede observar en Chiapas de acuerdo con el Sistema de Información Empresarial hay 3,390 empresas del sector comercio; (Economía, 2014); mientras que en Tuxtla Gutiérrez existen 2,515 empresas, de las cuales únicamente 134 empresas entran bajo el nombre de pequeña y mediana empresa y que son del sector comercio, las cuales les cuesta mucho subsistir por la competencia que se tiene entre las mismas pequeñas y medianas empresas, aunado a los grandes empresas por los cuales es acaparado el mercado.

Con lo anterior descrito se puede comentar que las repercusiones financieras de las fuentes de financiamiento en las PyMEs son de suma importancia ya que de varias de ellas dependerá que sigan existiendo o desaparezcan las mismas.

Preguntas de investigación.

¿Qué importancia tienen las fuentes de financiamiento en las pequeñas y medianas empresas de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas?

¿Qué repercusiones tienen las fuentes de financiamiento en las pequeñas y medianas empresas de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas?

¿Cuáles son los créditos y apoyos que otorgan las instituciones para las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y evaluar cuál es la más conveniente para éstas?

Objetivo general:

Determinar las fuentes de financiamiento que utilizan las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y analizar los apoyos y créditos que otorgan las instituciones para este sector empresarial y así evaluar cuales son las más apropiadas para la subsistencia y la expansión de las PyMEs.

Objetivos específicos:

Identificar la Importancia de las fuentes de financiamiento en las pequeñas y medianas empresas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Conocer los créditos y apoyos que otorgan las instituciones para las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Justificación de la investigación.

La presente investigación se llevó a cabo debido a que en los últimos años se ha observado que las Pequeñas y Medianas empresas, han venido en declive; como primer punto destacamos la crisis económica en el país y sobre todo en el Estado de Chiapas que se dio en el año del 2009, donde la situación financiera y económica fueron críticas; como segundo punto se observa que en los años 2011 y 2012 se hace la remodelación del centro de Tuxtla Gutiérrez, con la cual se vieron afectadas demasiado las PyMEs del sector comercio (en un 60%) ya que al levantar la carpeta asfáltica no se tenía acceso a los negocios y a la vez estos no tenían un ingreso y se miraban en la necesidad de cerrar sus negocios.

Aunado a esto surge la situación ocurrida en agosto del 2013 que en las principales calles de Tuxtla Gutiérrez se estableció el plantón de los maestros que duró desde finales del mes de agosto hasta principios del mes de noviembre en ese tiempo que estuvieron cerradas varias calles, muchas de las PyMEs se vieron afectadas y a la vez tomaron la decisión de cerrar su negocio, ya que con la economía que tenía el estado y sobre todo la escasez de recursos en el municipio de Tuxtla Gutiérrez no se veía un panorama favorable para éstas; y ahora hasta en el 2014 siguen las remodelaciones de algunas calles principales que hacen que muchas de las personas no quieran salir a realizar sus compras en las empresas que se encuentren en esa zona.

Por lo antes comentado se observa que las subsistencia de las PyMEs del sector comercio son de suma importancia tanto para la economía de Tuxtla Gutiérrez como para el Estado, por lo cual se busca elegir la fuente de financiamiento apropiada para éstas, que ayude a que puedan expandirse y subsistir ante los cambios constantes del mercado en el cual se desarrollan. En resumen la finalidad de la investigación es conocer y evaluar las fuentes de financiamiento para que las PyMEs permanezcan y se consoliden; y se pueda reimpulsar las finanzas del Tuxtla Gutiérrez y del Estado.

Delimitación de la investigación.

La investigación se centra en el estudio de las fuentes de financiamiento utilizadas por las PyMEs del sector comercio del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Para ello se delimita desde dos aspectos: Delimitación espacial: La presente investigación se llevará a cabo en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y la población está conformada por 3390 MPyMEs en su totalidad en Chiapas, 2,515 empresas del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas de las cuales son 134 empresas del sector comercio que será nuestra población que se investigará correspondiente al municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Delimitación temporal: El periodo de la investigación esta comprendido entre el mes de mayo del 2014 a Abril 2015.

Definición general de la investigación

La presente investigación es cuantitativa basada en los autores Hernández, Fernández y Baptista (2006). Así mismo es de tipo exploratorio, el estudio exploratorio según Danhke (1998), citado por Hernández et al. (2006) comenta que sirve para preparar el terreno y por lo común anteceden a otros tipos de estudios como los descriptivos, correlacionales y explicativos.

Selección, diseño y aplicación de las técnicas de recopilación de la información.

Según el plan de trabajo o estrategia a utilizar, la investigación se determinó como no experimental de campo. De acuerdo con Tamayo (2003), en el diseño de investigacion de campo, la recoleccion de los datos se efectua directamente de la realidad donde ocurren los hechos, en este caso se desarrolló por medio del instrumento aplicado a los gerentes de las empresas del sector comercio del municipio de Tuxtla Gutiérrez, involucrados en el manejo administrativos del comercio, esto permitió efectuar un análisis sistemático de las fuentes de financiamiento usadas.

El cuestionario utilizado constó de diez (10) preguntas abiertas y cerradas de respuestas dicotómicas, así como de opción múltiple, las cuales están concatenadas a los indicadores planteados.

Definición de la población.

El estudio se enmarca dentro de una población finita. Para este estudio se tomó al total del universo de las PyMEs del sector comercio que son 134 empresas, en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Procesamiento de la información recopilada.

En este apartado se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario.

Los resultados presentados arrojan que del universo de 134 empresas, el 90% son pequeñas empresas y cuentan con entre 11 y hasta 30 empleados; mientras que el 10% de las empresas encuestadas son medianas que tienen entre 31 y hasta 100 empleados, el 100% de ellas fueron del sector comercio, tal como se estableció al principio en el objetivo de la presente investigación.

Se cuestionó a los empresarios sobre el hecho de que si sus gastos sobrepasaban sus ingresos, a lo cual respondienron la mayoría que sí (ver Tabla 3.).

Tabla 3. Relación del monto de gastos contra ingresos.

Gastos	Frecuencia	%
Sí	90	67%
No	44	33%
Total	134	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa, los resultados de esta pregunta nos reflejan que un 67% de las empresas del sector comercio indicaron que sus gastos son mayores que sus ingresos, mientras que el 33% indican que son menores sus gastos que sus ingresos, estos resultados evidencian que la mayoría de las empresas del sector comercio gastan más de lo que sus ingresos les permiten. Estas argumentan que mantienen locales arrendados por montos muy elevados, más los gastos de servicios públicos, pagos de impuestos, el pago a sus trabajadores, aunado a esto el costo de lo vendido que incluyen ellos; por lo tanto, los empresarios se quejan que no tienen mucha utilidad, ya que lo poquito que les queda tienen que reinvertirlo, porque de lo contrario tendrían que cerrar su negocio.

Los resultados de la pregunta en relación a la frecuencia con que ocurre el hecho de que el monto de gastos sobrepase sus ingresos (Tabla 4), evidencían que la mayoría de los empresarios del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, afirman que frecuentemente ocurre este suceso; esto quiere decir, que constantemente sobrepasan un nivel óptimo de gastos en relación a sus utilidades generadas y a sus ingresos, esto hace suponer que puede ser una causa que origina la búsqueda de un financiamiento.

La tabla 4 revela que un 49% de los empresarios del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, dicen que frecuentemente ocurre que el gasto sea mayor a sus ingresos, mientras que el 30% de empresarios comentan que siempre ocurre que sus gastos sean más altos que sus ingresos, y el 21% de empresarios indica que ocacionalmente, como se puede ver esto sucede con bastante frecuencia.

Tabla 4. Frecuencia de ocurrencia de superación de gastos con relación a los ingresos.

Frecuencia con que ocurre	Frecuencia	%
Siempre	27	30%
Frecuentemente	44	49%
Ocasionalmente	19	21%
Total	90	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados presentados en la Tabla 5 indican que lo que más utilizán las pequeñas y medianas empresas del sector comercio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, son el crédito comercial (36%) como fuente de financiamiento a corto plazo, siendo éste uno de los medios más equilibrados y menos costosos de obtener recursos, ya que es através de los proveedores de cada empresa; mientras que la otra fuente de financiamiento a corto plazo utilizado es el crédito obtenido por medio de los bancos (33%). Se pudo conocer que los empresarios no utilizan otras fuentes de financiamiento a corto plazo, en la mayoría por la falta de conocimiento o información que tienen sobre éstas, siendo esto una gran desventajas ya que al no conocerlas mejor toman la decisión de cerrar sus empresas antes de caer en algún tipo de fraude.

Tabla 5. Uso de fuentes de financiamiento a Corto Plazo.

	Crédito comercial		Papel comercial		Crédito bancario		Pagarés		Líneas de crédito		Cuentas por cobrar	
Uso del Financiamiento a Corto plazo	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Si	48	36%	0	0%	44	33%	6	4%	0	0%	16	12%
No	86	64%	134	100%	90	67%	128	96%	134	100%	118	88%
Total	134	100%	134	100%	134	100%	134	100%	134	100%	134	100%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los valores presentados en la Tabla 6, se pudo observar que la tasa de interés para el crédito comercial se encuentra entre los parámetros del 11 % al 20% y del 21% al 30%, mientras que la tasa de interés para el crédito bancario se encuentra entre los parámetros del 11% al 20% y del parámetros menos del 10% hasta del 31% al 40%, por otra parte la tasa de interés que manejan las cuentas por cobrar se encuentran en el parámetro del 21% al 30%, del 31% al 40% y más del 40%. Por lo cual una gran ventaja de tener conocimiento de ello es que ayuda a que las empresas del sector comercio logren liquidar los compromisos obtenidos.

Tabla 6. Tasa de interés de acuerdo al tipo de financiamiento utilizado.

	Crédito comercial (Compras a Crédito)		Crédito bancario		Pagarés		Cuentas por cobrar	
Tasas de interés	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Menos del 10%	7	15%	6	14%	1	17%	0	0%
Del 11% al 20%	13	27%	10	23%	2	33%	0	0%
Del 21% al 30%	18	38%	9	20%	2	33%	13	81%
Del 31% al 40%	5	10%	14	32%	1	17%	2	13%
Más del 40%	5	10%	5	11%	0	0%	1	6%
Total	48	100%	44	100%	6	100%	16	100%

Fuente: Elaboración Propia.

De acuerdo con los valores obtenidos a la pregunta que hace referencia a las tasas de interés (Tabla 6), se observa que son muy variantes las tasas de interés entre el crédito comercial, el crédito bancario, el pagaré y las cuentas por cobrar, por lo cual mencionan que el crédito comercial es una de las fuentes de financiamiento que tiene una de las tasas de interés más viable sobre las demás, esto hace que los empresarios o dueños tengan un mejor panorama de cuál le conviene más; además les permite tener una gran ventaja de poder adquirir el conocimiento que les ayude a que las empresas del sector comercio logren liquidar los compromisos adquiridos y poder lograr sus objetivos y metas.

De los resultados presentados en la Tabla 7, se observa que el 100% de las que utilizaron pagarés fue obligatorio dejar algo en garantía; adicionalmente el 88% de los que utilizaron las cuentas por cobrar tuvieron que dejar una garantía prendaria más un aval; así como el 80% de las empresas que han utilizado el crédito bancario han tenido que dar algo en garantía; además que el 77% de las empresas que han utilizado el crédito comercial han colocado garantía prendarias o respaldo de un aval para amparar el compromiso; como se puede ver todas las fuentes de financiamiento piden una garantía para poder dar el financiamiento.

Tabla 7. Garantía para respaldar el financiamiento a corto plazo.

	Crédito comercial (Compras a Crédito)		Crédito bancario		Pagarés		Cuentas por cobrar	
Garantía	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Sí	37	77%	35	80%	6	100%	14	88%
No	11	23%	9	20%	0	0%	2	13%
Total	48	100%	44	100%	6	100%	16	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar (Tabla 8), de las empresas que utilizaron el crédito comercial el 100% tuvo un plazo menor de 3 meses; por otro lado el crédito bancario el 64% tuvo un plazo de 9 a 12 meses, 16% indicó un plazo de 3 a 6 meses; el 14% indicó un plazo de 6 a 9 meses y tan solo el 7% tuvó un plazo menor de 3 meses; en el caso de los pagarés el 67% indicó un plazo menor de 3 meses y el 17% dijo un plazo de 6 a 9 meses y de 9 a 12 meses respectivamente; en relación a las cuentas por cobrar el 81% tiene menos de 3 meses y el 19% dijo de 3 a 6 meses para liquidar el financiamiento; por lo anterior se puede observar que tanto en el crédito comercial, pagarés y las cuentas por cobrar la mayoría de las empresas deben liquidar el financiamiento en menos de tres meses; mientras que la fuente de financiamiento que tuvó de 9 a 12 meses para liquidar el financiamiento es el crédito bancario

Tabla 8. Plazo otorgado a la empresa para liquidar el financiamiento.

	Crédito comercial (Compras a Crédito)		Crédito bancario		Pagarés		Cuentas por cobrar	
Periodicidad	Frec	%	Frec	%	Frec	%	Frec	%
Menor de 3 meses	48	100%	3	7%	4	67%	13	81%
De 3 a 6 meses	0	0%	7	16%	0	0%	3	19%
De 6 a 9 meses	0	0%	6	14%	1	17%	0	0%
De 9 a 12 meses	0	0%	28	64%	1	17%	0	0%
Total	48	100%	44	100%	6	100%	16	100%

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a lo observado en la Tabla 9, indica que el 100% de las empresas del sector comercio encontraron limitaciones a la hora de solicitar un financiamiento, entre estas limitaciones, describieron las siguientes; el tiempo de aprobación del crédito, documentación exigida, aval o garantía solicitada por la entidad financiera.

Tabla 9. Limitaciones para conseguir el financiamiento.

Limitaciones en el Proceso de financiamiento	Frecuencia	%
Sí	114	100%
No	0	0%
Total	114	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con base en los datos reflejados en la tabla 10, se observó que el 85% de las PyMEs del sector comercio respondieron que sí encontraron rendimiento utilizando el crédito comercial, crédito bancario, el pagaré y las cuentas por cobrar; mientras que el 15% de las PyMEs del sector

comercio respondieron que no, ya que no sabían que uso darle y pues no tenían el conocimiento de cómo poder aprovechar correctamente las fuentes de financiamiento.

Tabla 10. Rendimiento del financiamiento en las empresas.

Rendimiento	Frecuencia	%
Sí	97	85%
No	17	15%
Total	114	100%

Fuente: Elaboración propia.

Además de aquellos que sí observaron rendimientos (97 empresas), al 55% de las PyMEs le ayudó el financiamiento generando un treinta por ciento de rendimiento, en el 36% de las PyMEs el financiamiento les ayudó en un veinte por ciento y por último el 9% nos comenta que les ayudó en un cuarenta por ciento (Ver Tabla 11).

Tabla 11. Porcentaje de rendimiento generado a partir del uso del financiamiento.

Porcentaje	Frecuencia	%
20%	35	36%
30%	53	55%
40%	9	9%
Total	97	100%

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al conocimiento que los empresarios tienen sobre fuentes de financiamiento, se observa en los resultados obtenidos (Tabla 12) que el 51% de los empresarios de las PyMEs tienen un conocimiento nulo en el manejo de las fuentes de financiamiento, al igual el 33% de éstos indicaron que tienen un conocimiento muy poco y el 16% comentan que sí tienen un basto conocimiento en las fuentes de financiamiento.

Tabla 12. Conocimiento de los empresarios sobre fuentes de financiamiento.

Conocimiento	Frecuencia	%
Mucho	22	16%
Poco	44	33%
Nada	68	51%
Total	134	100%

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Se concluye que es de suma importancia las fuentes de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas del sector comercio del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; ya que a través de las fuentes de financiamiento estas empresas han ido creciendo y van expandiéndose; y esto se logra con la capacitación constante de los directivos y de los propios empleados de las PyMEs, ya que al estar mejor capacitados pueden tener un mejor aprovechamiento del financiamiento obtenido y saber cómo tienen que tramitarlo ante los entes crediticios, en virtud que se observó que existe un alto porcentaje (51%) que tienen nulos conocimientos en este tema.

Es importante señalar que estas empresas tiene características particulares que evidencian su dificultad al momento de financiarse pues demuestran que la mayoría de ellas constituyen empresas cuyos gastos son mayores a sus ingresos, que es uno de los factores que toman encuenta los entes crediticios al momento de analizar las solicitudes de financiamiento, debido a que estos deben de asegurar que el financiamiento dado pueda ser liquidado en tiempo y forma.

Una vez aplicado el instrumento y analizados los resultados obtenidos, se logró concluir que las fuentes de financiamiento utilizadas por las pequeñas y medianas empresas del sector comercio del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, para sus principales operaciones son las fuentes de financiamiento a corto plazo, principalmente el crédito comercial, tomando en cuenta que la mayoría de sus compras las realizan a crédito para luego liquidar a muy corto plazo dichos montos, siguiendo con el uso de los créditos bancarios, a tasa de interés de mercado bastante altas, garantizadas en su mayoría con activos o bienes; estas condiciones del crédito bancario representan

otras limitación para las empresas del sector comercio ya que muchos no tienen un bien o una garantía real que puedan presentar ante el ente crediticio.

Por lo tanto se puede comprender que las repercusiones de las fuentes de financiamiento son positivas si se utilizan de manera apropiada y aplicadas de acuerdo a las necesidades de cada una de las pequeñas y medianas empresas, con el conocimiento adecuado de los directivos o dueños.

Por otro lado los directivos o empresarios analizaron y evaluaron el gran abanico de las fuentes de financiamiento que se les ofreció y después de toda la evaluación ellos eligen de los financiamientos a corto plazo los créditos comerciales y bancarios que apoyan al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Recomendaciones.

Usar como medio de financiamiento la combinanción de fuentes de financiamiento propias y ajenas, a fin de obtener recursos para invertir su rentabilidad. Aun cuando se incrementen los costos, por el cobro de los intereses, el cuál será una deducción del impuesto sobre la renta, esta deducción genera un flujo de beneficio. Conocer y manejar los distintos organismos crediticios del municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, así como las fuentes de financiamiento ofrecidos por estos. Analizar meticulosamente las condiciones de financiamiento que existe en los diversos organismos tanto públicos como privados que brindan diversas opciones de crédito antes de solicitarlo.

Buscar la mejor forma de inversión del financiamiento para las empresas, les resultaría satisfactorio invertir en activos fijos ya que estos les permiten reducir costos y contribuir al desarrollo de la empresa y por consecuencia al municipio de Tuxtla Gutiérrrez, Chiapas.

Buscar capacitación sobre el manejo y control del buen uso de montos financiados, a través de organismos públicos que brindan dicho servicio u orientación a la ciudadanía, tal es el caso de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

REFERENCIAS

- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía.* México: Andrade.
- Aristizabal, N. L. (1 de Diciembre de 2014). *Dirección NacionaI de Innovación Academica.* Obtenido de Fuentes de Financiamiento: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/Lecciones/CAPITULO%20IV/fuentes1.htm
- Bloch, R., & Granato, L. (2007). Las PyMEs y el Acceso al crédito. *Revista O'DLES, 1*(2), 4-9.
- Bohlander, G., Sherman, A., & Snell, A. (1999). *Administración de Recursos Humanos.* México, DF: Thomson.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones.* México, DF: Mc Graw-Hill/Interamericana editores SA de CV. Del Valle, C. E. (2005). *Crédito y cobranza.* México: UNAM.
- Domenge, R., & Belausteguigoitia, I. (2010). Nuevas PyMEs: Problemas y recomendaciones. *Dirección estratégica. La revista de negocios del ITAM 33, 1-3.*.
- Economía, S. d. (1 de DICIEMBRE de 2014). Obtenido de Sistema de Informacion EmpresariaI:http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?estado=7&sector=2&consultaporliga=1
- Gitman, L. J. (1996). *Administración Financiera Básica.* México, DF: Karla.
- Gómez, P. (2008). *Plan General de Contabilidad de PyMEs.* México; DF: Prentice Hall.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la Investigación.* México, DF: Mc Graw Hill.
- Johnson, R. W. (2006). *Administración Financiera.* México: CECSA.
- Molina, V. A. (1996). *Cómo sanear las finanzas de las empresas.* México, DF: Ediciones Fiscales ISEF S.A.
- Müch, L. G., & García, J. M. (1998). *Fundamentos de Administración.* México, DF: Trillas S.A. de C.V.
- Perdomo, A. M. (1998). *Planeación financiera.* México, DF: ECAFSA.
- Perdomo, A. M. (2000). *Administración Financiera de Inversiones 2.* México, DF: International Thomson Editores, SA de CV.

- Rodríguez, V. J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas.* México, DF: Cengage Learning Editores.
- Siliceo, A. A. (2004). *Capacitación y Desarrollo de Personal.* México, DF: Limusa Noriega Editores.
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación cientifica.* Ciudad de México, México: Limusa.
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. J. (2002). *Fundamentos de administración financiera.* México, DF: Pearson Educación de México SA de CV.
- Villaseñor, E. F. (2007). *Elementos de Administración de Crédito y cobranza.* México, DF: Trillas.
- Weston, F., & Brigham, E. (1985). *Finanzas en administración.* México, DF: Nueva editorial iberoamericana S.A. de C.V
- Weston, F., & Brigman, E. (1994). *Finanzas en Administración.* México, DF: Mc Graw-Hill.

2. EMPRESA FAMILIAR REFRIGERACIÒN DE LA COSTA, TAPACHULA CHIAPAS

María Estrella Olivera Santos

Mtra. Luisa Ponce Hernández

Resumen

Esta investigación se llevó a cabo en una empresa de tipo familiar denominada **"**Refrigeración de la Costa", ubicada en la ciudad de Tapachula Chiapas, que se dedica a la comercialización de refacciones para refrigeración y lavadoras, esta empresa actualmente requiere de un estudio de mercado que le permita obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses para lograr una mejor y acertada toma de decisiones y así obtener los mejores resultados dentro de la misma. Se proponen estrategias que puedan ayudar a la empresa a cumplir con sus objetivos, apoyándola en obtener una mejor participación en el mercado y brindar un mejor servicio y atención al cliente. Se espera que estas estrategias sean lo suficientemente eficientes para crear una ventaja que posicione a la empresa y que refleje una mayor rentabilidad para la misma.

Introducción

Las empresas son una de las principales unidades económicas de cualquier país, está varían en tamaño, sector, etc. Sin embargo, las que más abundan son las que tienen las características de ser micro y pequeños negocios.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas en nuestro país son de carácter familiar, lo cual parece indicar que se encuentran menos dispuestos al cambio, ya que al existir lazos consanguíneos no creen necesaria la reorganización o restructuración.

Es por eso que para un negocio pueda volverse exitoso necesita que los que están involucrados en él lo conozcan profundamente, sepan cuáles son sus áreas de oportunidad y cuales sus áreas en desventajas, para que con esto, sean capaces de desarrollar ventajas competitivas y no solo eso, sino posicionarse en el gusto y preferencias de los clientes.

Para lograr este reconocimiento del negocio es necesario llevar a cabo una serie de análisis de forma tanto cualitativa y cuantitativa de su situación real para poder implementar un plan de crecimiento basado en una serie de estrategias de compra y venta que fortalezcan la estructura de la organización.

Esta investigación se llevó a cabo en una empresa de tipo familiar, ubicada en la ciudad de Tapachula Chiapas, que se dedica a la comercialización de refacciones para refrigeración y lavadoras, sin embargo las refacciones de lavadoras representan la mayor parte de su almacén, a la vez que generan la mayores ganancias, este negocio cuenta ya con varios años operando y con cierto posicionamiento en el mercado, sin embargo, no opera con estrategias de comercialización que le permita a los propietarios conocer la situación actual del negocio y poder implementar ventajas competitivas que contribuyan al desarrollo de una empresa más rentable. El objetivo del presente trabajo establecer estrategias de compra y venta para el óptimo funcionamiento de la empresa “Refrigeración de la Costa” para ampliar su participación en el mercado así mismo reforzar su posicionamiento, para ello se hicieron las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué importancia tiene identificar las políticas de ventas de sus proveedores? ¿Al diseñar estrategias de promoción y venta atraería mayor clientela? ¿Considera que al establecer los productos a las condiciones de la demanda le permitirá aumentar sus ventas?, la metodología utilizada es estudio de caso, finalizando con las estrategias para mejorar el posicionamiento de la empresa familiar en el mercado de la Cd. de Tapachula, Chiapas.

Cuerpo Principal del Trabajo

Hoy en día las empresas se esfuerzan por tener una mayor participación en el mercado lo que ha originado el desarrollo de estrategias de comercialización y la implementación de técnicas de venta que refuercen los objetivos económicos de los negocios, ya que estos han sido afectados por la recesión mundial y la gran competencia que por la globalización se ha originado.

De igual manera, las empresas siempre buscan aplicar estrategias y técnicas que fortalezcan su relación con el cliente, por medio de sistemas de ventas que sean eficaces e innovadores. Ya que las ventas son el reflejo de los resultados de la inversión, por lo que si no existe una buena estrategia que logre un buen servicio con el cliente, los esfuerzos de las empresas no se ven recompensados.

Es por eso que el mercado de refrigeración y línea blanca exige nuevos productos continuamente, para estar en una retroalimentación constante con las preferencias de los clientes por las diferentes opciones de compra en aparatos de refrigeración, lavadora, aire acondicionado, etc.

Consecuentemente el consumidor cada día es más exigente en relación a calidad, precio y servicio que se les otorga por lo que es necesario implementar nuevas estrategias de mercadotecnia para seguir en la preferencia del público.

La empresa **"Refrigeración de la Costa"** actualmente no cuenta con un estudio de mercado que le permita obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses para lograr una mejor y acertada toma de decisiones y así obtener los mejores resultados dentro de la misma.

Es por eso que la empresa requiere emplear un sistema de estrategias de compra-venta por que desea ampliar su participación en el mercado e igualmente reforzar su posicionamiento y sus objetivos económicos, los que han sido mermados por la creciente competencia.
De esta forma en este proyecto se propondrán estrategias que pretendan ayudar a la empresa a cumplir con sus objetivos, apoyándola a obtener una mejor participación en el mercado y brindar un mejor servicio y atención al cliente. Se espera que estas estrategias sean lo suficientemente

eficiente para crear una ventaja que posicione a la empresa y que refleje una mayor rentabilidad para la misma.

Es importante esta investigación porque fue de gran utilidad para la empresa ya que a través de su estudio y análisis del mercado se conoció la situación actual del comercio de productos y servicios de refrigeración y lavadora lo cual permite tomar decisiones en cuanto a sus estrategias de compra y venta y establecer políticas y objetivos que se adapten a las necesidades de los clientes y proveedores. Al mismo tiempo mejorar otras deficiencias dentro de la organización que fueron identificadas.

Fundamentación Teórica

Antecedentes de la Empresa Refrigeración de la Costa

La empresa "Refrigeración de la Costa", surge como proyecto a principios del mes de Octubre del año 1998, fecha en la cual llega a la Ciudad de Tapachula, Chiapas, el C. Julio López Palacios; quien al arribar a esta ciudad quiso emprender un negocio en el cual venia pensando años atrás, Dicho proyecto se vio realizado hasta que decidió asociarse un año más tarde con el C. Cesar Javier Tolentino Hernández, quien ya contaba con conocimientos en este rubro (la refrigeración) debido a que laboro en Refrigeración Hernández aproximadamente durante 5 años en dicha empresa trabajo como encargado de ventas; con ello se dio el surgimiento de esta empresa el día 23 de octubre del año 1999.

La idea original se basa en convertir dicha empresa en un negocio familiar, en el cual como empleados trabajarían los miembros de esta, En un principio se contó con un inventario promedio, que constaba con los productos más demandados, el cual ha crecido hasta hoy en día.

Como giro principal de esta Empresa, se tenía la compra y venta de refacciones para refrigeración y más tarde se incluyeron productos para aires acondicionados y lavadoras, lo que en la actualidad se ha convertido en el principal fuente de ingresos de esta empresa ya que el 70% de las ventas diarias se desempeña en este rubro.

Empresa.

Una empresa es una organización, institución, o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes y/o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Micro y Pequeñas Empresas

Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

Características de la Micro Empresa: Reúne adicionalmente las siguientes características:

El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.

a) El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.

b) El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias.

La Pequeña Empresa reúne adicionalmente las siguientes características:

a) El número total de trabajadores y empleados no excede de veinte (20) personas.

b) El valor total anual de las ventas no excede de veinticinco (25) Unidades Impositivas Tributarias. Las micro y pequeñas empresas son consideradas estratégicas para la economía mundial, por su capacidad de generar empleo a costos menores que las grandes empresas y por su flexibilidad, la cual les permite mayores posibilidades de adaptarse a los cambios que plantea un entorno cada vez más dinámico. Al reducirse las barreras arancelarias y no arancelarias, se ha producido un mayor nivel de competencia en los diferentes sectores, el cual ha afectado principalmente a las empresas productoras del sector industrial y más particularmente a las pequeñas empresas. Para entender la realidad actual de la pequeña

empresa se hace una breve reseña histórica de la evolución de la pequeña empresa y su vinculación con el entorno macroeconómico. De igual manera, se describe el modelo de planificación del mercadeo que, en principio, deberían aplicar las pequeñas empresas para mejorar su gestión y competir con mayores posibilidades de éxito.

Análisis y Estudio de Mercado

El análisis y estudio de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de sus clientes.

Planeación Estratégica

La planeación o planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación externa e interna de ésta, se establecen los objetivos generales, y se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos.

La planeación estratégica se realiza a nivel de la organización, es decir, considera un enfoque global de la empresa, por lo que se basa en objetivos y estrategias generales, así como en planes estratégicos, que afectan una gran variedad de actividades, pero que parecen simples y genéricos.

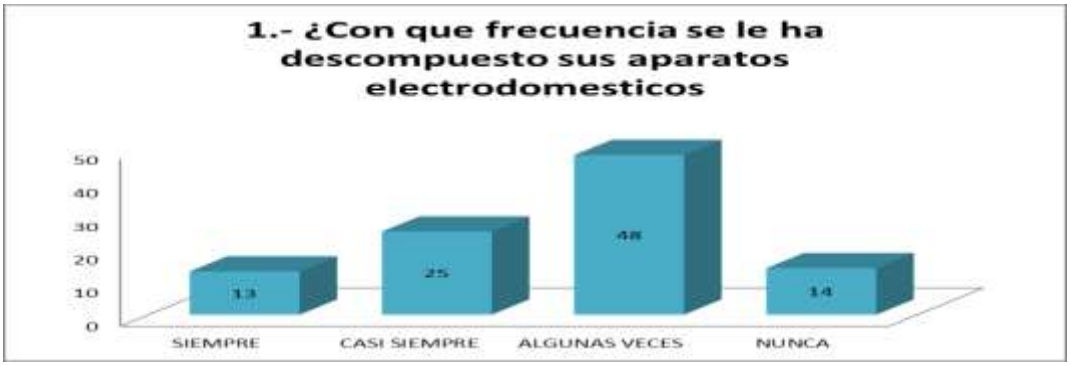
Debido a que la planeación estratégica toma en cuenta a la empresa en su totalidad, ésta debe ser realizada por la cúpula de la empresa y ser proyectada a largo plazo, teóricamente para un periodo de 5 a 10 años, aunque en la práctica, hoy en día se suele realizar para un periodo de 3 a un máximo de 5 años, esto debido a los cambios constantes que se dan el mercado.

Sobre la base de la planeación estratégica es que se elaboran los demás planes de la empresa, tantos los planes tácticos como los operativos, por lo que un plan estratégico no se puede considerar como la suma de éstos.

Como todo planeamiento, la planeación estratégica es móvil y flexible, cada cierto tiempo se debe analizar y hacer los cambios que fueran necesarios. Asimismo, es un proceso interactivo que involucra a todos los miembros de la empresa, los cuales deben estar comprometidos con ella y motivados en alcanzar los objetivos.

Conclusiones

Después de haber aplicado las encuestas, se hizo el análisis de la información obtenida la cual se presenta a continuación:



Gráfica 1 elaboración propia

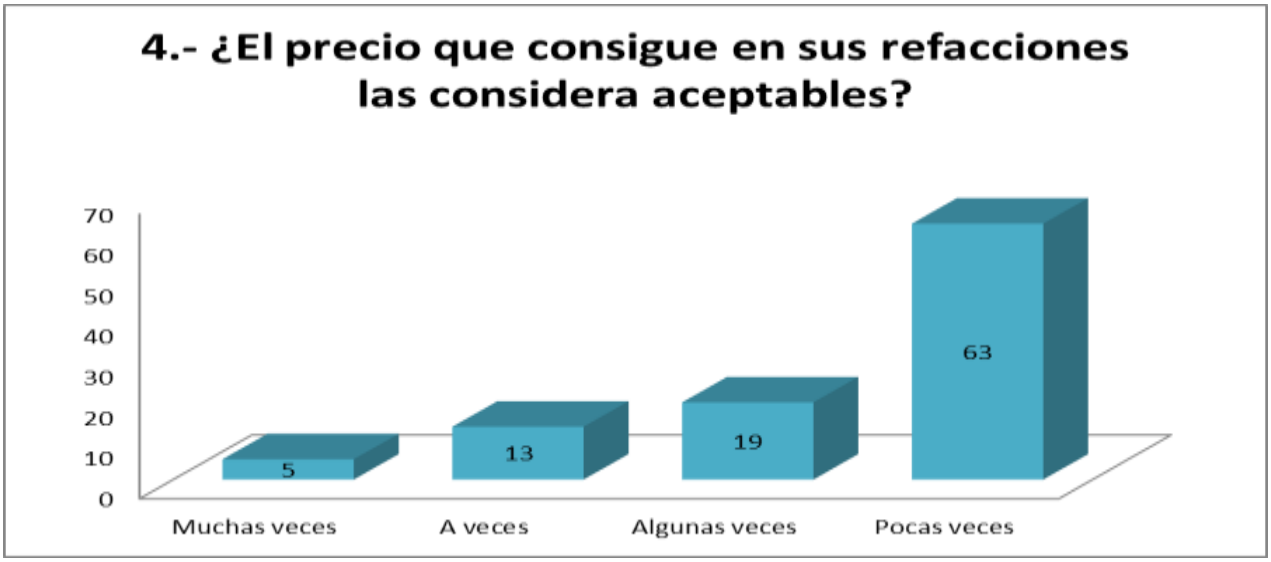
De acuerdo a las respuestas otorgadas en la entrevista al público en general la mayoría coincidió en que algunas veces se les han descompuesto sus aparatos electrodomésticos.

Grafica 2 elaboración propia

De acuerdo a la respuesta proporcionada por el público general nos podemos dar cuenta que uno de los aparatos que se le ha descompuesto con más frecuencia es la lavadora.

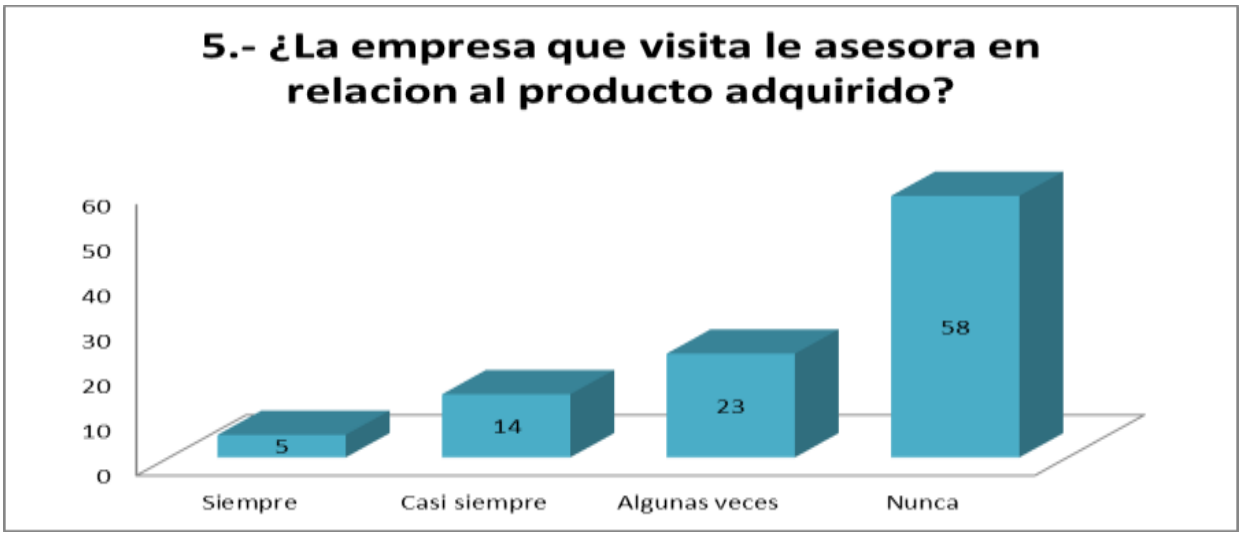
Grafica 3 Elaboración propia

De acuerdo a la respuesta otorgada por el público, podemos darnos cuenta que es un poco difícil que consigan las refacciones necesitadas.



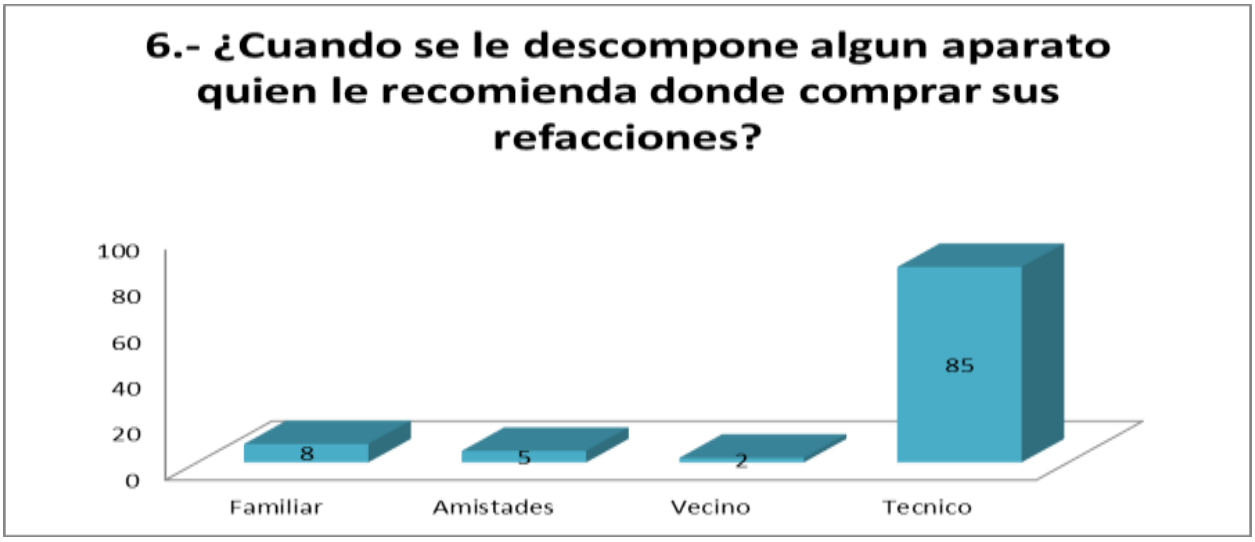
Grafica 4 Elaboración propia

De acuerdo a la respuesta proporcionada por el público en relación a que el precio en el que consigue sus refacciones le parece poco favorable.



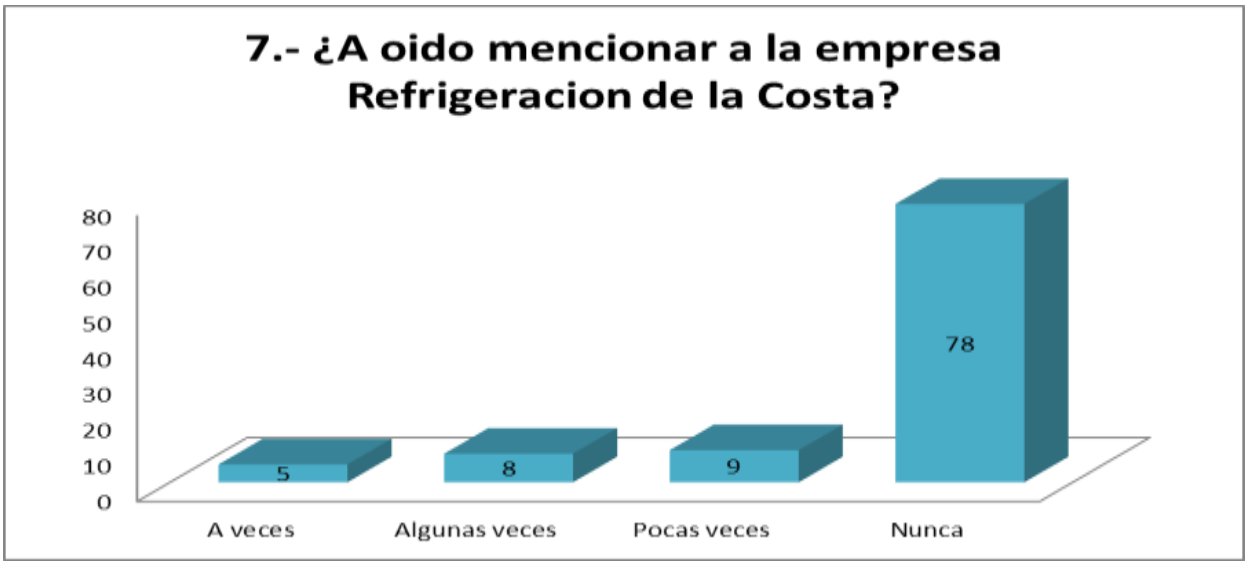
Grafica 5 Elaboración propia

De acuerdo a la respuesta proporcionada por el público en relación a que la empresa donde adquiere sus refacciones nunca le asesora en relación al producto adquirido.



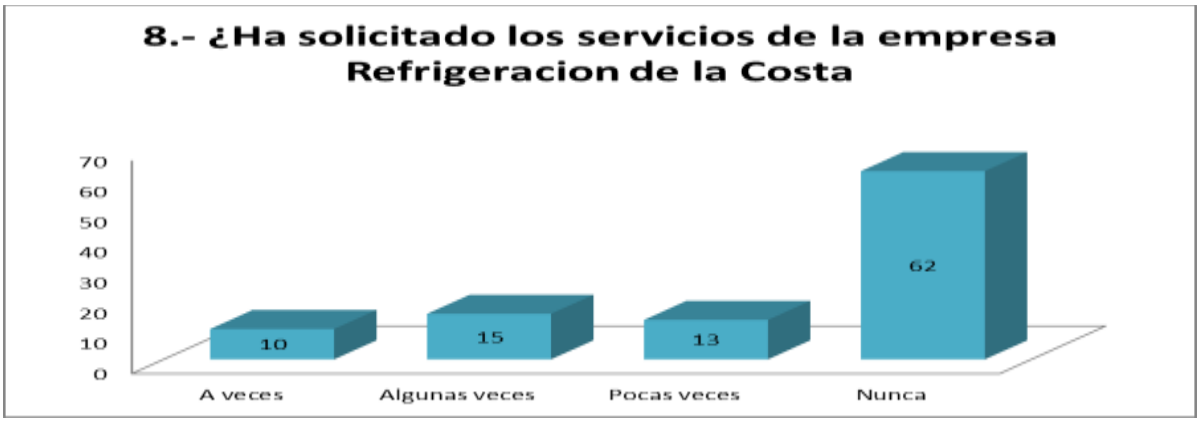
Grafica 6 Elaboración propia

En la respuesta otorgada esta pregunta podemos ver que por lo regular el que recomienda donde comprar las refacciones son los técnicos.



Grafica 7 Elaboración propia

De acuerdo a la respuesta otorgada por el mismo público nos indica que nunca ha oído mencionar a la empresa Refrigeración de la Costa.



Grafica 8 Elaboración propia

De acuerdo a la respuesta otorgada por el público en la cual son pocas las personas que han solicitado los servicios de la empresa.

Posterior a este análisis se concluye en relación al objetivo de la investigación Establecer estrategias de compra y venta para el óptimo funcionamiento de la empresa "Refrigeración de la Costa" para ampliar su participación en el mercado así mismo reforzar su posicionamiento lo siguiente:

Identificar las políticas de ventas de los proveedores

Consideramos que es de mucha importancia conocer las políticas de ventas de los proveedores ya que si se tiene conocimiento de estas políticas podemos obtener una mejor utilidad para la empresa por qué se puede adquirir un descuento por pronto pago, así, como algún descuento por pago por adelantado y esto beneficiaria a la organización e incrementaría notablemente su utilidad.

Diseñar estrategias de promoción y venta

Al diseñar estrategias de promoción y venta constantemente se podría generar una mayor rentabilidad para la empresa ya que incrementaría sus ventas notablemente esto llevaría a un mejor posicionamiento de la organización en el mercado.

Establecer las políticas de ventas a las condiciones de la demanda

Si establecemos las políticas de ventas a las condiciones de la demanda estaríamos obteniendo otro beneficio por qué no se tendría mucho inventario en el almacén más que lo necesitado y así poder incluir otros productos que tengas el mismo desplazamiento para satisfacer la demanda del cliente.

Estrategias de compra y venta deben utilizarse en la empresa "Refrigeración de la Costa" para ampliar su participación en el mercado

- Un mejor control de inventarios para satisfacer la demanda del cliente
- Introducir nuevos productos de otras líneas de electrodomésticos
- Instalar una terminar de punto de venta
- Introducir monedero electrónico
- Aplicar descuentos por pronto pago a los clientes que se le da crédito
- Aplicar descuentos adicionales por pago en efectivo
- Aplicar descuentos especiales por venta a mayoreo
- Buscar mejores proveedores para ofrecer mejores precios a los clientes
- Mayor publicidad para dar a conocer a la empresa

- Visitas frecuentes a los clientes potenciales
- Asesorar a los clientes por el producto adquirido
- Ofrecer servicios adicionales por la compra de mercancía

Referencia bibliográfica

- Mary, R. S. (2000). *Administracion.* Mexico DF: Prentice Hall.
- Prentice, M. K. (1997 segunda Edicion). *Investigacion de Mercados un Enfoque Practico.* Hall Hispanoamericana.
- R.E, S. (1995). *Investigacion con Estudio de Caso.* Madrit: Morata.
- Zikmun, W. G. (Sexta Edicion). *Investigacion de Mercados.*
- http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp
- http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html
- http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercadotecnia_definicion.htm
- http://www.crecenegocios.com/el-analisis-de-la-competencia/

3. LA MUJER COMO ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PESCADOS Y MARISCOS EN PAREDÓN, CHIAPAS.

Zoily Mery Cruz Sánchez
Mario Orozco Gutiérrez
Isabel Pérez Pérez

RESUMEN

En Paredón, comunidad de la costa de Chiapas, un grupo de mujeres emprendedoras, principalmente esposas de pescadores, tienen a su encargo, la venta y comercialización de pescados y mariscos, fruto del trabajo de los pescadores, en los que la mayoría de las mujeres son las propietarias de este tipo de negocio. Ellas acaparan todo el producto de cada pescador, y utilizando su influencia sobre sus esposos manejan las situaciones de compra y venta de la producción de pescado en esta localidad y en localidades vecinas adjuntas, se acopian de todo el producto de la pesca de cada pescador. A las mujeres emprendedoras, este empleo les sirve para atenuar los gastos en sus hogares y para ayudar a sus hijos, principalmente porque en estas zonas, los empleos son muy escasos y los sueldos de los hombres son muy bajos en la región. Este tipo de negocios influyen en las redes sociales de las organizaciones sociales que intervienen en las diferentes etapas organizativas de la producción, ejemplo de ello es el control del comercio por las esposas de los pescadores en varias localidades pesqueras, como en este caso, donde acopian, procesan y venden el producto a intermediarios e incluso algunas operan como intermediarias. Además están implícitas las relaciones de parentesco, vecindad, filiación política y/o religión en la organización informal del trabajo, en la transmisión del conocimiento e incluso en la toma de decisiones y elección de las autoridades.

Palabras clave: Mujeres emprendedoras, comercialización de pescados y mariscos, pescadores, intermediarias, localidades pesqueras.

INTRODUCCIÓN

Uno de los cambios más importantes del mercado del trabajo rural es la incorporación de las mujeres. A pesar de ello, más de la mitad de las mujeres en edad de trabajar no se ha incorporado al trabajo remunerado en el área rural. Según la CEPAL, 2013, en países en los que aumentó significativamente la participación de las mujeres, consecuentemente disminuyó la pobreza.

Heller, 2010, señala los casos de Chile, donde la tasa de participación aumentó en 70% entre 1990 y el 2005; Ecuador en un 120% y México en un 103%. En estos países la disminución de la pobreza fue más del doble del proceso experimentado en los restantes países de la región.

> La mayor importancia del empleo rural no agrícola ha generado cambios significativos en el paisaje rural tradicional de América Latina. El despegue de la agroindustria, la exportación, la aparición de tiendas y comercios, negocios de transporte, talleres artesanales, restaurantes, oficinas y servicios educacionales y de muchísimos otros emprendimientos. Inevitablemente aumentan y fortalecen los vínculos urbanos-rurales, con impactos no solo a nivel económico, sino en una mayor oferta de oportunidades y opciones para los habitantes rurales (CEPAL, 2013, pág. 17).

En Chiapas como en México, los casos de las mujeres no han sido distintos, se han sufrido fuertes transformaciones sociales y económicas derivadas de la incorporación de las mujeres en el mercado laboral.

> Una de ellas es, precisamente, nuevas formas de conformar los hogares. Actualmente a nivel nacional, uno de cada cuatro hogares está a cargo de una mujer; también encontramos familias integradas por la madre o el padre sin cónyuge y sus hijos/as, hogares formados por una sola persona o al contrario, los que conviven con varias generaciones de hijas e hijas, dentro de la familia, formando multifamilias; todo esto conlleva a nuevas necesidades y demandas (Inmujer, 2007).

> También se ha observado que las mujeres que trabajan y emprenden, tienden a invertir en medida de sus ganancias, en educación, salud, bienestar a favor de las familias y fomentan

> en sus hijos el deseo de aprender a prepararse y tienden a promover el deseo de superación, pero en pleno siglo XXI aún enfrentan fuertes retos para su completa inclusión (Heller, 2010, pp. 25-27).

En Paredón, municipio de Tonalá, en la costa de Chiapas, un grupo de mujeres emprendedoras, principalmente esposas de pescadores, tienen a su encargo, la venta y comercialización de pescados y mariscos, fruto del trabajo de los pescadores. Este tipo de trabajo permite a la mayoría de las personas de esta comunidad tener empleos remunerados, en los que la mayoría de las mujeres son las propietarias de este tipo de negocio, pero las condiciones de trabajo son precarias y viven en condiciones de pobreza extrema.

En estos lugares, aunque los pescadores están organizados y promovidos por el cooperativismo, los pescadores ribereños generalmente no declaran el monto de la producción y únicamente sacan del mar el usufructo para ser entregado a las mujeres propietarias, sin que esta producción tenga un control hacendario como sanitario, esto es debido principalmente a que estos pescadores no pertenecen a alguna cooperativa, ya que estas instituciones las obligan a hacerlo (Bretón y López, 1989),

Ellas acaparan todo el producto de cada pescador en esta localidad y en localidades vecinas adjuntas, se acopian de todo el producto de la pesca de cada pescador.

El negocio comienza al llegar las lanchas de los pescadores con la producción por las mañanas o al mediodía (ya que este horario es el más frecuente de las llegadas de las lanchas) a las orillas del mar, es decir desde su llegada al muelle u orilla del mar, al término de la jornada de trabajo para luego trasladarla a un lugar cercano, a unos 20 metros, lugar que funciona como mercado o centro de distribución denominado “mercado de pescados y mariscos” en donde ellas se encargan de vender a las personas que llegan a comprar estos productos principalmente por su precio más barato y por la frescura de los pescados y mariscos, que son vendidos inmediatamente, saliendo del mar. Esto último es la ventaja comparativa que tienen estas vendedoras de pescados y mariscos.
Hay que hacer notar, que no todos los días hay producción de pescado, la persistencia de los factores climáticos como la lluvia, el viento, las altas mareas, obligan a los pescadores a no entrar

al mar, durante este tiempo, las propietarias únicamente venden pescado ya sea refrigerado o pescado "oreado[2]" y salado y puesto al sol a secar.

A las mujeres emprendedoras, este empleo les sirve para atenuar los gastos en sus hogares y para ayudar a sus hijos, principalmente porque en estas zonas, los empleos son muy escasos y los sueldos de los hombres son muy bajos en la región (de un salario mínimo hasta dos o tres salarios por jornada, es decir de $616 pesos, salario mínimo para 2014).

Después de haber pactado la compra de la producción por todas las mujeres emprendedoras, esta es vendida al menudeo a las diferentes personas que llegan a este lugar a comprar o por mayoristas que hacen tratos con las mujeres directamente. En este lugar, las personas que venden estos productos, despliegan algunos plásticos o hules que sirven como pisos en donde se desarrolla principalmente la compra-venta de los productos del mar. Este negocio llega a generar altos volúmenes de ventas y distribución de este tipo de comercio.

> En este tipo de negocio, influyen las redes locales de la organización social que intervienen en las diferentes etapas organizativas de la producción, ejemplo de ello es el control del comercio por las mujeres de pescadores en varias localidades pesqueras aledañas, como en este caso, donde acopian, procesan y venden el producto a intermediarios e incluso algunos operan como intermediarias. Además están implícitas las relaciones de parentesco, vecindad, filiación política y/o religión en la organización informal del trabajo, en la transmisión del conocimiento e incluso en la toma de decisiones y elección de las autoridades de las cooperativas (Gellida, E., et al, 2007).

Esta producción es vendida en kilogramos, cuando se trata de camarón ribereño o por piezas (por docena), cuando es de pescado, como las lizas y/o atunes. La mayoría de las personas propietarias no tienen instalaciones de un mercado, por lo que relativamente este comercio se realiza al "ras del suelo", sin instalaciones sanitarias y falta de agua corriente; (no hay drenaje ni fosas sépticas en el lugar) únicamente las personas que tienen más tiempo están mejor establecidas, y tienen

2 "Oreado" termino para designar al pescado que ha sido limpiado, sin vísceras, que es dejado a la intemperie, día y noche, durante el día el sol la seca, esto permite su conservación.

instalaciones, (como luz por ejemplo) cuentan con refrigeradores viejos y usados, que ya no funcionan con luz eléctrica sino como "termos" ya que son enfriados a base de hielo, que es llevado por distribuidores desde Tonalá, que es la cabecera municipal y población más cercana (a unos 13 kms., al Norte).

Muy pocas personas cuentan con cajones de cemento y mesas de concreto y agua, lo más usual es usar mesas de madera, que le dan en conjunto al negocio un aspecto desvencijado, viejo, sobrenatural, todo esto al aire libre, sin tener un edificio que funcione como mercado donde puedan vender este tipo de productos.

Este tipo de negocios no se encuentra organizado, la apatía de las mujeres propietarias por la falta de asociación no les ha permitido fortalecerse, debido a la ignorancia y la idiosincrasia, lo que evita tener mayores oportunidades de gestión y obtener apoyos del gobierno federal y estatal, los que pondrían a su alcance fondos y proyectos para una mejor comercialización de sus productos.

El obtener una figura legal como una cooperativa de producción rural les permitiría obtener los beneficios establecidos por la Ley General de Sociedades Cooperativas (nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de agosto de 1994, texto vigente, última reforma publicada DOF 13-08-2009).

Con este tipo de asociación tendrían el beneficio de obtener capacitación y asesoría de negocios, fondos para compra de infraestructura que tanta falta les hace, enseres para la conservación de los productos marinos, etc. Tendrían la capacidad de comprar materia prima asociadas, lo que permitiría reducir sus costos y compartir gastos fijos así como reducir sus costos; esto los llevaría a expandir sus oportunidades de mercado, en general optimizar el poder negociador y empoderamiento de las mujeres propietarias.

Otra de las ventajas que proporciona la asociación, es el reconocimiento del gobierno como un sector productivo y económico, dando como resultado el ser incluido en los programas operativos y de financiamiento de las políticas públicas.

La asociación de estas personas ha sido infructuosa, aunque han hecho varios intentos, la corrupción y el desconocimiento de las líderes ha sido una causa frecuente por la cual, estas intenciones han quedado improductivas.

Debido a los modos y costumbres, no es posible organizar el trabajo colectivo, nadie quiere asumir responsabilidades o compartirlas, la mayoría de estas personas rehúyen los compromisos y muchas de ellas carecen de honestidad, como para anteponer el bienestar común. La falta de educación no les permite saber cómo administrar una organización y cómo gestionar apoyos, debido a esto es importante solicitar capacitación.

Es necesario que las propietarias, soliciten asesorías y capacitación ante las instituciones educativas públicas y privadas en asuntos relacionados con el mejoramiento del comercio, en ventas y distribución, en administración en general.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

El objetivo de este estudio es realizar un diagnóstico sobre las condiciones del negocio: la venta y distribución de los pescados y mariscos en Paredón, municipio de Tonalá, Chiapas que nos permita conocer las condiciones de producción así como las formas de venta y comercialización y las condiciones socioeconómicas y socioculturales de las productoras, con la finalidad de visualizar una estrategia que permita coordinar la comercialización y venta global de estos productos, de manera que se genere un mayor bienestar para las mujeres emprendedoras.

JUSTIFICACIÓN

En Paredón, Chiapas se tiene una actividad pesquera que viene desde las épocas prehispánicas, Ibarra, Casas y Oliva, al respecto apunta que:

Esta actividad requiere principalmente de un ordenamiento pesquero que permita el uso y el manejo de los recursos pesqueros y un desarrollo sustentable, “ya que esta actividad tiene muchas dimensiones y muchos niveles, y que se deben tener en cuenta consideraciones más amplias que la mera supervivencia de la poblaciones ícticas y la actividad pesquera (Ibarra, Casas y Oliva, 2014). Que permita el conocimiento de indicadores sobre las dimensiones de esta actividad pesquera; por

ejemplo existe una falta de datos de la comercialización y venta de estos productos marinos en este lugar, ya que la carencia de estos no nos permite tener un panorama socioeconómico de esta actividad, en general.

Dentro de esta actividad se debe informar a las autoridades de la cantidades de productos marinos que se han pescado, para que lleven un control tanto hacendario como sanitario. Los cambios en la actividad pesquera deberán evaluarse con referencia a las fuerzas impulsoras del cambio económico y ecológico que influyen tanto en la demanda como en la oferta de pescado. Debido a esto, la actividad socioeconómica que genera la comercialización y venta de pescados y mariscos en paredón, Chiapas no es posible conocerla, ya que no se cuenta con esta información.

> De acuerdo con la FAO, que nos dice que:
> En estos lugares se requiere un "ordenamiento" pesquero debido a los cambios en los ecosistemas inducidos por los seres humanos, como los cambios causados por la actividad pesquera están poniendo en peligro el bienestar de las generaciones actuales y futuras La industria pesquera tiene una capacidad de captura muy superior a la tasa a la que los ecosistemas pueden producir pescado, por lo que los recursos naturales (peces y otros recursos naturales como el petróleo y las fuentes de energía no renovables); así como el capital de origen humano y los recursos humanos no se están utilizando eficazmente a nivel mundial, regional, nacional y local (Consejo de la FAO, 2012).
>
> La globalización de los mercados del pescado; que ha fomentado la desviación de una parte considerable de la producción pesquera de los mercados locales y nacionales a los de exportación, suscita preocupaciones sobre la eficacia con que se distribuyen los beneficios en relación con el bienestar de un gran número de personas (Consejo de la FAO, 2012, pág. 20).

Ya que muchas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, suscitan preocupaciones respecto de la contribución de la pesca al desarrollo sustentable. "Muchas pesquerías están siendo

sometidas a pesca excesiva o han agotado los recursos o fauna íctica[3] lo que ha malogrado los beneficios potenciales de la actividad pesquera" (Ibarra, Olivas & Casas, 2014).

El desarrollo de esta investigación permitirá abrir el camino a un ordenamiento de este negocio. Se busca en general conocer cuál es el estado socioeconómico y cultural de las mujeres propietarias en la comercialización y venta de pescados y mariscos en paredón, Chiapas, y sus relaciones socioeconómicas y socioculturales con este negocio; además nos permitirá conocer indicadores y puntos de referencia en cuatro dimensiones siguientes:

1.- Económica: valor de las ventas/tipos de empleo/ingresos por esta actividad.
2.- Social: empleo/participación/educación/ingresos.
3.- Ecológica: falta de Desarrollo sustentable/Sustentabilidad en el negocio.
4.- Gobierno: aplicación de normas (vedas)/transparencia y participación.

METODOLOGÍA

Tipo de estudio y muestra:

Para conocer el universo de investigación fue necesario realizar un sondeo entre las mujeres propietarias para conocer cuántas personas estaban involucradas en la comercialización y venta de pescados y mariscos en Paredón, Chiapas; se encontró que habían 42 mujeres y 8 hombres, 50 personas en total, por lo que no hubo necesidad de calcular ninguna muestra como tal ya que la población existente es muy pequeña, por lo que se consideró al número total de personas para su estudio, las 50 personas emprendedoras de este tipo de negocio.

Instrumentos para recolección de datos:

Se realizó un instrumente de medición el cual fue aplicado a las todas las propietarias del negocio, en total 50 cuestionarios con preguntas cerradas, para aplicarlos a las personas propietarias de este negocio, estas encuestas fueron administradas en forma de entrevista personal que es uno de los métodos más efectivos en el levantamiento de la información en las MiPymes (Lussier y Halabi, 2010, mencionado por Elizundía, pág. 475), estas se centraban en aspectos como la

3 El término "fauna íctica" hace referencia a las especies presentes en un lugar.

comercialización y venta del pescado, asi como las condiciones socioeconómicas y socioculturales de esta actividad, relacionada con la vida.

Para aplicar los cuestionarios fue necesario visitar a cada una de las mujeres propietarias in situ, es decir dentro de sus centros de trabajo en la comunidad de Paredón, también se entrevistaron a las propietarias más influyentes o las de mayor jerarquía para conocer sus puntos de vista del negocio; se observó en general, el entorno, la tecnología, infraestructura, los procesos de venta y comercialización así como las formas de distribución que presentan.

LA COMUNIDAD DE PAREDÓN, CHIAPAS

El estudio se realizará en la comunidad de Paredón, municipio de Tonalá, que forma parte de la zona socioeconómica IX, llamada Istmo-Costa, en conjunto con los municipios de Arriaga, Pijijiapan y Mapastepec, los cuales se encuentran ubicados en la costa del Estado de Chiapas, siendo por origen poblaciones de orden rural.

Esta comunidad se encuentra asentada en la costa de Chiapas, tiene aproximadamente 6,126 habitantes (para el año 2000), a orillas de la laguna denominada “Mar Muerto”, que es la principal estructura estuarina con que cuenta el estado de Chiapas, esta se encuentra la región hidrológica 23 y comprende el oriente de la llanura istmeña, en los límites de Oaxaca y Chiapas, con una extensión de aproximadamente 250 Km., cuadrados, por su forma, esta estructura es una bahía cerrada, cuya boca o entrada está conectada al océano pacífico.

Figura 1. Mapa de la ubicación del proyecto.

Fuente: Plano de la región Istmo-Costa. Gobierno del Estado.

En estos lugares la pesca se hace todavía de manera artesanal, aunque en la actualidad se observa lanchas de gran calado con motores fuera de borda (así como las llamadas lanchas "gemelas" que son exclusivamente para la pesca de tiburones); la pesca es principalmente de esteros y mar semiprofundo, los productos son principalmente pescado y algunos mariscos; las especies principales de pescado son: lizas, robalos, mojaras, badres, pargos y huachinangos y tiburones y atún; los mariscos son de pocas variedades, principalmente camarón de estero, algunos pulpos, jaibas y escasamente algunos "bivalvos" como los ostiones y el llamado "casco de mula".

RESULTADOS:

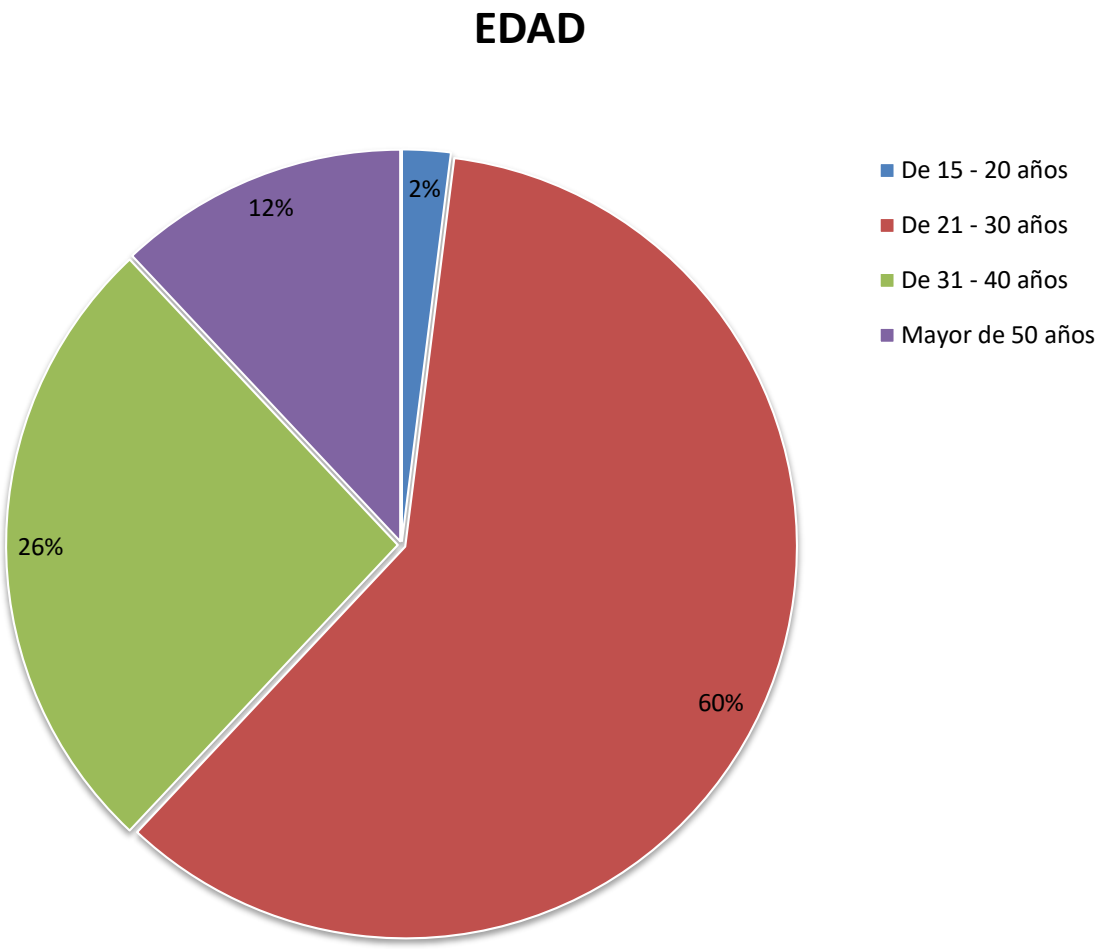
PERFIL DE LAS PROPIETARIA

ANÁLISIS DE PERMANENCIA: EDAD, NÚMERO DE HIJOS Y ESTADO CIVIL

Gráfica 1.- ¿Cuál es la edad que tiene usted actualmente?

EDAD

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 15 - 20 años	1	2	2	100
De 21 - 30 años	30	60	60	60
De 31 - 40 años	13	26	26	98
Mayor de 50 años	6	12	12	72
Total	50	100	100	

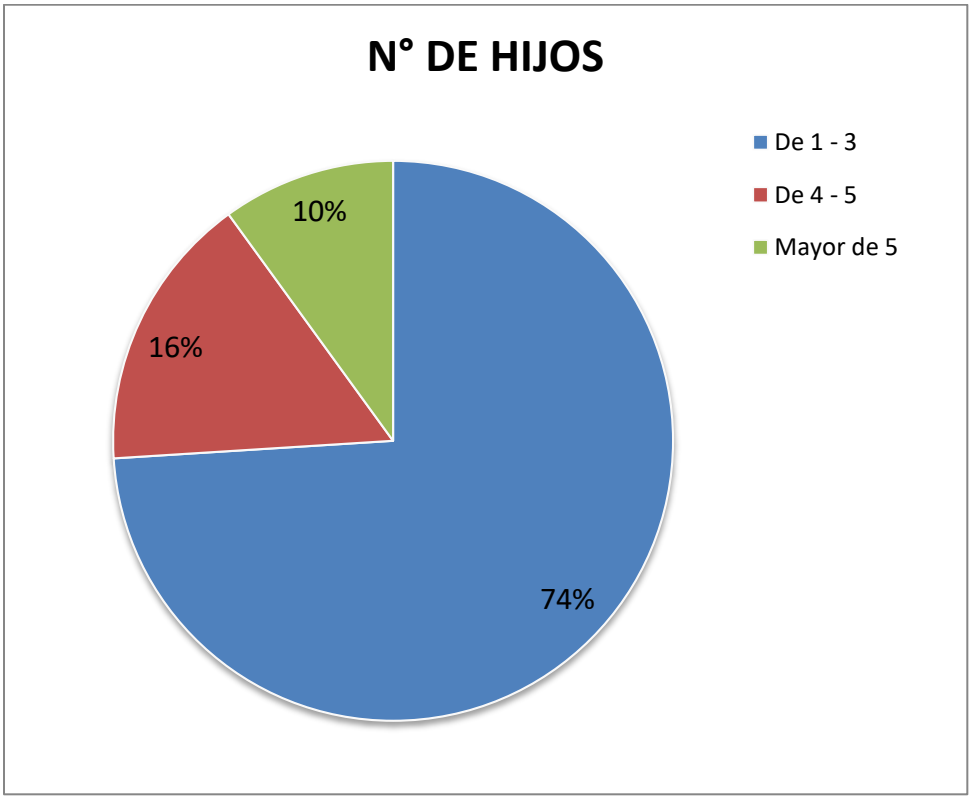


Con relación a las edades de las mujeres propietarias de estos negocios, indican que no emplean mano de obra infantil ni juvenil, el 2 % de las trabajadores tienen menos de 20 años de edad, el 60% tienen de 21 a 30 años; el 26 por ciento tienen de 31 a 40 años; solamente el12 por ciento son adultos mayores de 50 años (ver gráfica 1).

Gráfica 2.- ¿Cuál es el número de hijos que tiene usted?

NÚMERO DE HIJOS

NO. DE HIJOS		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1 - 3	37	74	74	100
	De 4 - 5	8	16	16	16
	Más de 5	5	10	10	26
Total		50	100	100	

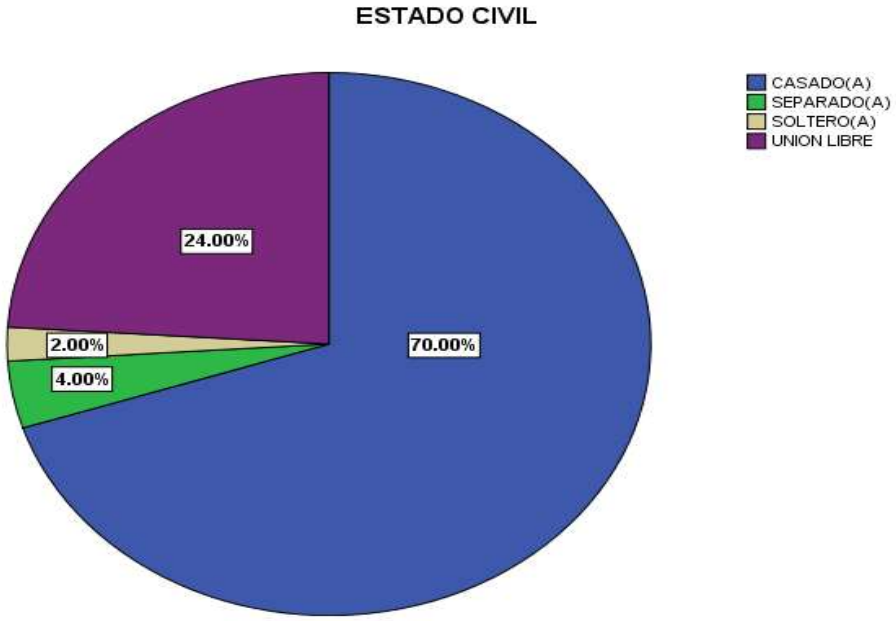


Con relación al número de hijos de las propietarias, el 74 por ciento tienen de 1 a 3 hijos, el 16 por ciento tiene de cuatro a cinco y el 10 por ciento tiene más de cinco hijos (ver gráfica 2).

Grafica 3.- ¿Cuál es su estado civil?

ESTADO CIVIL

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CASADO(A)	35	70.0	70.0	70.0
	SEPARADO(A)	2	4.0	4.0	74.0
	SOLTERO(A)	1	2.0	2.0	76.0
	UNION LIBRE	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



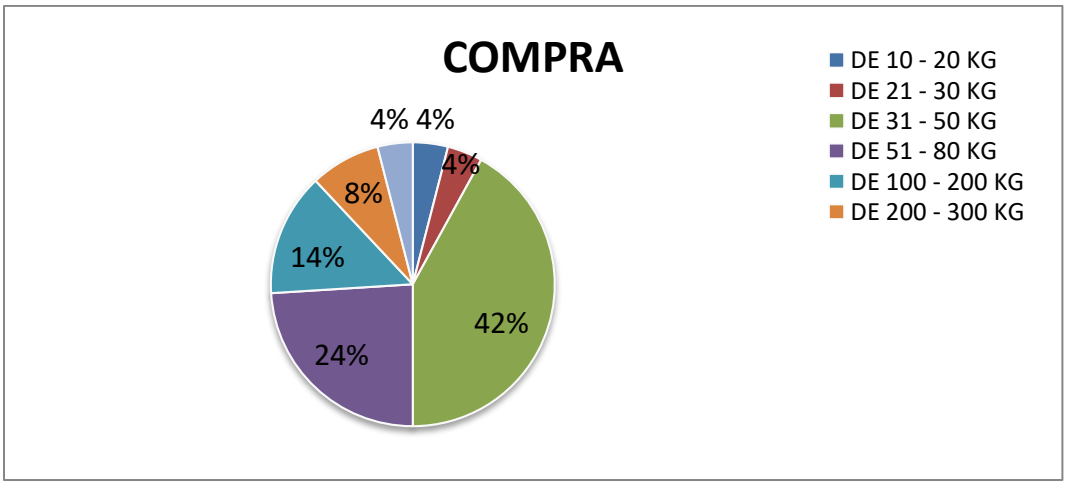
Referente al estado civil, en su mayoría, el 70 por ciento de las propietarias son casados, el 4 por ciento son separadas o divorciadas, únicamente el 2 por ciento son solteras y el restante, el 24 por ciento viven en unión libre (ver gráfica 3).

DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

Gráfica 5.- ¿Cuánto es la producción diaria que Ud. compra a los pescadores?

COMPRA-VENTA DIARIA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE 10 - 20 KG	2	4	4	4
DE 21 - 30 KG	2	4	4	8
DE 31 - 50 KG	21	42	42	50
DE 51 - 80 KG	12	24	24	74
DE 100 - 200 KG	7	14	14	88
DE 200 - 300 KG	4	8	8	96
MAS DE 300 KG	2	4	4	100
TOTAL	50	100	100	

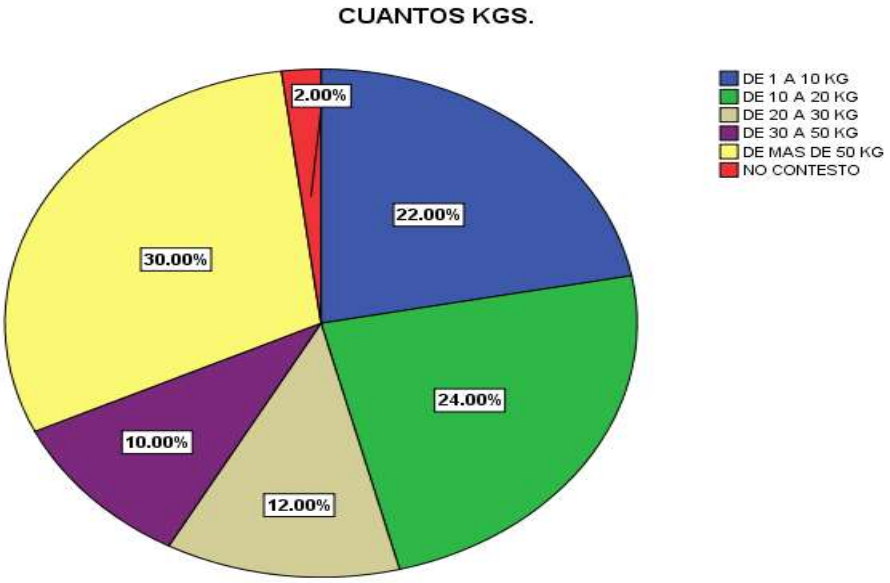


La mayoría de las personas compra diariamente una producción variable, condicionada a que haya pesca o no, el 42 por ciento compra generalmente entre 30 y 50 kgs., de pescados, el 24 por ciento compra entre 50 y 80 kgs., el 14 por ciento compra entre 100 y 200 kgs., de pescado, el 8 por ciento compra entre 200 y 300 kgs., solamente el 4 por ciento compra más de 300 kgs. Y un 8 por ciento compra únicamente menos de 30 kgs.

Gráfica 6.- ¿Cuántos kgs., de camarón de estero compra diariamente para su venta?

CUANTOS KGS. COMPRA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE 1 A 10 KG	11	22.0	22.0	22.0
	DE 10 A 20 KG	12	24.0	24.0	46.0
	DE 20 A 30 KG	6	12.0	12.0	58.0
	DE 30 A 50 KG	5	10.0	10.0	68.0
	DE MAS DE 50 KG	15	30.0	30.0	98.0
	NO CONTESTÓ	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

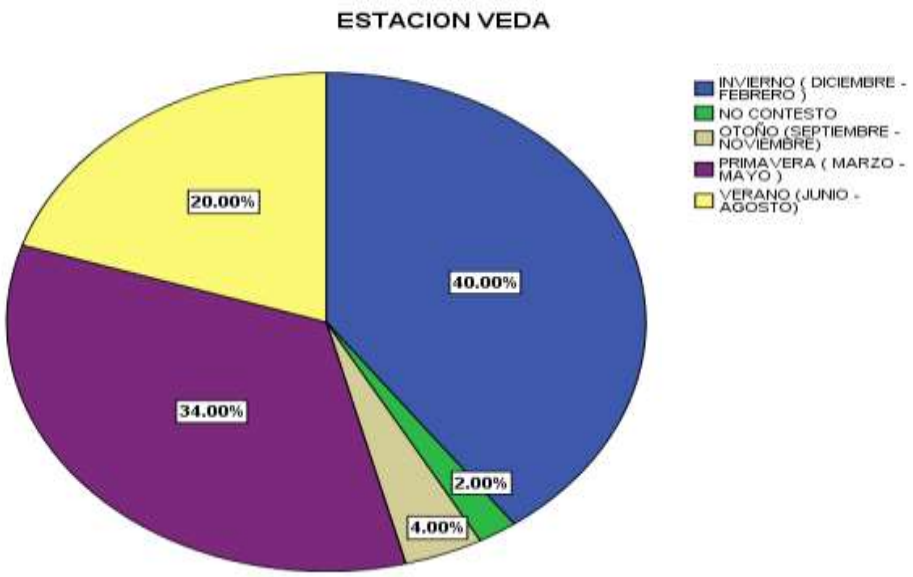


Cuando se trata de camarón de estero (que es el producto principal que venden las propietarias) el 22 por ciento compra entre 1 y 10 kgs., el 24 por ciento compra entre 10 y 20 kgs., el 12 por ciento compra entre 20 y 30 kgs., el 10 por ciento compra de 30 a 50 kgs. Y el resto, el 30 por ciento compran más de 50 kgs., de camarón.

Gráfica 7.- ¿Que estación del año es veda?

ESTACION DE VEDA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	INVIERNO (DIC-FEB)	20	40.0	40.0	40.0
	NO CONTESTO	1	2.0	2.0	42.0
	OTOÑO (SEPT- NOV)	2	4.0	4.0	46.0
	PRIMAVERA (MARZO - MAYO)	17	34.0	34.0	80.0
	VERANO (JUN-AGOS)	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

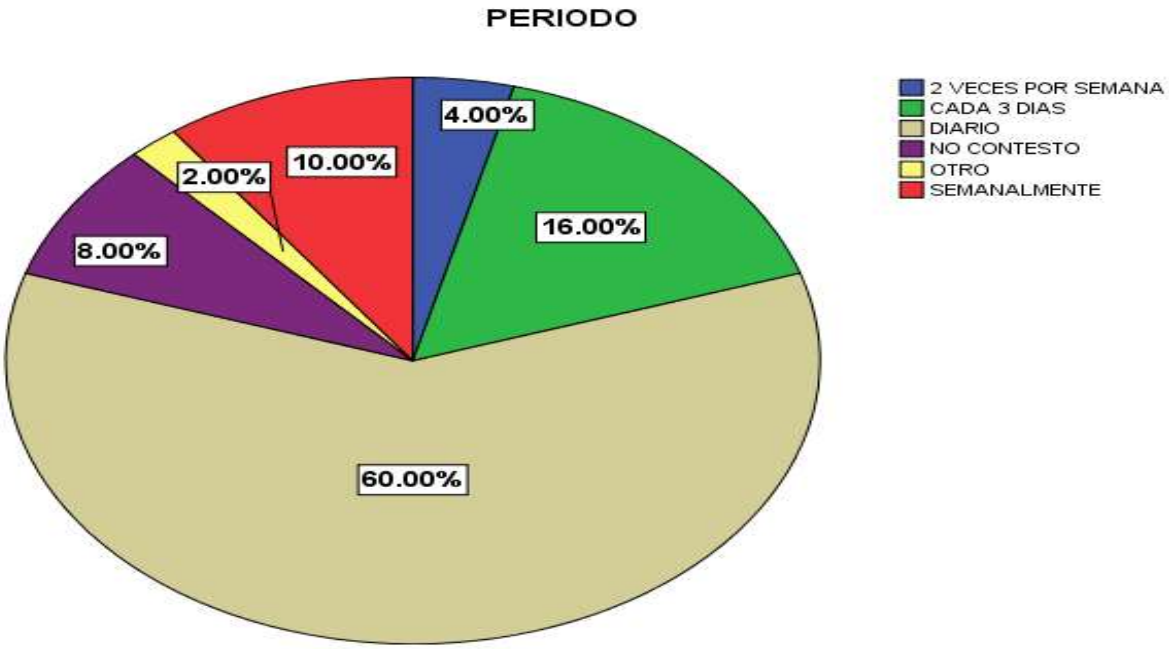


El 40 por ciento contestó que en invierno que comprenden los meses de diciembre a febrero; el 34 por ciento de las encuestadas respondió que en primavera los meses de marzo a mayo; un 20 por ciento manifestó que en verano correspondiente a los meses de junio a agosto; mientras que el 4 por ciento expresó que en otoño de septiembre a noviembre y finalmente un 2 por ciento no contestó (ver gráfica No. 7).

Gráfica 8.- ¿Cuántas veces en la semana compra su producto?

PERIODO DE COMPRA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2 VECES POR SEMANA	2	4.0	4.0	4.0
	CADA 3 DIAS	8	16.0	16.0	20.0
	DIARIO	30	60.0	60.0	80.0
	NO CONTESTÓ	4	8.0	8.0	88.0
	OTRO	1	2.0	2.0	90.0
	SEMANALMENTE	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



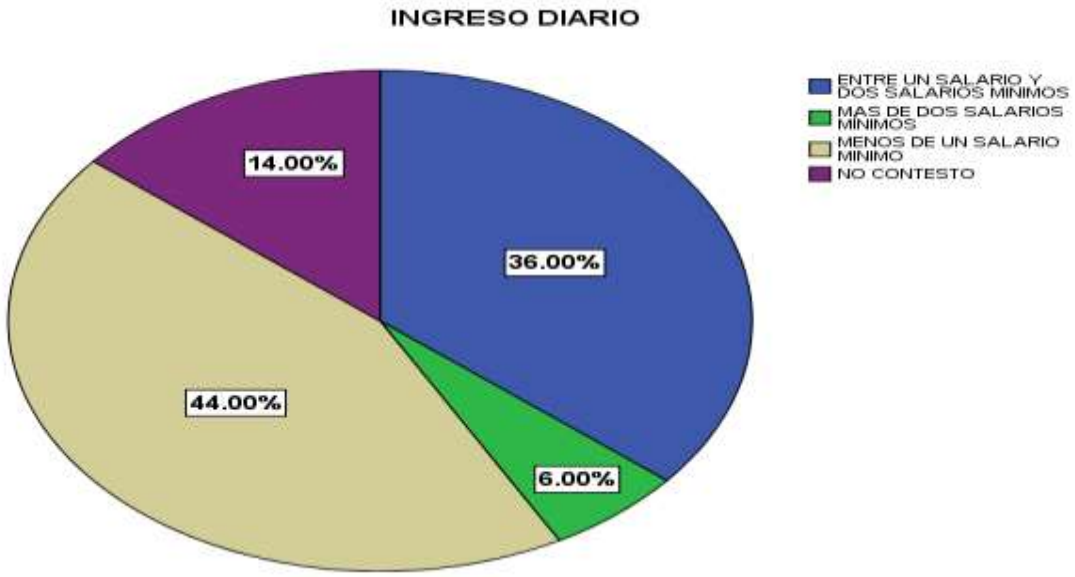
Con respecto a la frecuencia de compra de sus productos, las encuestadas respondieron que un 60 por ciento compra diariamente; un 16 por ciento compra cada tres días; el 10 por ciento una vez a la semana; un 8 por ciento no contestó; el 4 por ciento dos veces a la semana y el restante 2 por ciento dijo otros (ver gráfica No. 8).

INGRESOS/BENEFICIOS

Gráfica 9.- ¿Cuánto es su ingreso diario?

INGRESO DIARIO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ENTRE UN SALARIO Y DOS SALARIOS MINIMOS	18	36.0	36.0	36.0
MAS DE DOS SALARIOS MÍNIMOS	3	6.0	6.0	42.0
MENOS DE UN SALARIO MÍNIMO	22	44.0	44.0	86.0
NO CONTESTÓ	7	14.0	14.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	



Con respecto a los ingresos diarios que reciben las propietarias por la venta de sus productos, el 44 por ciento mencionó que menos de un salario mínimo, el 36 por ciento indicó que entre uno y dos salarios mínimos, el 14 por ciento no contestó y finalmente el 6 por ciento dijo que más de dos salarios mínimos (ver gráfica 9).

PARTICIPACIÓN SOCIAL

Gráfica 10.- ¿Cuáles son los problemas que tiene en su actividad?

PROBLEMAS ACTIVIDAD

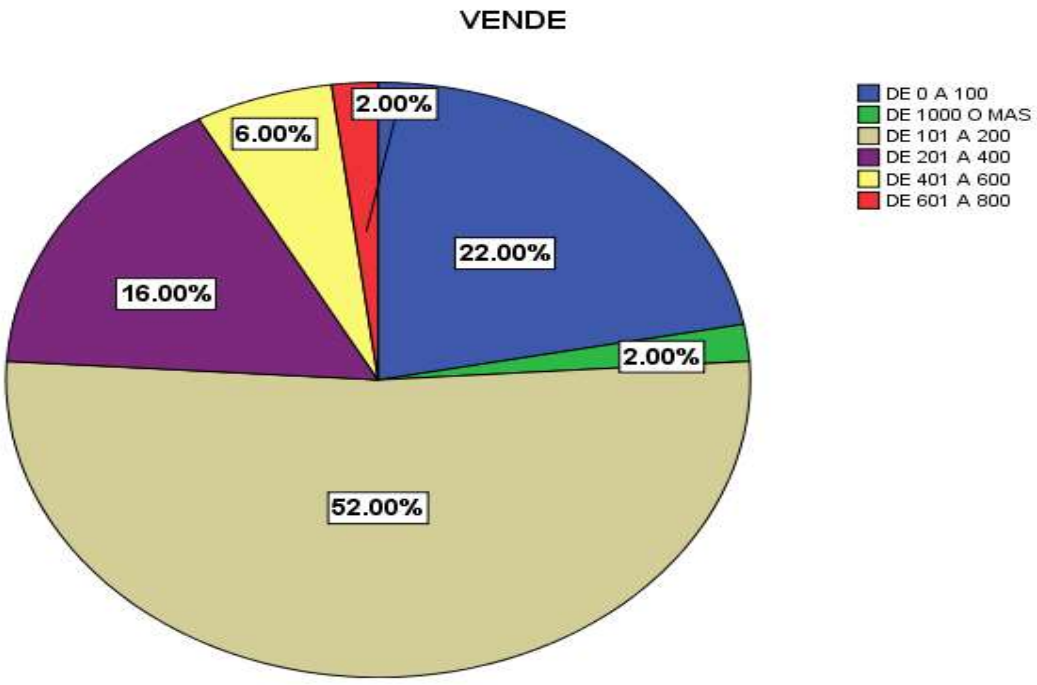
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	EMPLEO	5	10.0	10.0	10.0
	FINANCIAMIENTO	8	16.0	16.0	26.0
	MATERIAS PRIMAS	17	34.0	34.0	60.0
	MERCADO	8	16.0	16.0	76.0
	NINGUNO	5	10.0	10.0	86.0
	NO CONTESTÓ	4	8.0	8.0	94.0
	TRANSPORTE	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Problemas que se le presentan a las encuestadas cuando realizan su actividad comercial, el 34 por ciento contestó que la adquisición de las materias primas, un 16 por ciento el financiamiento, otro 16 por ciento el mercado, un 10 por ciento el empleo, otro 10 por ciento dijo que no tiene problemas, el 8 por ciento no contestó y por último un 6 por ciento el transporte (ver gráfica No. 10).

Gráfica 11.- ¿Cuánto vende diariamente, en promedio?

CUANTO VENDE DIARIAMENTE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE 0 A 100 PESOS	11	22.0	22.0	22.0
	DE 1000 O MAS	1	2.0	2.0	24.0
	DE 101 A 200	26	52.0	52.0	76.0
	DE 201 A 400	8	16.0	16.0	92.0
	DE 401 A 600	3	6.0	6.0	98.0
	DE 601 A 800	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

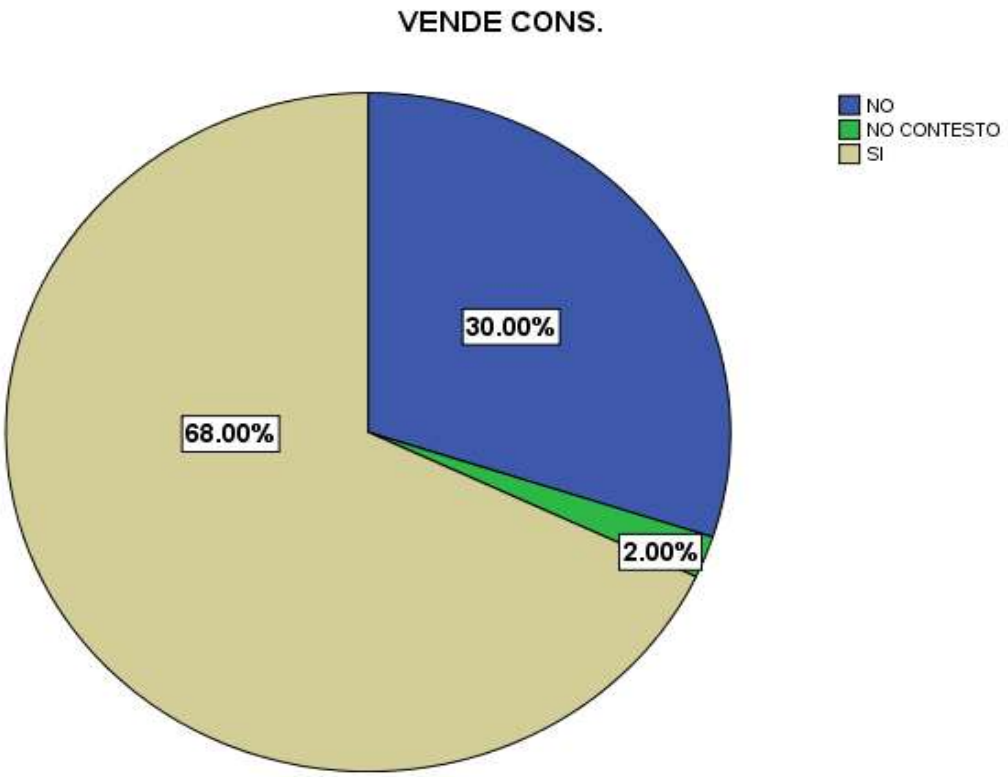


En relación a la venta diaria de las propietarias, expresaron un 52 por ciento que en promedio obtenían de 101 a 200 pesos diarios, un 22 por ciento de a 400 pesos diarios, el 16 por ciento de 201 a 400 pesos diarios, el 6 por ciento de 401 a 600 pesos diarios y el 2 por ciento restante de 1000 pesos o más (ver gráfica No. 11).

Gráfica 12.- ¿Lo vende directamente al consumidor?

VENDE A CONSUMIDORES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	15	30.0	30.0	30.0
	NO CONTESTÓ	1	2.0	2.0	32.0
	SI	34	68.0	68.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



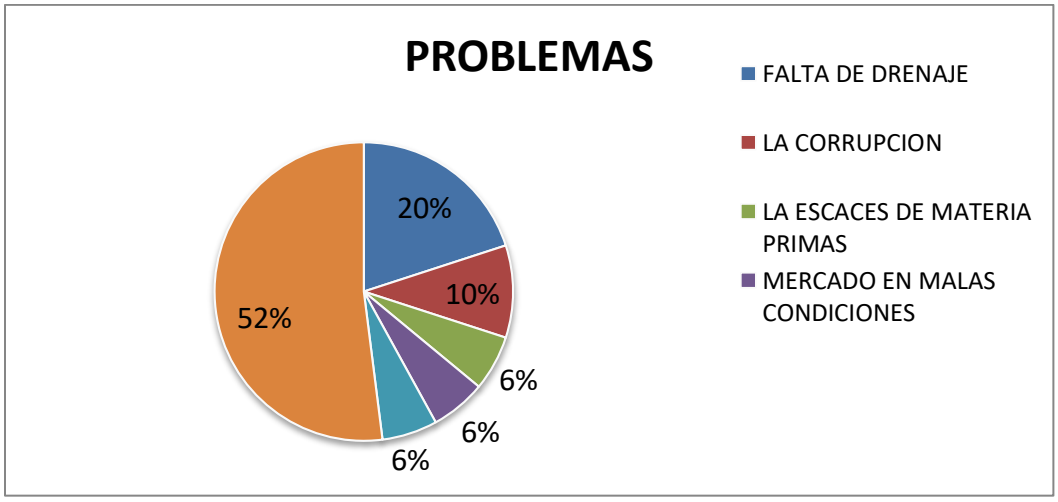
En la pregunta que si vendía directamente el producto al consumidor final, el 68 por ciento contestó que sí, el 30 por ciento que no (revendedoras) y el 2 por ciento final no contestaron (ver gráfica No. 12).

ASPECTOS SOCIALES

Gráfica 13.- ¿Cuáles son los principales problemas sociales de su localidad?

PROBLEMAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FALTA DE DRENAJE	10	20	20	20
LA CORRUPCIÓN	5	10	10	30
LA ESCACES DE MATERIA PRIMAS	3	6	6	36
FALTA DE INFRAESTRUCTURA	3	6	6	42
FALTA DE APOYO DEL GOBIERNO	3	6	6	48
CONTAMINACION	26	52	52	100
Total	50	100	100	



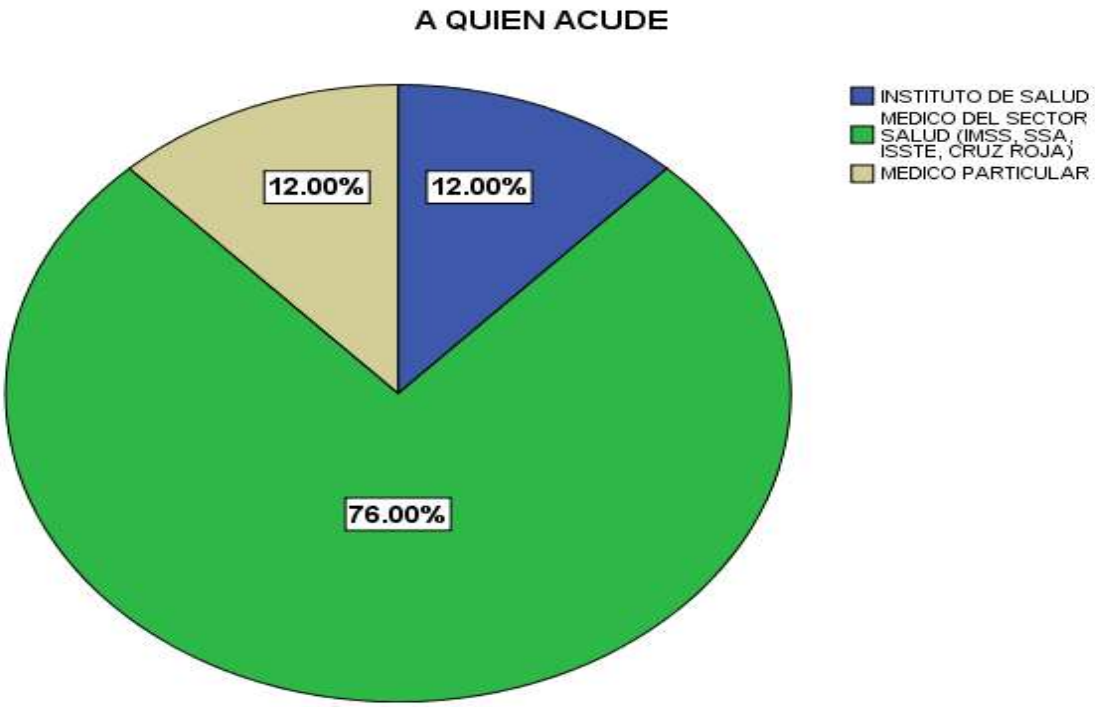
En la pregunta veinticinco que hicieron los encuestadores a las propietarias en relación a los problemas sociales que se sufren en su localidad, el 52 por ciento contestaron que la contaminación, un 20 por ciento la falta de drenaje, el 10 por ciento la corrupción, un 6 por ciento el mercado en malas condiciones, otro 6 por ciento falta de apoyo por parte del gobierno y el otro 6 por ciento restante la escasez de materias primas (ver gráfica No. 13).

SALUD

Gráfica 14.- ¿A quién acude cuando algún miembro de su familia se enferma de cierta gravedad?

A QUIÉN ACUDE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	INSTITUTO DE SALUD	6	12.0	12.0	12.0
	MEDICO DEL SECTOR SALUD (IMSS, SSA, ISSTE, CRUZ ROJA)	38	76.0	76.0	88.0
	MEDICO PARTICULAR	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



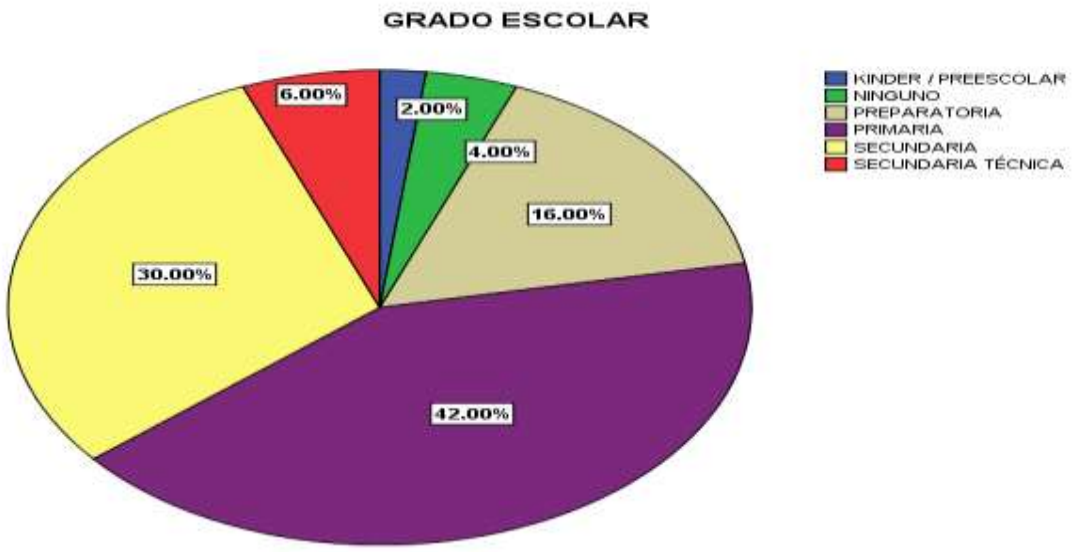
En las respuestas que realizaron las propietarias en cuanto a dónde acuden cuando se enferman, el 76 por ciento dijo que el Sector Salud (IMSS, SSA, ISSSTE, CRUZ ROJA), un 12 por ciento dijo que al médico particular y el otro 12 por ciento al Instituto de Salud (ver gráfica No. 14).

EDUCACIÓN

Gráfica 15.- ¿Cuál fue el último año o grado aprobado en la escuela?

GRADO ESCOLAR

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	KINDER O PREESCOLAR	1	2.0	2.0	2.0
	NINGUNO	2	4.0	4.0	6.0
	PREPARATORIA	8	16.0	16.0	22.0
	PRIMARIA	21	42.0	42.0	64.0
	SECUNDARIA	15	30.0	30.0	94.0
	SECUNDARIA TÉCNICA	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

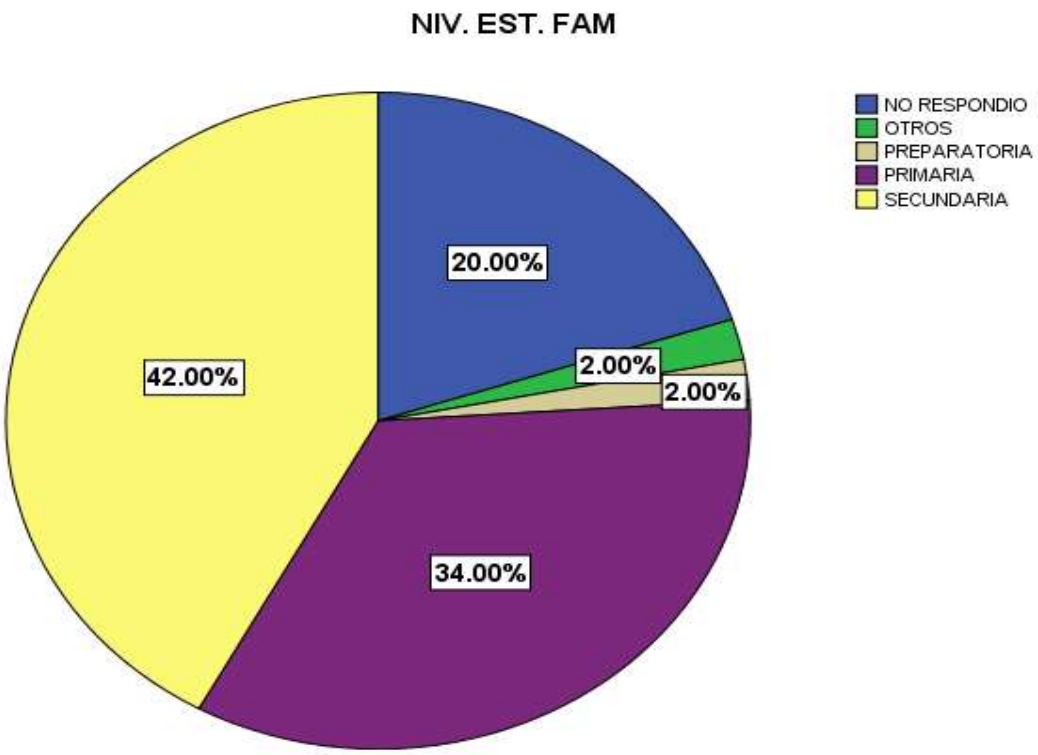


Cuál fue el último año de estudios realizado, el 42 por ciento comentó que la primaria, el 30% por ciento la secundaria, el 16 por ciento la preparatoria, el 6 por ciento secundaria técnica, el 4 ningún estudio y un 2 por ciento preescolar (ver gráfica No. 15).

Gráfica 16. ¿Cuál es el nivel de estudios de su familia?

NIVEL DE ESTUDIOS FAMILIARES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO RESPONDIO	10	20.0	20.0	20.0
	OTROS	1	2.0	2.0	22.0
	PREPARATORIA	1	2.0	2.0	24.0
	PRIMARIA	17	34.0	34.0	58.0
	SECUNDARIA	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



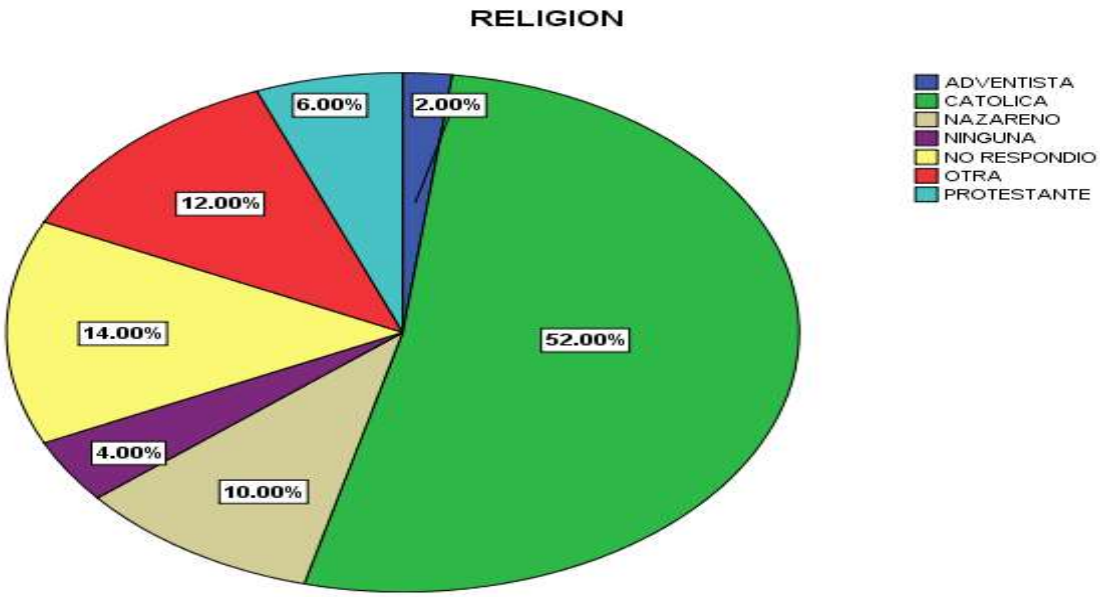
El nivel de estudios de los familiares de las propietarias, un 42 por ciento contestó, que secundaria, un 34 por ciento primaria, un 29 por ciento no respondió, un 2 por ciento preparatoria, y el 2 por ciento restante otros (ver gráfica No. 16).

CULTURA

Gráfica 17.- ¿Qué religión practica?

RELIGION

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ADVENTISTA	1	2.0	2.0	2.0
	CATOLICA	26	52.0	52.0	54.0
	NAZARENO	5	10.0	10.0	64.0
	NINGUNA	2	4.0	4.0	68.0
	NO RESPONDIO	7	14.0	14.0	82.0
	OTRA	6	12.0	12.0	94.0
	PROTESTANTE	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	



En cuanto a la religión que profesan las encuestadas, un 52 por ciento informó que son católicas, un 14 por ciento no respondió, un 12 por ciento otras religiones, el 10 por ciento nazareno, el 6 por ciento protestante, el 4 por ciento ninguna religión y el 2 por ciento adventista (ver No, 17).

CONCLUSIONES

LA ORGANIZACIÓN

La venta y distribución de pescados y mariscos está formada por mujeres principalmente, estas personas son reacias y carecen de interés por involucrarse y asociarse con otras propietarias, y asociarse con ellas; las organizaciones son básicamente empresas familiares. Entre ellas no hay una organización formalmente constituida, ya sea como una cooperativa o cualquier otra figura jurídica.

Se recomienda que estos grupos sociales puedan agruparse en sociedades cooperativas de producción rural, de acuerdo con la Ley General de Sociedades Cooperativas (nueva ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de agosto de 1994, texto vigente, última reforma publicada DOF 13-08.2009), lo que les permitirían a estas cooperativas organizarse para:

a) Mejorar el poder negociador

b) Reducir costos

c) Expandir oportunidades de mercado nuevas o ya existentes

d) Mejorar la calidad de los productos y servicios y,

e) Aumentar los ingresos

Además, esta representatividad de que el sector productivo de distribución y ventas de pescados y mariscos sea reconocido por el gobierno como parte de la economía y por lo tanto, quede incluido en las políticas públicas.

La organización en grupos sociales claramente establecidos, les dará en primera instancia, accesos a apoyos por parte de las instituciones públicas y privadas, con el objetivo de mejorar las condiciones tecnológicas, higiene y capacitación así como para mejorar las condiciones en los procesos de distribución, ventas y comercialización.

Un factor que no ha permitido la asociación, es la idea de evitar los pagos de impuestos, por lo que no existe ningún documento oficial acerca de estas actividades comerciales.

De acuerdo con lo señalado en este diagnóstico, las propietarias de estos negocios utilizan una tecnología deficiente, aunada a esto la falta de servicios y la falta de recursos no permiten modernizar y hacer más eficiente sus procesos comerciales. La falta de organización impide contar con apoyos para financiamiento, capacitación y mejora de la infraestructura.

Se recomienda que las propietarias organizadas gestionen apoyos de asesoría y capacitación ante instituciones educativas públicas y privadas en temas de suma importancia como es la salud e higiene así como en temas de negocios, procesamiento de los productos, ventas, administración y mercadotecnia.

ADMINISTRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Es preciso que se mejore el perfil de las propietarias de estos negocios y así como las de sus familiares, con el objeto de suscitar medidas que mejoren las condiciones en que se realiza el trabajo cotidiano; principalmente en la gestión empresarial de estas micro-empresas; tanto en aspectos de comercialización y mercadotecnia, así como en materia de inversión.

Es necesario modernizar estas empresas para tener una visión de mejora no solo al corto y mediano plazo, también a largo plazo. Implementar un plan estratégico de mercadotecnia puede ayudar.

Utilizar la diversificación, como forma de incrementar el valor agregado, generar y desarrollar innovaciones, con ayuda de investigadores. La vinculación con las instituciones de educación superior del Estado de Chiapas, en materia de negocios, permitirían un amplio desarrollo de estos negocios, que de ser implementadas, para mejorar las condiciones de trabajo, administrativas y comerciales.

Para atender la problemática de las propietarias del negocio de distribución y venta de pescados y mariscos, deben ser tomados en cuenta los aspectos sociales como educación, salud, culturales y socioeconómicos, además de la sustentabilidad, ya que estos se encuentran interrelacionados unos con otros.

Es necesario promover la inversión así como la sustentabilidad en este negocio, educando a las propietarias sobre temas de sustentabilidad, como pudo verse en el análisis, dentro de las normas de pesca, ellas no respetan las vedas, ya sea por ignorancia o por cuestión económica, ya que compran pescado todo el tiempo; hay que suscitar el interés para las políticas públicas de corte económico, sociales y de salud, principalmente, que permita el acceso a apoyos institucionales.

Es forzoso lograr el desarrollo sustentable en la distribución y venta de pescados y mariscos, que permita preservar el ecosistema, aumentar los ingresos de las propietarias y mejorar las condiciones de vida de sus familiares y comunidades.

REFERENCIAS

- Bretón, D. & E. López (1989). Ciencias Sociales y desarrollo de las pesquerías, en "Modelos y Métodos aplicados al caso de México", colección Divulgación, México, INAH.
- CEPAL (2013). Enfoque Territorial para el empoderamiento de las mujeres rurales en América Latina y el Caribe. Informe Final. Naciones Unid**as,** Santiago de Chile.
- Cerda, A. (2010). Desarrollo económico con perspectiva de género. Instituto Nacional de las Mujeres INMUJERES. México, D. F.
- Elizundia, C. (2014). Desempeño de nuevos negocios: Perspectiva de género. Universidad Anáhuac, Facultad de Economía y Negocios. Revista de Contaduría y Administración 60. UNAM. México. Pp. 468-485.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO (2012). Orientaciones técnicas de la FAO para la pesca responsable. La ordenación pesquera. Núm. 4, supl. 3, 92 pags., disponible en: www.fao.org/docrep/012/i1146s.pdf consultada el 7 de octubre de 2015.
- Gellida, E., & Moguel, V. (2007). Pesquerías y Pescadores Artesanales de Camarón en el Cordón Estuárico, La Joya y Buenavista, Chiapas. Cuicuilco, volumen 14, número 39, enero-abril, 2007, México.
- Heller, L. (2010). Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos. Santiago de Chile: División de Asuntos de Género. CEPAL.

- Ibarra, L., E. Olivas & E. Casas (2014). Desarrollo Sustentable de la Pesquería de Jaiba en el Estado de Sonora, en "Sustentabilidad y Gestión en las Organizaciones: Perspectivas teóricas e implicaciones prácticas" por Carlos Armando Jacobo Hernández, Sergio Ochoa Jiménez, Emma Vanessa Casas Medina y Erika Olivas Valdés (coordinadores). Instituto Tecnológico de Sonora, Editorial Fontamara
- ISBN 978-607-736-126-8. México.

4. SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS CAFETALERAS CASO: UNIÓN EJIDOS LA SELVA.

Dra. Gabriela Durán Flores
Dra. Ana Gabriela Ramos Morales
Mtro. José Antonio Aguilar Carboney
Dra. María Isabel Pineda Castillejos

RESUMEN

La responsabilidad social y el compromiso con el cultivo, la producción y el consumo de café, es un tema que da mucho de qué hablar, es el sustento para las familias que no cuentan con otros ingresos y esto abarca gran parte de las regiones de Chiapas, aprovechando lo que nos brinda la naturaleza. En 1979 las comunidades indígenas tojolabales y tzeltales de Chiapas, dedicadas al cultivo del café, decidieron unirse para fortalecer su organización comunal y por ello fundaron la Unión Ejidos de la Selva, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los productores de café chiapanecos, asegurando un suministro responsable y sostenible. Es una organización social autónoma integrada actualmente por 707 socios de comunidades indígenas de las etnias Tojolabal y Tzeltal ubicadas las regiones Sierra, Los Altos y Selva Fronteriza en el estado de Chiapas, proporcionando a los integrantes mediante procesos de capacitación técnica plantas de café más productivas y resistentes a enfermedades.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad Social, capacitación, cafetales, autoempleo, compromiso.

DELIMITACIÓN ESPACIAL:

Lugar y/o localidad: comunidades indígenas tojolabales y tzeltales, Chiapas.

Municipio de la Cruzada: comunidades indígenas de las etnias Tojolabal y Tzeltal ubicadas las regiones Sierra, Los Altos y Selva Fronteriza en el estado de Chiapas.

Contextualizar en donde se desarrollará el Proyecto: Oficinas del grupo "Unión ejidos de la selva".

ANTECEDENTES

Las regiones cafetaleras se concentran en cuatro zonas: las vertientes del Golfo de México y del Océano Pacífico, la zona Centro-Norte y la del Soconusco en Chiapas, en el sureste mexicano, que en conjunto abarcan 398 municipios en los 12 estados productores. Las especies de arbusto del cafeto que se cultivan en el país son dos: la arábiga, árabe o arábica y la robusta o canéphora.

Aproximadamente el 98% de los cafetos son variedades arábigas como la Bourbón, Caturra, Maragogipe (o Márago), Mundo Novo, Garnica y Typica; siendo esta última la que predominaba en México hasta hace poco; sin embargo, actualmente se le está remplazando por variedades de porte bajo y mayor producción como la Catimor y Catuai. Cada variedad posee diferencias de calidad, volumen producido, rendimiento, resistencia a las plagas y a las enfermedades, aroma, acidez, etc. En Chiapas Soconusco se cultiva Robusta y Arábica, y en Región de los Altos de Chiapas sólo se cultiva Arábica.

Durante la segunda mitad del siglo XX aumentó la preocupación dentro de las diferentes disciplinas de las ciencias sociales e incluso, de las ciencias naturales, respecto de las consecuencias del desarrollo económico en un mundo cada vez más interrelacionado. La principal característica se observa en el cuestionamiento basado fundamentalmente en el desarrollo económico de las sociedades que aspiran a lograr un estado de bienestar.

Hablar de sustentabilidad suena muy difícil, pero no lo es. Es un concepto que, durante mucho tiempo, se ha tratado de explicar en diferentes ramas de la ciencia, como la sociología, la antropología, la biología, la agronomía, y hasta la economía.

Tiene sus raíces en una conferencia de las Naciones Unidas sobre el medio ambiente, donde se habló de los recursos naturales como necesarios para el desarrollo humano. El objetivo de esta conferencia fue iniciar proyectos para utilizar otras maneras de producción de alimentos y poder disminuir los problemas ambientales, haciendo un uso incorrecto en las zonas de producción agrícola.

Para 1987, la Comisión del Medio Ambiente de la ONU escribió el documento titulado Nuestro futuro común, concluyendo que debemos cambiar la forma de vida si no queremos llegar a un tiempo de sufrimiento, escasez de alimentos y pérdidas de selvas y bosques. En otras palabras, satisfacer nuestras necesidades sin poner en riesgo al planeta, haciendo que las generaciones futuras (nuestros hijos o nietos) puedan satisfacer sus propias necesidades.

La producción en el campo tiene un gran impacto en los recursos naturales, principalmente en los países pobres, donde los productores no tienen una cultura en la producción de cultivos; es por eso que, ahora, los países ricos se preocupan por el medio ambiente y realizan pláticas sobre conservación y producción.

PROBLEMA

Nuestro estado como nuestro país en general se ha visto afectado en los sistemas de producción, el campo cada vez produce menos aunado a que la población existe mayores apoyos para la producción, sin embargo muchos de esos apoyos o recursos recibidos a través de programas estatales y/o federales realmente no llegan a su destino final ósea al campo, en el trayecto se pierden en los intereses individuales de los productores, o necesidades familiares o peor aún en vicios arraigados a la pobreza, nuestro objeto de estudio es la producción de café que en nuestra región causa un efecto en el medio ambiente y en la sociedad durante el proceso de producción que afecta directamente a la tierra disminuyendo la calidad del producto. Sin embargo no podemos culpar únicamente a las personas de las zonas de producción que en muchas ocasiones son poblaciones pobres ya que a veces es con el único sustento económico con el que cuentan para mantener a su familia y utilizan el recurso recibido para ello y no para mejorar su producción, el principal objetivo es dejar el menor impacto ambiental para las generaciones futuras, mientras se creen valores que podamos compartir con la sociedad, haciendo un uso correcto en las zonas de producción agrícola.

REFERENTE ACADEMICO

Los principales fundamentos teóricos de esta investigación están directamente enfocados a los contenidos temáticos de la Carrera de Licenciados en Administración; en las asignaturas de:

- Desarrollo sostenible, Sociedad Actual, Naturaleza y Sociedad.
- Fundamentos de Administración, Estructuras Administrativas, Dirección de Personal.
- Recursos humanos y Liderazgo.

METAS

- Realizar juntas periódicas que abarquen el 100% del periodo en la delimitación temporal.
- Atención y trato directo con los integrantes “Unión Ejidos de la Selva”.
- Generar conciencia y responsabilidad entre los integrantes del grupo.
- Generar una base de datos de necesidades para poder plantear estrategias que ayuden a los diferentes grupos en la comercialización de sus productos tanto, regional, estatal y nacional.
- Identificar fortalezas y debilidades del grupo “Unión Ejidos de la Selva”.

ESTRATEGIAS

- Realizar un cronograma de actividades, programando un correcto manejo de tiempos.
- Diseño de actividades teórico-prácticas y sesiones de asesorías con los integrantes del grupo.
- Involucramiento de temas de sustentabilidad y responsabilidad social que permitan la concientización de los productores.

- Constante verificación y control de los procesos de visitas por parte de los Docentes participantes en el proyecto.

- Propagar la cultura agrícola en regiones productores de café, comenzando con el grupo "Unión Ejidos de la Selva".

OBJETIVO GENERAL

El objetivo es satisfacer las necesidades de los actuales productores, sin comprometer las de las futuras generaciones. Ampliando nuestros programas de asistencia técnica para los agricultores, proporcionando asesoramiento sobre la responsabilidad social en las prácticas de cultivo y post-cosecha.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Aplicar a través de los estudiantes los diferentes contenidos temáticos de las asignaturas de la Licenciatura en Administración.

- Atender las necesidades de desarrollo laboral y personal de los integrantes del grupo, reconociendo el trabajo de la Universidad con su medio ambiente.

- Incrementar el número de proyectos comunitarios centrados en la educación, la salud pública y la sustentabilidad.

- Vinculación del grupo "Unión Ejidos de la Selva" través de alianzas con instituciones públicas y privadas en la región.

EJE TRANSVERSAL

Esta investigación tiene como propósito el apoyo mutuo entre alumnos y profesores que estarán detrás del proyecto y el grupo "Unión Ejidos de la Selva" generando así el sentido de trabajo en equipo, responsabilidad y confianza en el trabajo expuesto, al mismo tiempo se le dará la oportunidad con compromiso de aportar conocimientos, experiencias y prácticas que den mantenimiento al equilibrio de las relaciones de los seres humanos con el medio, logrando un desarrollo regional creando conciencia con la cultivación del café, sin dañar la dinámica del medio ambiente.

BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Se busca optimizar la cadena de suministros de café, mejorar la productividad y los ingresos de los cafeticultores, y proteger el medio ambiente, reuniendo, en un solo proyecto, todos los compromisos de la agrupación relacionados con agricultura, producción y consumo de café.

PRODUCTOS FINALES

Académico.- Proyecto de investigación donde se conforman Tesis de Titulación.

Social.- Impulso a alcanzar la sustentabilidad y concientización de los integrantes "Unión Ejidos de la Selva" de Chiapas.

Productivo.- El desarrollo regional y la responsabilidad en las comunidades relacionadas al grupo "Unión Ejidos de la Selva".

DESCRIPCION DE ACCIONES

- Identificación de la organización.
- Invitación a los integrantes a participar en el proyecto.

- Diseño de estrategias de aprendizaje dirigidas.
- Aplicar asesorías y capacitación dirigidas.
- Desarrollo de contenidos temáticos relacionados con la principal problemática detectada.
- Impartición de manera puntual de los elementos teórico-prácticos para el desarrollo de una investigación científica.
- Plan de acción (cronograma) estableciendo responsables de actividad.

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	ABR	MAY	JUN	AGO	SEP	OCT
Identificación de organización	**XX**					
Diseño de estrategias de aprendizaje dirigidas.	**XX**	**XX**				
Elaboración del plan de acción (cronograma) estableciendo responsables de actividad.			**XX**			
Desarrollo de contenidos temáticos relacionados con la principal problemática detectada.				**XX**	**XX**	XX
Aplicación de manera puntual de los elementos teórico-prácticos para el desarrollo de una investigación científica.				XX	XX	XX

RESULTADOS

- Concientización de siembra, como aprovechar los espacios de plantación cafetalera bajo la sombre de plantíos de platanares.
- Platica de los beneficios acerca de la siembre de café en el traspatio del hogar, para verificar el crecimiento adecuado, sin plagas y evitar el uso de fertilizantes siendo de esta manera responsables con el ambiente.

- Vinculación universidad, dependencias de gobierno y productores.
- Propuesta de un manual de organización para la asociación "Unión Ejidos de la Selva".
- Por medio del INSTITUTO DEL CAFÉ EN CHIAPAS se obtuvieron programas que se llevan a cabo a base de cursos de capacitación a productores de café, los temas que se tratan en estos cursos son:
    - ✓ Control y manejo integrado de la roya del café
    - ✓ Establecimiento de semilleros y separación de viveros de café
    - ✓ Renovación de cafetales y manejo agronómico de las plantaciones
    - ✓ Nutrición vegetal y fertilización del café
    - ✓ Manejo y conservación de suelos

CONCLUSIÓN

Después de haber realizado el proyecto se confirma la gran necesidad que existe en ciertos sectores de la sociedad, uno de ellos el grupo "Unión Ejidos de la Selva" de las etnias Tojolabal y Tzeltal del estado de Chiapas. Trabajadores locales dispuestos a adquirir nuevas habilidades y mayores ingresos, tomando esto como un incentivo para el desarrollo de proveedores locales y empresarios, de esta manera elevando los estándares ambientales.

Es importante saber que en los países pobres o del tercer mundo, no queda más opción que subsistir con los recursos que sean posibles, la mentalidad de los integrante de un hogar no es que el medio ambiente se conserve o se vea bonito, sino la de sobrevivir, poder ofrecerles a sus hijos techo, alimentación y si es posible educación de nivel básico.

Con las familias del grupo "Unión Ejidos de la Selva" de la región de Chiapas a través de este proyecto se logró hacer conciencia de lo significativo que es cambiar la forma en los sistemas de producción y de vida si es que no queremos llegar a un tiempo de sufrimiento, escasez de alimentos y pérdidas de selvas, bosques, medios diversos de subsistencia a través de convertir los sistemas productivos en empresas socialmente responsables.

BIBLIOGRAFIA

- Franklin, F. E. B. (2007). Organización de empresas. México. McGraw Hill. 2ª. Edición.
- Poza, E.J. (2011). Empresas familiares. México. Cengage Learning. 3ra. Edición
- Munch, G. L. (2009). Fundamentos de Administración. México. Trillas, 8va. Edición.
- Hernández, X. A. (2007). Pymes (Pequeña y medianas empresas). México. ISEF, 1ra. Edición.
- Bohlander, G. y Snell, S. (2008). Administration de recursos humanos. México. Cengage Learning, 14va. Edición.

5. EFECTOS FINANCIEROS EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS FAMILIARES AL MODIFICARSE EL SISTEMA DE TRIBUTACIÓN A PARTIR DEL EJERCICIO 2014

Dra. Alma Leslie León Ayala
Mtra. Sara Jocelyn Bello Mendoza
Dra. Adriana Mazariegos Sánchez
Mtro. Emilio Esquinca Argüello

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar los efectos financieros que tendrán los micros negocios de abarrotes familiares al realizar el cambio de tributación, de Régimen de Pequeños Contribuyentes a Régimen de Incorporación fiscal. Po lo tanto, se identificó cuáles son los factores que producirán estos efectos financieros en el micro negocio de abarrotes, y como repercutirán en éstas, ya sea de manera positiva o negativa. Mientras el gobierno mexicano está justificando los beneficios del cambio de Régimen de Tributación, al argumentar que podrán emitir facturas electrónicas, con lo cual conllevaría a tener más y mejores créditos, así como, ser proveedores de empresas más grandes y ofrecer servicios adicionales a sus clientes. Por otro lado, los empresarios de los micros negocios se encuentran en hermetismo derivado del cambio de tributación fiscal al no conocer que nuevas obligaciones y controles tiene que hacer en su micro negocio para cumplir en tiempo y forma con sus impuestos. De esta manera, con el presente trabajo, se ven beneficiados los dueños de micro negocios de abarrotes, al conocer de qué manera les vas a repercutir el nuevo cambio de tributación fiscal, ya sea en pro o contra del negocio.

INTRODUCCIÓN

La empresa es el ente donde se crea riqueza. Permite que se pongan en operación recursos organizacionales (humanos, materiales, financieros, técnicos) para transformar insumos en bienes o servicios terminados, con base en los objetivos fijados por la Dirección General.

Se considera a las empresas de todo tipo (industrial, comercial, de servicios) y tamaño (micro, pequeña, mediana) como factores fundamentales para el desarrollo económico y social de una nación. Por consiguiente, no cabe duda de que las empresas desempeñan o pueden desempeñar diversas funciones en nuestra sociedad, las cuales son las siguientes:

A. Responder a las demandas concretas de los consumidores
B. Crear nuevos productos (bienes o servicios)
C. Generar empleos
D. Contribuir al crecimiento económico
E. Reforzar la productividad

En toda empresa existe una serie de componentes indispensables que atienden a su objetivo general. Es obvio que, con el fin de hacer el mejor trabajo posible en el menor tiempo, con un mínimo de esfuerzo y al más bajo costo, cada componente debe utilizarse con la máxima eficiencia. Los componentes básicos de una empresa son: personal, materiales, sistemas y equipo (Rodriguez V. J., 2010).

Microempresa

Es una unidad de negocio del sector industrial, comercial o de servicios, que se caracteriza por tener entre 0-10 empleados y un rango de ventas anuales de hasta $4(millones de pesos).

Algunas características generales que comparten las microempresas son:

- Su organización es de tipo familiar.
- El dueño es quien proporciona el capital.
- Es dirigida y organizada por el propio dueño.
- Generalmente su administración es empírica.
- El mercado que domina y abastece es pequeño, ya sea local o cuando mucho regional.

- Su número de trabajadores es muy bajo y muchas veces está integrado por los propios familiares del dueño.

Ventajas de las microempresas:

- Sus necesidades de capital son mínimas, por lo que pueden iniciar y desarrollar un negocio.
- Un empresario posee totalmente el capital de la empresa, lo cual le permite una dirección y conducción centralizada de la misma.
- La organización de la empresa puede cambiar con facilidad cuando se observen cambios en el mercado.
- Por su tamaño los procedimientos administrativos también pueden cambiar y adaptarse a las circunstancias.
- Dan una mejor atención al cliente, la cual muchas veces es personalizada al mismo tiempo, no se requiere de mucho papeleo y las funciones y servicios no están burocratizados.
- Tienen facilidad para establecerse en diversas regiones del país, con lo cual contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.

Desventajas de las microempresas:

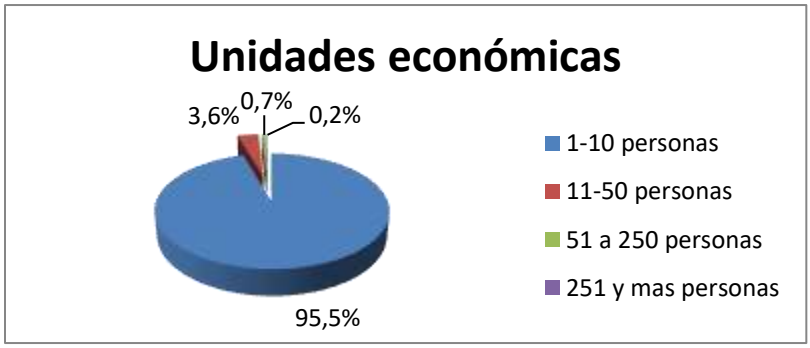
- Obtienen ganancias muy bajas por lo reducido de sus operaciones.
- Su funcionamiento se adapta a las condiciones del mercado, faltándoles iniciativa y mayor audacia en todos los planos de sus actividades.
- Se encuentran rezagadas en términos comparativos con las demás empresas, tanto en la esfera productiva como en la tecnología y administrativa.
- Su administración es empírica y generalmente la lleva a cabo el dueño de la empresa, lo que acarrea muchas fallas e ineficiencia en el proceso productivo.
- No pueden absorber otras empresas, lo que les ayudaría a ser más competitivos, por el contrario, son absorbidas por empresas mayores.
- Se centran en sus propias actividades y se desvinculan de los centros de investigación y desarrollo tecnológico, con lo cual se siguen rezagando.
- Por su propio tamaño enfrentan problemas de diversa índole, tanto de financiamiento como de recursos humanos e incluso de construcción de las plantas y de transporte. (Silvestre, 2004).

El análisis de las causas del surgimiento de la microempresa lleva a demostrar que es el resultado de la profunda crisis económica y política que abruma a México desde las dos últimas décadas, más que tener un origen en el espíritu emprendedor. Las microempresas son auténticos eslabones de la producción, debido a que generan la mayor cantidad de empleos y son las que más exportan. En los países en proceso de desarrollo, la microempresa es la organización más popular.

La microempresa tiene orígenes muy remotos y muchas de ellas empezaron como talleres artesanales, otras como maquiladoras pequeñas y medianas empresas. En la década pasada las políticas económicas (industrialización) fueron contraproducentes, ya que la promoción de las exportaciones y la sustitución de las importaciones solo favorecieron a las medianas y grandes empresas, con lo que se generó desempleo y endeudamiento del sector privado y, por lo tanto, del país. Frente a este panorama, la proliferación de microempresas genero una gran ventaja, dio una salida benéfica a la crisis económica en lugar de repercutir en el desempleo con una crisis social mayor. El ingenio y la dedicación de muchos mexicanos les permitieron abatir su difícil situación con la creación de microempresas.

Como se puede observar en las siguientes gráficas, se constata que la mayoría de unidades de negocio que existen en la república Mexicana son micronegocios, además, con lo que respecta al personal ocupado total, de igual manera, corresponde al estrato de micro empresa quienes generan más empleos, por lo tanto, a través de estas graficas puedo asegurar que las empresas micro representan una parte medular de la economía del país.

Gráfica 1.- Industrias manufactureras, comercio y servicios. Unidades económicas según estrato.



Fuente: Elaboración propia con base a (INEGI, 2009)

DISCUSIÓN TEÓRICA

Régimen de pequeños contribuyentes

El Régimen de Pequeños Contribuyentes tuvo en sus orígenes en la Ley del Impuesto sobre la Renta para el ejercicio fiscal de 1998, cuyo objetivo según su exposición de motivos era incorporar a la mayoría de los vendedores que operaban en menor escala y de los cuales muchos estaban en el sector informal de la economía (prodecon, 2013).

¿Cómo inscribirte en el régimen de pequeños contribuyentes?

Después de abrir o iniciar el negocio, se tiene un mes para darse de alta en el Registro Federal de Contribuyentes, por lo que el trámite correspondiente se debe presentar en los Módulos de Atención del SAT que correspondan al domicilio del negocio, con la siguiente documentación:

- Formulario de Registro R-1 y anexo 6, (por duplicado).
- Documentación en original y copia:
- Acta de nacimiento o constancia de la Clave Única de Registro de Población (CURP).
- Tratándose de mexicanos por naturalización, carta de naturalización.
- Para los extranjeros, documento migratorio vigente con la debida autorización para realizar los actos o actividades que manifiesten en su formato R-1.
- Comprobante de domicilio fiscal
- Identificación oficial

Requisitos de régimen de pequeños contribuyentes

- Ser persona física
- Realizar actividades empresariales
- Vender los bienes o prestar los servicios únicamente al público en general
- Haber tenido ingresos en el año anterior de hasta $2’000,000.00 por estas actividades
- Ingresar a régimen de pequeños contribuyentes es opcional, es decir, si sus ingresos no exceden los $2’000,000.00, podrán elegir la opción de tributar en este régimen (Los impuestos, 2013).

¿Quiénes pueden estar en el régimen de pequeños contribuyentes?

Las personas físicas que realicen actividades empresariales, que únicamente enajenen bienes o presten servicios, al público en general, siempre que los ingresos propios de su actividad empresarial y los obtenidos en el año del calendario anterior, no hubieran excedido de la cantidad de $2, 000,000.00.

Exención de obligaciones del régimen de pequeños contribuyentes

- El régimen de pequeños contribuyentes no factura y tampoco presenta declaración anual.
- No registra sus ingresos
- No hay separación de coeficientes de valor agregado
- Declaración informativa anual
- No está obligado a Expedir notas de venta en operaciones por montos menores de $100.00 (Los impuestos, 2013)

Régimen de Incorporación Fiscal

¿Quiénes pueden tributar en el Régimen de Incorporación?

Los contribuyentes personas físicas que realicen únicamente actividades empresariales, que enajenen bienes o presten servicios por los que no se requiera para su realización título profesional, podrán optar por pagar el impuesto sobre la renta en los términos establecidos en esta Sección, siempre que los ingresos propios de su actividad empresarial obtenidos en el ejercicio inmediato anterior, no hubieran excedido de la cantidad de dos millones de pesos.

Quedarán excluidos de este régimen

I. Los socios, accionistas o integrantes de personas morales o cuando sean partes relacionadas en los términos del artículo 90 de esta Ley, o cuando exista vinculación en términos del citado artículo con personas que hubieran tributado en los términos de esta Sección.

II. Los contribuyentes que realicen actividades relacionadas con bienes raíces, capitales inmobiliarios, negocios inmobiliarios o actividades financieras, salvo tratándose de aquéllos que únicamente obtengan ingresos por la realización de actos de promoción o demostración

personalizada a clientes personas físicas para la compra venta de casas habitación o vivienda, y dichos clientes también sean personas físicas que no realicen actos de construcción, desarrollo, remodelación, mejora o venta de las casas habitación o vivienda.

III. Las personas físicas que obtengan ingresos a que se refiere este Capítulo por concepto de comisión, mediación, agencia, representación, correduría, consignación y distribución, salvo tratándose de aquellas personas que perciban ingresos por conceptos de mediación o comisión y estos no excedan del 30% de sus ingresos totales. Las retenciones que las personas morales les realicen por la prestación de este servicio, se consideran pagos definitivos para esta Sección.

IV. Las personas físicas que obtengan ingresos a que se refiere este Capítulo por concepto de espectáculos públicos y franquiciatarios.

V. Los contribuyentes que realicen actividades a través de fideicomisos o asociación en participación.

¿Cuánto tiempo se puede estar en el RIF?

En este régimen solamente se puede tributar 10 años. Una vez concluido dicho periodo, se deberá tributar conforme al régimen de personas físicas con actividades empresariales y profesionales.

¿Qué impuestos se pagará en el Régimen de Incorporación Fiscal?

- Impuesto sobre la Renta (ISR)
- Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Impuesto Especial de Producción y Servicio (IEPS)

Obligaciones

Los contribuyentes que opten tributar bajo el RIF, tendrán las siguientes obligaciones:

- Solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- Expedir comprobantes fiscales mediante el servicio de generación gratuita de factura electrónica que se encuentra en la página del SAT y entregarlos a sus clientes, y sólo conservarlos cuando no se haya emitido un comprobante fiscal por la operación.

- Registrar en los medios o sistemas electrónicos los ingresos, egresos, inversiones y deducciones del ejercicio correspondiente; lo cual constituye una forma simplificada de llevar contabilidad.
- Efectuar el pago de las erogaciones relativas a sus compras e inversiones, cuyo importe sea superior a $2,000.00 (Dos mil pesos 00/100 MN.), mediante cheque, tarjeta de crédito, débito o de servicios. Los contribuyentes se librarán de esta obligación, cuando las erogaciones se efectúen en poblaciones o en zonas rurales que no cuenten con servicios financieros.
- Presentar, a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago, declaraciones bimestrales en las que se determinará y pagará el ISR, los pagos bimestrales tendrán el carácter de definitivos.
- Realizar retenciones por concepto de pago de salarios a sus trabajadores y su entero del ISR se realizara conjuntamente con la citada declaración bimestral.
- Presentar declaraciones informativas bimestrales de las operaciones con sus proveedores.
- Pagar PTU a sus trabajadores.

Contabilidad y Declaraciones

La contabilidad de los contribuyentes del RIF, estará conformada por los ingresos obtenidos, erogaciones realizadas, incluyendo inversiones y deducciones del ejercicio, dicha contabilidad deberá registrarse a través de la página de internet del SAT, de conformidad con las reglas de carácter general que emita el SAT.

La declaración del impuesto será a través de la misma página de internet de manera bimestral en la que se deberán asentar los ingresos, erogaciones, deducciones y proporcionar la información de las operaciones con sus proveedores en el bimestre inmediato anterior.

La declaración se encontrará pre llenada con la información de ingresos y gastos realizados por el contribuyente, dando la opción en todo momento para realizar correcciones o agregar la información que no hubiere sido considerada.

En este sentido la Resolución Miscelánea Fiscal (RMF) para 2014, publicada el 30 de diciembre de 2013 en el Diario Oficial de la Federación (DOF), dispone en su regla I.2.8.2., que quienes tributen en el RIF mediante el uso de su RFC y contraseña, podrán ingresar al "Sistema de Registro Fiscal" disponible en la página de internet del SAT, en el que capturarán sus ingresos y gastos, teniendo la opción de emitir comprobantes fiscales, consultar la información ingresada e integrar y presentar su declaración.

En razón de que el pago bimestral será definitivo, no es necesaria la declaración anual.

¿Cómo facturarán las personas del Régimen de Incorporación Fiscal?

Los contribuyentes del Régimen de Incorporación Fiscal tendrán la obligación de emitir CFDI. Sin embargo, tendrán algunas facilidades en los casos de ventas al público en general.

Si eres parte del Régimen de Incorporación Fiscal y efectúas ventas al público en general, podrás seguir usando las notas de venta o tickets. Pero, a final del día o de la semana, o del mes, tendrás que realizar un registro global, a través del Sistema de Registro Fiscal de Facturación Global, por lo cual, evitarías darle un CFDI a cada cliente.

Pagarán PTU

Los RIF que tengan empleados registrados tendrán la obligación de pagar la PTU anual, y la utilidad a considerar en la determinación de la base del reparto de utilidades será igual a la sumatoria de las utilidades bimestrales de todo el año.

Retención salarial

Los patrones efectuarán la retención de manera bimestral y no se hará retención a las personas que en el mes únicamente perciban un salario mínimo general correspondiente al área geográfica del contribuyente.

CUERPO PRINCIPAL

Planteamiento del problema

Hoy en día, derivado de los cambios por parte de la reforma hacendaria, se establecieron cambios en el régimen de tributación dentro de los esquemas que se venían manejando, y uno de esos cambios objeto de estudio en este presente trabajo de investigación, es el cambio de régimen de pequeños contribuyentes al regímenes de incorporación fiscal, enfocándonos exclusivamente en el giro de abarrotes, el cual producirá efectos financieros que no estaban acostumbrados a tener los propietarios de dichos establecimientos.

Generalmente los propietarios de microempresas familiares de abarrotes son personas que van al día, es decir, las pequeñas ganancias que tienen de su negocio, les sirve para alimentarse y cubrir los principales gastos que requiere su familia. Por lo tanto, al haber cambios en este régimen de tributación, tendrán que adaptarse al nuevo sistema de tributación para poder seguir con su negocio, lo que conllevaría a mayores gastos y por consíguete menor utilidad. Considerando que deberán llevar registros y controles más estrictos de su unidad de negocio, y todo de manera electrónica, hace aún más complejo su aprendizaje, debido a que se ha observado que la mayoría de personas dueñas de microempresas de abarrotes, son de edad avanzada o personas con bajo nivel escolar, por lo que les costaría un poco de trabajo adaptarse a estos nuevos cambios y cumplir con la obligación de pagar sus respectivos impuestos. Por otro lado, el gobierno de la República Mexicana alega que los cambios en el régimen de tributación tendrán repercusiones positivas, debido a que podrán emitir facturas, ser proveedores de empresas más grandes y acceder a créditos con mejores condiciones. Consiguiente de lo anterior, el principal motivo de este trabajo de investigación será analizar si los efectos financieros serán positivos o negativos en las microempresas del sector abarrotes.

Objetivo general

Analizar los efectos financieros del cambio de tributación, de Régimen de Pequeños Contribuyentes al Régimen de Incorporación Fiscal, en el giro de abarrotes familiares, en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Objetivos específicos

- Analizar las obligaciones fiscales del Régimen de Pequeños contribuyentes en el ejercicio 2013 en la microempresa de abarrotes.
- Analizar las obligaciones fiscales del Régimen de Incorporación Fiscal en el ejercicio 2014 y 2015 en la microempresa de abarrotes.
- Cuáles son los efectos financieros que tendrán los dueños de las microempresas familiares de abarrotes al tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las obligaciones fiscales del Régimen de Pequeños Contribuyentes en el ejercicio 2013 en la microempresa de abarrotes?
- ¿Cuáles son las obligaciones fiscales del Régimen de Incorporación Fiscal en el ejercicio 2014 en la microempresa de abarrotes?
- ¿Cuáles son los efectos financieros que tendrán los dueños de las microempresas de abarrotes al tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal?

Método seleccionado

El método que se utilizó para la presente investigación, es el método cualitativo debido a que se determinó una muestra de nuestro universo de estudio, se hicieron descripciones y observaciones. Como nos enfocamos al Régimen de Incorporación Fiscal, nuestro objetivo principal fue, investigar cuáles son los efectos financieros que tienen los dueños de las microempresas de abarrotes al tributar en el Régimen de Incorporación Fiscal.

Estrategia metodológica utilizada

- Se analizaron las obligaciones fiscales del Régimen de Pequeños Contribuyentes en el ejercicio 2013 y las obligaciones fiscales del Régimen de Incorporación Fiscal en el ejercicio 2014 y 2015.
-

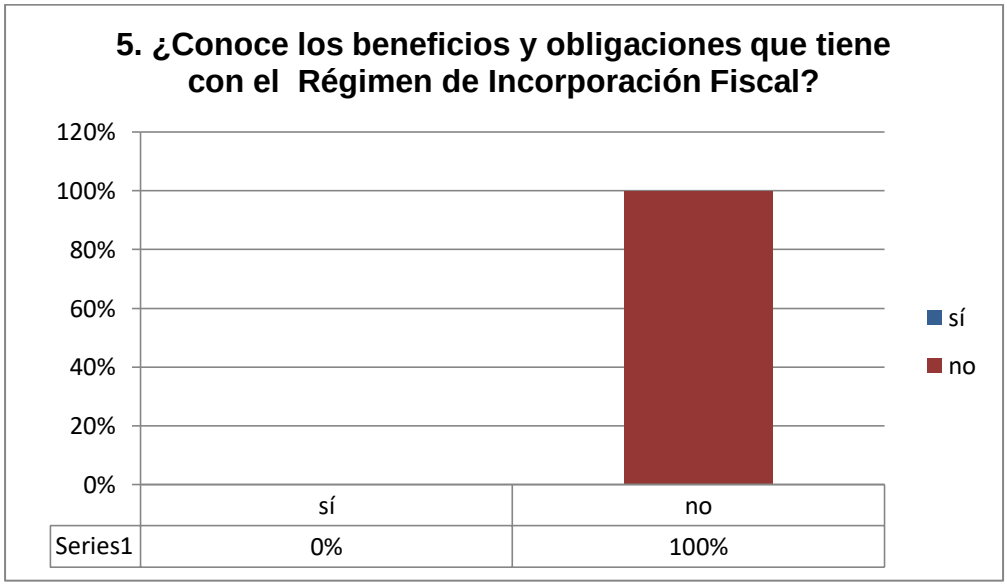
Se consultó información en libros de texto, periódicos, folletos, revistas y páginas web relacionadas con el tema de investigación.

- Se estableció el universo de estudio, para que posteriormente se determinara una muestra.
- Se determinó la muestra las cuales son microempresas familiares del sector de abarrotes.
- Se aplicó cuestionario a los microempresarios del sector de abarrotes.
- Se interpretaron y analizaron los resultados obtenidos para determinar cuáles son los efectos financieros que tienen las microempresas del sector abarrotes en el Régimen de Incorporación Fiscal.

DISCUSIÓN TÉORICA DE LOS RESULTADOS

A continuación se presentan algunos de los resultados de la investigación de manera particular, de cada una de las preguntas del cuestionario que se aplicó a 40 propietarios de tiendas de abarrotes familiares en el Municipio de Tapachula, Chiapas.

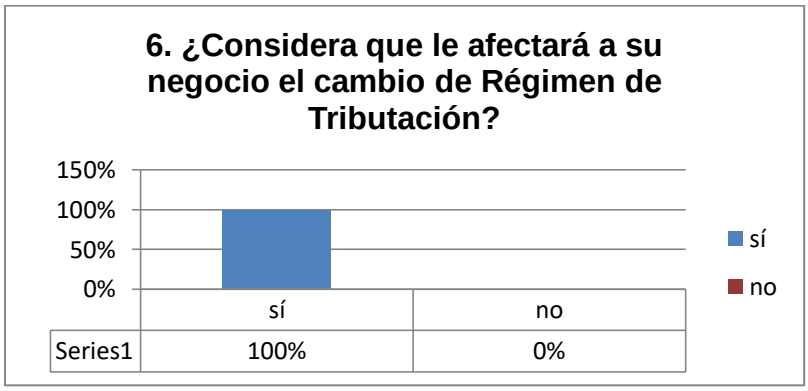
Gráfica 2.- Análisis gráfico de la pregunta 5



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de la muestra mencionó que no conoce los beneficios y obligaciones que tiene con el nuevo Régimen de Incorporación Fiscal.

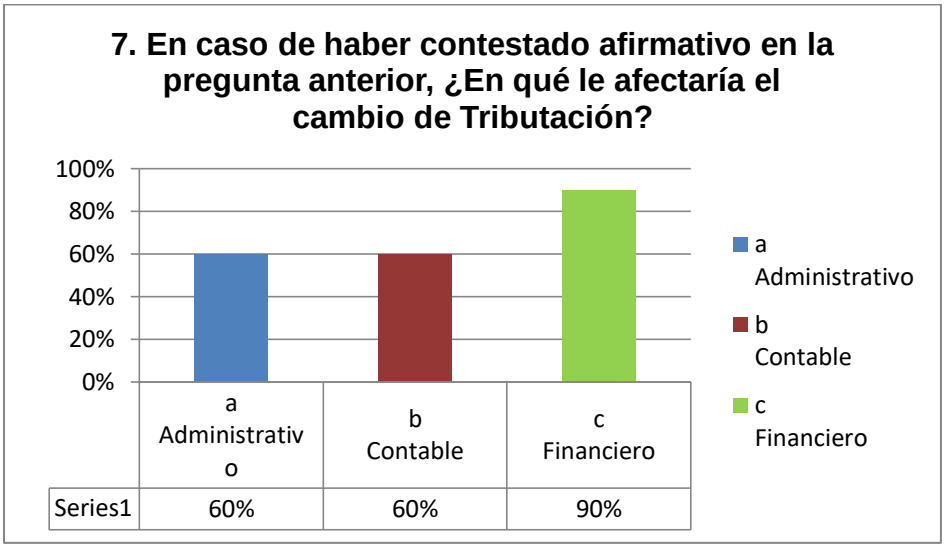
Gráfica 3.- Análisis gráfico de la pregunta 6



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de Muestra dijo que le afectará a su negocio el cambio de Régimen de Tributación.

Gráfica 4- Análisis gráfico de la pregunta 7



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos el 90% de la muestra mencionó que el cambio de Tributación le afectaría financieramente. Por otro lado, un 60% considera que le afectará administrativamente. De igual manera, un 60% opina afectaciones en el área contable. Tenemos que mencionar que en esta pregunta, los microempresarios decidieron elegir más de una respuesta.

Conclusiones

En los resultados preliminares, se puede observar que la gran mayoría de abarroteros pagaba entre $60.00 y $230.00 de impuestos bimestralmente, con lo cual, se analiza que es un pago considerable, tomando en cuenta que las ventas mensuales hicieron hincapié en el rango de $2,000.00 a $10,000.00 mensuales, es decir, sus ventas al mes son bajas. Así también, el 100% de los empresarios a los cuales se les aplicó el instrumento de medición, menciono que no tiene conocimiento de los beneficios y obligaciones que tiene con el Régimen de Incorporación Fiscal. Además, considera que no le traerá ningún beneficio para su negocio el cambio de tributación, sino todo lo contrario. De igual manera, contestaron que el rubro financiero será la parte más afectado de su negocio, seguido, con una igualdad en porcentaje, la parte contable y administrativa. Y por último, su expectativa de que pagaran más impuestos al haberse realizado dicho cambio de Tributación, es alta, repercutiendo en la disminución de sus ganancias, según el cuestionario aplicado.

Recomendaciones

Consideramos que se debería optar por regresar al pago de la cuota fija bimestral, exclusivamente en el giro de microempresas de abarrotes, debido a que hay una mayor facilidad para el cumplimiento de sus obligaciones por parte de los propietarios. Además, su rango de ventas según los cuestionarios aplicados son bajos, ya que la gran mayoría de los empresarios a los cuales se aplicó el instrumento, dijo que sus ventas no pasan de $10,000.00 mensuales, considerando que de sus ventas tienen que disminuir el costo de las mercancías, y además, sobre las ganancias que obtienen, tiene que pagar luz, agua, alimentos, gastos personales e impuestos.

Otra opción seria, capacitar de manera personal a cada propietario de microempresa de abarrotes, empezando con un curso básico de computación, debido a que la mayoría de la muestra que se aplicó cuestionario comentó que no sabía utilizar la computadora. Es decir, que un personal capacitado del SAT vaya personalmente a impartir asesoría y capacitación a cada microempresa de abarrotes, o en su defecto, que cada propietario de tienda de abarrotes vaya a las oficinas del SAT, para que lo capaciten de manera personal y no grupal, como lo vienen haciendo. Aunado a todo esto, les entreguen un manual simplificado que les sirva de guía en el cumplimiento de sus derechos y obligaciones. Comentamos lo anterior, debido a que varios de los comerciantes dijo que

ya habían acudido al curso que ofrece el SAT sobre el Régimen de Incorporación Fiscal, y lo vieron de una manera compleja, mencionando que no entendieron absolutamente a nada del curso, lo único que concluyeron fue que era necesario contratar los servicios de un contador, para poder cumplir con el pago de sus impuestos, lo que conllevaría a más gastos, el cual, repercutiría en sus ganancias, optando mejor por el cierre del negocio.

Bibliografía

- Longenecker, J., Moore, C., & Petty, W. (2001). *Administración de pequeñas empresas* (Onceava edición ed.). (A. Deras, Trad.) México: Thomson Learning.
- Rodriguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (Sexta edición ed.). México: Cengage Learning, Inc.
- Silvestre, M. M. (2004). *Economia y la empresa* (Segunda edicion ed.). México, Distrito federal: McGraw-Hill Interamericana.
- Abud, R., & Gonzalez, L. A. (Abril de 2009). *FUNDES.* Recuperado el 31 de Marzo de 2014, de http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/549459888.pdf
- Arguello, F. (Febrero de 2014). *Instituto Mexicano de Contadores Publicos.* Recuperado el 4 de Abril de 2014, de http://imcp.org.mx/wp-content/uploads/2014/02/Fisco-febrero-2014-03.pdf
- Camara de Diputados. (25 de Mayo de 2012). *Camara de Diputados.* Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf
- Camara de Diputados. (11 de Diciembre de 2013). *Camara de Diputados.* Recuperado el 1 de Abril de 2014, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LISR.pdf
- Cámara de Diputados. (11 de Diciembre de 2013). *Cámara de Diputados.* Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/77.pdf
- Cámara de Diputados. (11 de Diciembre de 2013). *Cámara de Diputados.* Recuperado el 10 de Abril de 2014, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/78.pdf
- Cámara de Diputados. (14 de Marzo de 2014). *Cámara de Diputados.* Recuperado el 3 de Abril de 2014, de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8.pdf

- Cemefi. (1 de Octube de 2007). *Cemefi.* Recuperado el 3 de Abril de 2014, de http://www.cemefi.org/Disposiciones-Fiscales/ley-del-impuesto-empresarial-a-tasa-unica-ietu.html
- De León, I. I., Cruz, A., Laffit, A. L., Sosa, N., & Vega, M. O. (2014). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.* Recuperado el 30 de Marzo de 2014, de http://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e4.html
- Diario Oficial de la Federación. (30 de Junio de 2009). *Diario Oficial de la Federación*. Obtenido de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009
- Diario Oficial de la Federación. (2012). *Diario Oficial de la Federación.* Obtenido de http://www.pwc.com/mx/es/publicaciones-fiscales/leyfed2013update/LIVA2013.pdf
- Diario Oficial de la Federacion. (26 de Diciembre de 2013). *Diario Oficial de la Federacion.* Recuperado el 4 de Abril de 2014, de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328028&fecha=26/12/2013
- Diario Oficial de la Federación. (13 de Marzo de 2014). *Diario Oficial de la Federación.* Recuperado el 4 de Abril de 2014, de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5336743&fecha=13/03/2014
- Gobierno del Estado de Chiapas . (25 de Marzo de 2014). *Gobierno del Estado de Chiapas* . Obtenido de http://chiapas.gob.mx/conoce-tapachula
- INEGI. (2009). *INEGI.* Recuperado el 24 de Marzo de 2014, de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf
- Longenecker, J., Moore, C., & Petty, W. (2001). *Administración de pequeñas empresas* (Onceava edición ed.). (A. Deras, Trad.) México: Thomson Learning.
- Los impuestos. (19 de Junio de 2013). *Los impuestos.* Recuperado el 28 de Marzo de 2014, de http://losimpuestos.com.mx/repecos-2013/
- Los impuestos. (26 de Marzo de 2014). *Los impuestos*. Recuperado el 27 de Marzo de 2014, de http://losimpuestos.com.mx/regimen-de-incorporacion-fiscal/

- prodecon. (Diciembre de 2013). *prodecon.* Recuperado el 5 de Abril de 2014, de http://prodecon.gob.mx/estudios_tecnicos/index.html
- Rodriguez, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (Sexta edición ed.). México: Cengage Learning, Inc.
- Rodriguez, V. J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas.* Mexico: Learning Editores.
- SAT. (13 de Marzo de 2014). *SAT.* Recuperado el 4 de Abril de 2014, de http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/normatividad/Paginas/resolucion_miscelanea_fiscal_2014.aspx
- Silvestre, M. M. (2004). *Economia y la empresa* (Segunda edicion ed.). México, Distrito federal: McGraw-Hill Interamericana.
- Wikipedia. (26 de Marzo de 2014). *wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Chiapas
- Wikipedia. (26 de Marzo de 2014). *Wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Tapachula

6. ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL VINO ARTESANAL DE ZARZAMORA EN UNA EMPRESA FAMILIAR

Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez
Dra. Magali Mafud Toledo
Dr. Marcos Salvador Rodríguez Núñez
Dr. José Radamed Vidal Alegría

Resumen

Actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas tienen que enfrentarse a los diferentes fenómenos económicos con un mayor o menor grado de afectación, por un lado la globalización económica mundial y por el otro la unificación que los países más desarrollados tienen a niveles de tecnología, producción e información ponen en riesgo a este tipo de empresas de países en vías de desarrollo que basan su economía en mano de obra poco calificada y exportación de materias primas. Para que las empresas de menor tamaño permanezcan en el mercado están obligadas a innovar, a fomentar una cultura corporativa y generar estrategias que les permita ser competitivas. En el caso de la micro empresa familiar que por más de 10 años se ha dedicado al cultivo, producción y comercialización de la zarzamora, así también, a la producción y comercialización del vino de zarzamora no ha logrado posicionarse en el mercado provocado en gran medida a la falta de una planeación estratégica que le permita conocer el entorno y establecer estrategias para alcanzar los objetivos, por lo que se hace necesario conocer la situación actual a través del análisis FODA para generar estrategias viables debido a que la planeación estratégica nos permite conocer el proceso de determinar los objetivos de una organización, las políticas y estrategias que gobernaran la adquisición, uso y disposición de los recursos para realizar esos objetivos

Introducción

El estado de Chiapas es potencialmente uno de los estados más ricos de México, por un lado concentra una parte considerable de los recursos naturales del país, y por el otro tiene condiciones extremadamente ventajosas, como el clima y la geografía, debido a ello debemos empezar a generar proyectos que impacten de manera positiva al desarrollo socioeconómico de la entidad.

En la actualidad existen diferentes tipos de frutas que se utilizan para la elaboración del vino, unos de sabor exótico, otros dulce, y también hay de sabores extraños, nuestro estado cuenta con municipios aptos para la producción de ciertas clases de frutas como lo es la zarzamora, el cual es una fruta que debe ser cultivado en lugares de baja temperatura ya que esta fruta tolera hasta los -7°c del invierno, es por eso que el municipio de Coapilla Chiapas es uno de los lugares adecuados para el cultivo de esta fruta.

Palabras clave: empresa familiar, plan estratégico, comercialización.

Empezaremos entendiendo el concepto de empresas familiares debido fundamentalmente a la complejidad del término familia en una época donde los cambios son día a día. Gallo (2009) establece que el esfuerzo por cambiar los conceptos tradicionales de matrimonio y familia y la alteración en los valores que hasta ahora eran considerados como patrimonio común de la humanidad y que ha sido calificado por el historiador Orlandis (2008:58) está conduciendo a la crisis de la institución familiar y, de su mano a graves problemas para la normal continuidad dela empresa familia.

En la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum, Juan Corona. Director Académico del Instituto de Empresa Familiar en España determina que después de mucho tiempo se dispone por fin de una definición oficial de Empresa Familiar aprobada por las dos principales instituciones internacionales representantes de la misma. Dicha definición fue aprobada en Bruselas por el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y en Milán por el Board del FBN el 7 de abril del 2008. La definición es la siguiente:

Una compañía, tenga el tamaño que tenga, es empresa familiar si:

1. La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía; o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijo(s) o herederos directos del hijo(s).
2. La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta.
3. Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
4. A las compañías cotizadas se les aplica la definición de empresa familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que da derecho el capital social.

Urey (2008:16) la define como aquella cuyos propietarios trabajan en el negocio y tienen clara la intencionalidad de que la misma pase a manos de las siguientes generaciones en condiciones saludables, creándose un fuerte compromiso afectivo con el éxito del negocio y la unidad de la familia.

Rodríguez (2002:54) define a la empresa familiar como "Aquella en que los dueños y los que la operan toman decisiones estratégicas y operativas, son miembros de una o varias familias".
Por lo que una empresa familiar la podemos definir como aquella organización cuyo capital accionario pertenece en su mayoría a una familia.

Una vez comprendido el concepto de empresa familiar es importante determinar el plan estratégico.

Sainz (2010:29) lo define como el plan maestro en el que la dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado en referencia a lo que hará en los 3 próximos años para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos.

Para Martínez y Milla (2005) es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado.

Toda organización independientemente de su tamaño requiere de planes estratégicos para conocer su situación actual y la proyección que podrá tener para alcanzar su posicionamiento.

Hablar de comercialización es analizar todo un proceso donde el comprador es la parte final, sin embargo no es solo la transacción sino se tiene que determinar el proceso de compra y venta para conocer el impacto que tendrá en el mercado.

Kotler (2001) define a la comercialización como la introducción del nuevo producto al mercado, que se enfrentara a costos más elevados. Puesto que la compañía que lanza al mercado un producto nuevo debe decidir primero cual es el momento oportuno para la introducción, después la compañía debe decidir donde lanzar el nuevo producto, en un solo lugar, en una región, en el mercado nacional o en el internacional.

Con lo anterior podemos concluir que la comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios.

Para comercializar se deben tomar decisiones importantes entre ellas si se debe lanzar un producto en una región o varias regiones, para ello se debe conocer el mercado potencial al cual va dirigido. El introducir un nuevo producto obliga a las empresas a instrumentar un plan de acción que permita la máxima satisfacción del cliente.

La empresa MORAS DE MI CORAZON ubicada en el municipio de Coapilla Chiapas nace en el año de 1995 por la iniciativa del propietario don Virgilio, agricultor y dueño de unas tierras, en las cuales producía zarzamoras que solo utilizaba para consumo personal, después de un tiempo se dio cuenta de que las plantas se reproducían rápidamente, poco a poco incrementaron sus plantas y cultivó suficientes frutas como para empezar a vender, las moras congeladas fueron las primeras en salir a la venta, Coapilla es un lugar donde casi la producción de moras no es muy común, así que venderlas ahí fue muy buena opción, posteriormente don Virgilio no quería solo cultivar y vender moras si no hacer productos hechos con la fruta, así que empezó a elaborar la mermelada casera la cual fue mejorando bajo experiencia, esta mermelada ha logrado el éxito esperado ya que actualmente se vende a soriana como producto Chiapas y al DIF estatal, actualmente elabora el

vino de zarzamora en forma casera pero pretende invertir en maquinaria para elaborar vinos de alta calidad ya que ese es el principal objetivo de la empresa. Los productos que oferta actualmente son:

Zarzamoras congeladas: estas se ofrecen en cajas de plástico de unos 15x15 cm, son moras frescas las cuales conservan congeladas para una mayor duración de la fruta, son cortadas de la planta, lavadas y posteriormente puestas en el recipiente, se congelan y están a la venta al público en el momento que las necesiten, las utilizan en licuados, para cócteles, postres, o incluso para comerlas solas y disfrutar el agradable sabor por las que se caracterizan.

Mermelada de zarzamora: esta mermelada llamada Rey Virgilio mermelada de zarzamora es caracterizada por su sabor inigualable, es envasada en vidrio en un recipiente de alta calidad muy adecuado para el producto que contiene, actualmente está mermelada es la que utilizan para los desayunos escolares aportados por el DIF estatal.

Vino de zarzamora: Este vino es nuevo, es envasado en una botella de cristal la cual es adecuada para el producto, el vino de zarzamora se caracteriza por no llevar alcohol, la fruta es fermentada la cual suelta su propio licor que le da un sabor inigualable, para lograr esto es necesario varios procesos el cual aportan calidad al producto.

En relación a la fuerza de trabajo empleada se considera de vital importancia la mano de obra familiar para evitar costos elevados en el mantenimiento de las plantaciones y para el desarrollo de cada una de las actividades de manejo las plantaciones, por lo que con estas actividades se pretende dar empleo a los miembros de la familias inmersas en el cultivo o la contratación de mano de obra de la misma localidad. Los métodos de producción se considera la utilización de productos orgánicos para evitar la contaminación; en la actualidad, el cultivo se está trabajando de manera tradicional (sin uso de pesticidas), la tecnología empleada es tradicional, por lo que cuentan con un cronograma de actividades, que describe paso a paso las actividades a realizar en tiempo y forma. Para la obtención de productos de calidad se contempla la realización de una serie de actividades, tales como: Poda, fertilización, control de la Maleza. La maquinaria que se considera necesaria para la producción de zarzamora consta de una Bomba Aspersor para las fumigaciones para el

control fitosanitario, así como la aplicación de fertilizantes foliares, para el mantenimiento de las plantaciones, que se encuentran en proceso de producción, de igual forma el equipo con que se trabajara serán las tradicionales, tales como machetes, tijeras para podar entre otras de fácil adquisición.

La época de cosecha de la zarzamora en la región se registra en los meses de junio, julio y agosto, acentuándose la mayor producción en los meses de julio y agosto la zarzamora alcanza su madurez cuando alcanza un color morado obscuro y eso indica que esta lista para cortarse, alcanza su maduración en un lapso de tres meses cada zarza producirá desde 5 hasta 9 kilos de zarzamoras más o menos.

La investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, ya que se examina el problema que tiene la empresa, dedicada a la producción y comercialización del vino de zarzamora y además se describe cada uno de sus elementos.

La hipótesis que se propone es "La implementación del Plan Estratégico de comercialización por parte de la empresa Moras de mi Corazón ubicada en Coapilla Chiapas, permitirá que tengan el conocimiento adecuado para que se pueda aumentar la participación en el mercado para lograr con ello una mayor competitividad".

El objeto de estudio es la empresa "Moras de mi corazón", la cual se dedica a la producción y comercialización del vino de zarzamora, ubicada en la calle central, barrio San Isidro dentro del municipio de Coapilla Chiapas; la empresa cuenta con 30 trabajadores eventuales y permanentes por lo que no se hace necesario sacar una muestra

Las técnicas que utilizadas son la observación, el análisis FODA, cuestionarios y entrevistas, por lo que la investigación es de tipo cuantitativo y cualitativo. Una vez analizado e interpretado los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos de investigación se detecta que se debe invertir más en maquinaria sofisticada y con esto obtener una mayor producción, logrando con esto que la empresa pueda satisfacer las necesidades de los clientes, así también mejorar la comercialización con el objetivo de tener mayor participación en el mercado.

Análisis FODA

FORTALEZAS	F1Calidad de la materia prima utilizada. F2 Calidad del producto. F3 Conocimiento y experiencia de los procesos que desarrolla. F4 Suficiente abasto de la materia prima. F5 Uso racional de los recursos. F6Adecuada localización de la empresa. F7 Infraestructura adecuada para la aplicación de nueva tecnología. F8 Clientes satisfechos. F9 Bajo costo de mano de obra F10 Se aprovecha al 100% toda la materia prima.
OPORTUNIDADES	O1 Mejorar su proceso de transformación. O2 Acceso a tecnología apropiada. O3 Programas de Gobierno para ayuda a la Mipymes. O4 Es la única empresa dedicada a la producción del vino de zarzamora. O5 Utilizar tecnología avanzada para mejorar la calidad de producción.
DEBILIDADES	D1 Falta de maquinaria adecuada. D2 Proceso productivo rudimentario. D3 Plan estratégico inadecuado. D4 Falta de publicidad.

	D5 La presentación del producto no es la adecuada. D6 Maneja una administración empírica
AMENAZAS	A1 Riesgo de plagas. A2Que se formen nuevas empresas con el mismo giro. A3 Riesgo de perder la cosecha de moras por helada. A4 Incremento de los costos de los insumos de producción.

Basados en lo anterior se propone el siguiente Plan estratégico de comercialización del vino artesanal de zarzamora para la empresa "moras de mi corazón" ubicada en el municipio de Coapilla Chiapas.

Misión

Ser una empresa altamente competitiva dedicada al cultivo y producción de la zarzamora, ubicada en el mejor lugar para el cultivo de esta fruta, brindando a nuestros clientes satisfacción y fidelidad, a través de nuestros productos elaborados artesanalmente los cual responderán siempre a las necesidades de los consumidores y serán valorados e identificados por su calidad altamente consistente, su diversidad y su naturalidad.

Visión

Que en el año 2018 la empresa "moras de mi corazón" se posicione en forma sostenible entre las más destacadas del estado; dándose a conocer como la única empresa dedicada a la elaboración del vino artesanal elaborado a partir de la fruta de zarzamora, enfocada en la calidad de la gestión y valorada por sus colaboradores por promover el desarrollo personal, profesional y regional.

Situación actual de la empresa:

La comercialización del producto, utilizando la misma marca y precio, ha descubierto una demanda bastante buena y con tendencia creciente, pero no se han obtenido los mejores resultados por la falta de un plan estratégico de comercialización, Por lo tanto, se ha decidido formalizar la idea, creando una empresa con una línea de productos que puedan satisfacer diferentes gustos y preferencia para el vino artesanal de zarzamora.

Metas generales:

- Alcanzar un 50% del mercado potencial y hacer de este el 30% nuestro mercado real.
- Elaborar una campaña en pro al consumo de productos chiapanecos.
- Ofrecer un servicio al cliente excepcional y comprometido.
- Innovar procesos de producción que ayuden al medio ambiente y se basen en productos 100% artesanales.

Objetivo general:

Presentar nuevas tendencias en la producción de vino a partir de la fruta de zarzamora elaborada artesanalmente.

Objetivos específicos:

- Posicionarse como la primera opción de los clientes a la hora de consumir vino.
- Ganar una parte significativa del mercado chiapaneco que consume vinos extranjeros.
- Elaborar un producto que cumpla con los requerimientos mínimos de un vino haciendo uso de frutas diferentes a la uva.
- Buscar la estandarización de los productos, que permita mejorar la calidad de estos.

Descripción general del producto

Funcionalidades básicas

El vino es una bebida alcohólica que se produce a partir de la fruta, mediante la fermentación alcohólica de su zumo, dicha fermentación se logra a través de la acción de las levaduras que transformarán los azúcares de la fruta en alcohol etílico y anhídrido carbónico.

Insumos para presentación del producto:

- Botellas
- Corchos
- Etiqueta (1 por cada botella)
- Sello de Garantía
- Cajas de Cartón (para estibar 12 botellas)

Análisis de mercado

La segmentación del público a atender es definida con base a criterios de Gustos y Preferencias de las personas, para ello se utilizará el término "Consumidor Gourmet", que se define en base a las siguientes clasificaciones.

Mercado Meta

El principal consumidor del producto son las personas conocedoras del buen vino y que desean algo diferente al momento de degustar una bebida sola o como acompañante de sus alimentos.

Mercado Adyacente

Identificado como las personas que comparten la degustación del vino como acompañante de sus alimentos y/o postres, pero que no son muy conocedores de los criterios esenciales que un buen vino debe cumplir para conocer su calidad y realizar su cata.

Mercado Potencial

Son todas las personas que no están dentro del mercado objetivo pero que ocasionalmente podrían adquirir el producto ya sea en ocasiones especiales o por el placer de probar algo nuevo.

Descripción del mercado

Cerca de 78% de la población mexicana arriba de los 15 años de edad consume cerveza, 21% consume bebidas destiladas, 1% consume vino, y el restante otro tipo de bebidas.

Ventaja competitiva

El vino "Mi corazón" crea una ventaja competitiva única llena de beneficios., tiene características que le permitirán diferenciarse de los productos ofrecidos actualmente en el mercado chiapaneco, entre ellas se encuentran:

- Es un producto con identidad chiapaneca.
- Elaborado a partir de una fruta propia de la región y cultivada por agricultores chiapanecos.
- Posee una marca propia con la cual el consumidor nacional puede identificarse.
- Posee un sabor totalmente diferente a los ofrecidos por los competidores en el mercado nacional.
- Será promocionado con degustaciones y rifas en diferentes lugares como Supermercados, Restaurantes y Hoteles.

Estrategias operativas

Estrategias de marketing y ventas

Producto

Es un vino Artesanal elaborado a partir de una fruta tropical propia de la región y cultivada por agricultores chiapanecos.

Estrategia: Lanzar al mercado chiapaneco una línea de Vinos de un diferente sabor propio de una de las mejores frutas de la región, la zarzamora.

Objetivo: Satisfacer los gustos de los consumidores que buscan nuevas experiencias de sabor al momento de catar y degustar un buen vino.

Tácticas

- Lanzar al mercado nacional, una línea de productos (Vino) de un sabor diferente a los ofrecidos actualmente en nuestro país.
- Utilizar una viñeta atractiva que comunique las bondades propias del producto.

La viñeta posee la marca *"Mi corazón"* con la cual quiere posicionarse al producto como algo propio, 100% chiapaneco.

En el fondo se observa una rama con frutos y flores de zarzamora, el cual evoca la procedencia de la fruta a partir de la cual se ha elaborado el producto.

Se utilizan colores llamativos, como el color de la fruta de las cuales procede el producto, estos dan un toque elegante y a su vez artesanal.

Precio

Es un factor importante al momento de llamar la atención del consumidor, para el establecimiento de esté, por lo tanto se han considerado aspectos como:

- Ciclo de Vida del Producto
- Precios de la Competencia
- Calidad que respaldará al producto por medio de su precio.
- Costos que implican la realización y distribución del Vino.

Estrategia: Estrategia de Paridad

Objetivo: Posicionar el Vino "Mi corazón" como un producto competitivo y de calidad a través de la fijación de su precio.

Tácticas: Establecer un precio que pueda ser aceptado por el consumidor y que a la vez respalde la calidad del producto.

Plaza

Se pretende llegar al lugar donde el consumidor pueda conocer y adquirir nuestro producto, para ello se han considerado los patrones de conducta del cliente potencial y real, por lo que se concluye

que el consumidor chiapaneco de vinos, realiza sus compras en las grandes cadenas de supermercados y tiendas especializadas, además en restaurantes y hoteles.

Estrategia: Colocar el producto en los lugares donde el consumidor chiapaneco realiza sus compras.

Distribución Selectiva

Se utilizarán pocos canales de distribución para la comercialización del vino debido a que la empresa está iniciando operaciones y no se cuenta con los recursos financieros necesarios para satisfacer una alta demanda.

Objetivo: Colocar el producto en el lugar donde el consumidor lo pueda adquirir.

Tácticas:

- Distribuir el Vino en los lugares donde nuestro consumidor realiza sus compras, entre los puntos a utilizar se encuentran: supermercados, restaurantes, hoteles, bares.
- Utilizar Internet (página web de la empresa, perfil en redes sociales) como medios a través de los cuales el consumidor pueda adquirir el producto en cualquier momento

Distribución

La distribución y consumo del Vino es por su naturaleza la de un bien de lujo, que se da mayoritariamente en los municipios principales del estado y en menor medida en los pueblos.

Considerando que la extensión del estado es pequeña se puede decir que la cadena de distribución es corta de la fábrica al distribuidor y de este al consumidor

Promoción

Debido a que la empresa, la marca “Mi corazón” y el producto son nuevos es preciso realizar inversiones que lleguen justo al consumidor que ha sido identificado como mercado objetivo, para ello se promocionará al producto utilizando los medios y lugares de su preferencia.

Estrategia: Persuadir al consumidor nacional a comprar Vino de la marca “Mi corazón”

Objetivo: Dar a conocer la empresa, la marca y el producto.

Tácticas

- Promover la marca "Mi corazón" en la página Web de la empresa y en las redes sociales, enfatizando el significado de su nombre para darle el valor deseado.
- Realizar degustación del producto en el punto de venta durante los fines de semana de los primeros 2 meses luego de su entrada al mercado, para que el consumidor pueda conocerlo y adquirirlo.
- Participar en Ferias de Productos Artesanales donde se pueda promocionar el producto a nuevos consumidores.

Posicionamiento

Estrategia: Identidad Nacional.

Objetivo: Posicionar el Vino por medio de un nombre que permita al consumidor identificarlo como producto chiapaneco.

Tácticas

- Utilizar una marca ("Mi corazón") que permita a los chiapanecos asociarla con el sentido de pertenencia.
- Realizar la promoción del producto dando valor agregado al hecho de ser chiapaneco.

Riesgos

Principales Riesgos

Si bien la demanda del Vino en el mercado chiapaneco no es muy grande, no todos los consumidores de este tipo de producto podrían aceptar o reemplazar al producto industrial que cuenta con años de experiencia en el sector vinícola por el nuevo producto artesanal.

Razón por la cual se considera necesario invertir en maquinaria y buscar certificaciones de calidad, que respalden al producto artesanal ante la opinión de consumidores que exigen mucho en relación a lo que buscan en un Vino.

El hecho de fabricar el vino artesanal con fruta de fase estacionaria podría conllevar a que en períodos de escases de está, cuando sus precios se elevan, los costos de fabricación incrementen.

Para ello se considera la idea del almacenaje de la pulpa congelada de la fruta que por sus características lo permiten, sin modificar su sabor o el del vino.

Otra opción es almacenar en barricas vino para garantizar la satisfacción de la posible demanda aun cuando no sea la temporada o estación de la fruta requerida por el consumidor.

Conclusión

La comercialización de los productos es importante para todas las empresas ya que es una actividad que hace que sus productos se posicionen en el mercado y logra que la empresa se dé a conocer. Una empresa que no establece un plan estratégico de comercialización difícilmente podrá llegar al mercado meta. El que la empresa "moras de mi corazón" ponga en práctica el plan le permitirá crecer pero sobre todo posicionarse en el mercado chiapaneco como una de las empresas importantes en su giro.

Referencias

- Gallo M.A. (2009). El futuro de la empresa familiar: De la unidad familiar a la continuidad empresarial. Edit. PROFIT. Barcelona.
- Kotler, p. (2001). Direccion de mercadotecnia.Lima: Prentice Hall.
- Martínez, D. y Milla A. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral. Edit. Díaz de Santos
- Rodríguez, J. (2002), Administración de pequeñas y medianas empresas (5ª. Edición), Colombia: Cengage Learning Editores.
- Sainz J.M. (2010) El plan estratégico en la práctica. Edit. ESIC, España.
- Urey, R. (2008). Padres trabajadores, hijos ricos, nietros pobres. ¿Mito o realidad?. Edit. La hoguera, Bolivia
- Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum http://www.um.es/cef/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=201:definicin-oficial-de-empresa-familiar&catid=20:colaboraciones-sobre-la-ef&Itemid=391 **Consultado** el 6 de noviembre de 2015

7. GESTIÓN "INSTRUMENTO DE MEJORA EMPRESARIAL PARA LA MIPYMES (MICROEMPRESAS)"

Mtro. Díaz Fonseca José Bulmaro
Dr. Sarmiento Martinez Enoch Yamil
Dra. Velasco Estrada Laura De Jesús
Dra. Molina Figueroa Blanca Estela

ABSTRACT
El presente trabajo, nos permitirá conocer la importancia de la gestión en el ámbito de las mipymes y buscar con ello una mejora significativa en este tipo de empresas que tanto bien hacen a la sociedad.

Este trabajo contiene la razón del porque se elige ese tema; definiciones de administración, proceso administrativo, gestión, su importancia y diversos aspectos que permitirán al lector comprender la generosidad que esta herramienta tiene cuando se aplica a cualquier tipo de empresas. De igual manera aborda antecedentes, composición y distribución de las mipymes, así como los sectores productivos y diversos criterios para clasificar este tipo de empresas.

Concluyendo con la propuesta de un modelo dirigido exclusivamente para las mipymes y lograr con ello, se pueda aplicar la gestión en este sector tan débil, pero al mismo tiempo tan fuerte si se logran consolidar y gestionar de manera correcta de tal forma que les permita no solamente subsistir, sino más bien consolidarse en el mercado como entes con visión clara y permanente.

PALABRAS CLAVE: Gestión, Organizaciones, Proceso o Aplicación; Beneficios

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo nos permitirá conocer la importancia que tiene el aplicar la gestión en los negocios, pero sobre todo en empresas que por su capital de inversión consideran que seguramente no deben utilizar dicha herramienta administrativa y en este caso estamos hablando de las mipymes; cuando en realidad el utilizarla las ayudará en mucho, para alcanzar los objetivos planteados y lograr con ello no solo la supervivencia en el medio de los negocios, sino además ser competitivos, es por eso que este trabajo nos muestra lo que es la gestión y lo que son las mipymes, por lo que consideramos será de gran beneficio el poder divulgar dicho estudio y lograr influir en la mente de estos empresarios con gran capacidad emprendedora, pero que seguramente desconocen las bondades del saber gestionar y lo que se puede lograr con una buena gestión.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO.

1.1. MARCO TEÓRICO.

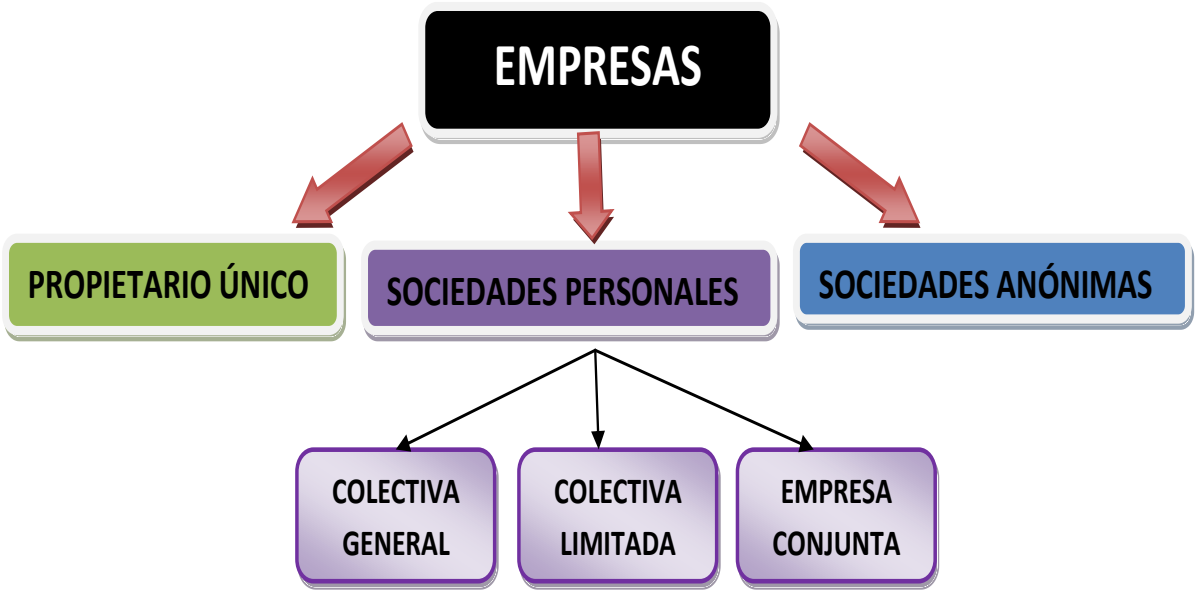
1.1.1. EMPRESA

Una empresa es un conjunto de personas y recursos que generan ingresos vendiendo sus productos a un público determinado; sin embargo hay algo muy importante que no debemos olvidar. La satisfacción del cliente va sobre todas las cosas, y no por reducir gastos excesivamente, dejemos de lado al cliente.

Otro punto importante de recordar es que ningún negocio bueno es eterno, pues siempre habrá personas que trataran de copiar la idea, y es allí donde se genera la competencia entre las empresas y por ende la superación empresarial para ser cada día mejores.

1.1.2. CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS

A continuación se muestra una clasificación de las empresas, de acuerdo a su modo de organización:



1.1.3. COMPETENCIAS ENTRE LAS EMPRESAS

Día a día hay más y mejores empresas ofreciendo mejores servicios, es por eso por lo que se debe de seguir al pie de la letra ese viejo pero tan verdadero dicho, que dice **"EVOLUCIONAR O MORIR".** Si no se evoluciona, la competencia de este mundo globalizado acabará con la empresa, pero si se mantiene a la vanguardia de las exigencias del consumidor, la empresa será competitiva.

Para que una empresa aproveche al máximo las nuevas oportunidades, es necesario que cumpla con los siguientes puntos:

1.- Contar con estructuras a través de las cuales las decisiones que se tomen sean correctas.

2.- Toda empresa que mira al futuro, debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades.

3.- La gestión debe de ser ágil para responder a las condiciones cambiantes del mercado.

Si se puede llevar a cabo estos tres sencillos puntos, la empresa logrará aprovechar al máximo sus recursos y como consecuencia podrá aumentar su competitividad, reduciendo costos y mejorando el servicio.

1.1.4. MARKETING DENTRO DE LAS EMPRESAS

Una buena gestión incluye también el uso del marketing como herramienta de desarrollo y crecimiento de la empresa. El marketing dentro de la gestión, cumple con ciertas funciones, tal y como lo dice el siguiente autor:

Rubio (2006). "Introducción a la gestión empresarial" Nos indica que el marketing cumple con las siguientes funciones dentro de la gestión y que es importante observarlas para alcanzar los objetivos planteados y estas funciones son las siguientes:

1.- Informar a través de las investigaciones de mercado.

2.- Analizar el mercado mediante el estudio de los perfiles de los clientes.

3.- Observar las actividades de las empresas competidoras.

Un punto importante que debemos de tomar en cuenta a la hora de implantar el marketing dentro de la empresa, es no confundir la invención con la innovación, ya que esta última es el desarrollo de nuevas tecnologías y por lo tanto de nuevos productos.

1.1.5. PROCESO DE AUTOEVALUACIÓN DE LAS EMPRESAS.

A continuación describiremos los que nos dice Don Joaquín Rodríguez Valencia con relación a la evaluación de las empresas.

Rodríguez (1997). Sinopsis de Auditoría Administrativa. Toda empresa en general, sea pequeña, mediana o grande, y que pertenezca a cualquier actividad, se encuentra en varias oportunidades a lo largo de su vida con la necesidad de evaluar su situación; ya que el no hacerlo evitará que puedan adaptarse a nuevas situaciones que les impone la realidad. Y no son los periodos de crisis, sino también los de éxito a los que necesariamente tendrán que adaptarse.

Las empresas deben evaluarse y aprender el arte de la gestión para con ello lograr los insumos e instrumentos necesarios que le permitan diversificar sus productos, mejorar su estructura orgánica, reducir costos, etc. y muchas otras razones. Y a través de esto avanzar hacia el logro de sus objetivos y metas fijadas.

Una ventaja que ofrece la gestión empresarial es la autoevaluación de las empresas, esto quiere decir que la empresa tiene la posibilidad de evaluar regularmente su estado de organización.

Los análisis F O D A. (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) proporcionan la información adecuada para evaluar la situación de la empresa en cada momento. Estos estudios permiten a los empresarios identificar todas las áreas funcionales de la empresa en la que existe una situación de normalidad como:

1.- Estructura financiera saneada.

2.- Penetración de nuestros productos en el mercado.

3.- Clima Organizacional adecuado.

Por otro lado, el empresario tiene que identificar y evaluar los puntos débiles de su empresa:

1.- Número de quejas o reclamaciones de los clientes.

2.- Tensiones financieras.

3.- Manipulación y recobro a los deudores.

4.- Deficiencias en investigación y desarrollo, etc.

Si los factores positivos de la gestión son potenciados y los problemas resueltos con eficacia, entonces el empresario podrá evaluar sus posibilidades de crecimiento, tanto en su propio mercado como en otras zonas geográficas.

1.2. ADMINISTRACIÓN, PROCESO ADMINISTRATIVO Y GESTION.

1.2.1. CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN.

Para comprender de una mejor manera, el concepto de administración, a continuación se transcriben algunas definiciones, dentro de las cuales se encuentra la de un mexicano que se ha dedicado a escribir sobre administración.

Reyes (1994), Administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar un organismo social.

Koontz (1994), Administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas.

Stoner (1989), La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización, y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas

1.2.2. CONCEPTOS DE PROCESO ADMINISTRATIVO.

El proceso administrativo es una forma sistémica de hacer las cosas y para entender de una manera correcta este concepto, es importante conocer algunas definiciones de proceso administrativo, y con ello reconocer la importancia que esté tiene dentro de una organización.

Reyes (1994), Nos dice que el proceso administrativo esta compuesto por las etapas de previsión, planeación, organización, integración, dirección y control.

Koontz (1994), Nos dice que el proceso administrativo se compone de las siguientes etapas: Planeación, organización, integración, dirección y control.

Stoner (1989), Nos dice que el proceso administrativo se compone de cuatro etapas y son: Planeación, organización, dirección y control.

1.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL

Concepto

La Gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen también sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas personas hacen las mismas cosas todo el tiempo.

La Gestión Empresarial abarca el ciclo de negocio de la empresa, con un enfoque no solo en el mejoramiento de los métodos de producción, sino también, en la consideración de los recursos

requeridos, la forma de conseguirlos y administrarlos. Además, determina si lo que la empresa produce y vende es realmente lo que necesita el mercado, selecciona los canales de distribución adecuados para hacer llegar los productos al mercado correcto y finalmente establece una realimentación de todo el proceso para lograr un verdadero mejoramiento continuo del negocio.

1.2.4. FUNCIONES DE LA GESTIÓN

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones

1.- Planificación: Se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos

2.- Organización: Donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto

3.- Dirección: Implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, y aumentar la eficiencia del trabajo.

4.- Control: Este podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.

1.2.5. FINALIDADES DE LA GESTIÓN.

Anteriormente la gestión era vista como la función de satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero. Pero en la actualidad ha cambiado esa perspectiva, desde la competencia y la función de la oferta en el mercado.

Se dice que mientras más tecnología exista, más amplio será el campo de la gestión, sin embargo la automatización, la informática, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y las expectativas de la sociedad han puesto en descubierto las carencias que tienen los directivos dentro de las empresas.

1.2.6. HERRAMIENTAS PARA LA GESTION

La gestión, al igual que muchas otras funciones dentro de la empresa, se basa en tres herramientas principales que son:

1.- Plan de negocios

2.- Estructura del negocio

3.- Sistema de Contabilidad

Plan de negocios: Un plan de negocios es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente alcanzar metas determinadas.

Estructura del negocio: La estructura de negocios se refiere directamente a las responsabilidades que le corresponden a cada persona dentro de una empresa y el firme compromiso que éstas deben tener en la consecución de los objetivos planteados.

Sistema de Contabilidad: El uso de la contabilidad dentro de la gestión es muy importante, es por eso que el gestor, deberá tener altos conocimientos de contabilidad, para poder llevar a cabo sus funciones como gestor, entendiendo la importancia que tienen los activos y pasivos dentro de la organización.

1.2.10. BENEFICIOS DE LA GESTIÓN

Toda empresa o negocio solo existe si obtiene beneficios, ya que los beneficios dan a la empresa la oportunidad de crecer y desarrollarse, así pues una empresa que no obtenga beneficios tiene que gestionar perfectamente sus recursos, tanto obtenibles como disponibles para no fracasar.

Es por ello que es importante conocer los distintos beneficios que puede obtener una organización en su accionar correcto mediante una buena gestión.

Beneficio: Es el resultado optimo de una activad empresarial, y este solo puede medirse al finalizar un determinado periodo.

Beneficio: Prueba la capacidad del empresario para lograr sus objetivos.

Beneficio: Actúa como fuerza impulsora de la gestión, estimulando la búsqueda de alcanzar buenos resultados en un medio competitivo, elevando los niveles del marketing, el diseño del producto o su distribución.

1.- Beneficios a la Sociedad.

Una empresa obtendrá más beneficios si su estrategia se basa en innovación, motivación y eficacia, estos beneficios aumentan el valor de la empresa, permite la distribución más equitativa de los

mismos y recompensa a quienes forman parte de ellas, accionistas, directivos, empleados y gobierno.

Los beneficios que la empresa le da al Estado, le permite a este dotar a la sociedad en general de mejores servicios.

2.- Beneficios a los Clientes.

Un empresario tiene la obligación de asegurar que se asimile correctamente la idea del cliente como objetivo, ya que el maltrato que se de al cliente, se considera una falta grave y se pone en evidencia toda la empresa.

La capacidad de crecimiento de una empresa se basa en hasta donde se pueden identificar las necesidades de los clientes y en como sustentarlas, por lo tanto no hay que esperar el arribo del cliente a nuestra empresa, debemos salir a buscarlo de manera activa y con ello generar una satisfacción plena para los mismos, esto se da sin duda mediante una buena gestión empresarial.

MODELO DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA ALCANZAR EL ÉXITO.

CONCLUSIÓNES.

La gestión empresarial es vital para toda empresa. Una buena y correcta gestión empresarial, nos llevara a la grandeza y nos hará crecer no solo como empresarios, sino también como seres humanos, ya que el ser más importante dentro de cualquier organización es el recurso humano.

Llevar a cabo la gestión no es tarea sencilla, se necesita de gran paciencia, ser observador, pero sobretodo una persona especializada en la gestión empresarial, entendiendo que en una empresa involucra tanto en su entorno interno como externo, y cada pequeña parte de la gestión es importante, ya que todas trabajan en conjunto y si alguna de ellas llegase a fallar, la organización tarde o temprano fracasará.

La gestión, no es solo dar órdenes y arreglar superficialmente los problemas que existan dentro de cualquier organización, si no que se debe de cortar de tajo los problemas, arreglar los malentendidos, y administrar los recursos de una manera eficaz y eficiente, que permitan al empresario dueño de la empresa gozar de más y mejores beneficios, que a su vez se traducen en

mejores sueldos para los trabajadores, más y mejores empleos dentro de la empresa y una satisfacción mayor del cliente.

El gestor no solo se enfoca en los problemas que pueda haber dentro de cualquier organización, también se dedica a estudiar al cliente final, que es el que consume el producto o servicio que la empresa ofrece. Es ahí donde radica la importancia del saber ser un buen gestor y conducir a la organización al éxito esperado, razón por la cual existe toda empresa. La gestión es un instrumento maravilloso si lo sabemos usar de manera correcta, ya que nos permitirá alcanzar los objetivos planteados en tiempo y forma, minimizando costos y maximizando utilidades sin afectar la calidad. Si observamos todo lo anterior tendremos dueños, empleados y clientes plenamente satisfechos y dispuestos sobre todo estos últimos a regresar y cuando un cliente regresa es señal de que hacemos bien las cosas.

BIBLIOGRAFIA.

- Rubio Domínguez Pedro, (2006). "Introducción a la gestión empresarial", Ediciónelectrónica, Eumed, España, 311 páginas.
- Rodríguez Valencia, Joaquín (1997). Sinopsis de Auditoría Administrativa. (6ª.Edición). Trillas. México
- Koontz Harold y Heinz Weihrich (1994). Administración una Perspectiva Global (10ª. Edición) Mc Graw Hill. México.
- Reyes Ponce, Agustín (1994). Administración Moderna (2ª. Reimpresión). Limusa. México.
- Stoner James, A. F. y Wankel Charles (1989). Administración. (3a. Edición). Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.
- http://livinglavidapyme.com/2009/07/nueva-clasifiicacion-de-mipymes-en-mexico/.
- www.condusef.gob.mx
- http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/emp/gesempresarial.hm

MESA III

CULTURA, GÉNERO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA FAMILIAR

1. LA IMPORTANCIA CULTURAL DE LA PEQUEÑA ORGANIZACIÓN ARTESANAL EN CHIAPA DE CORZO, CHIAPAS

Dr. Hilario Laguna Caballero.
Dr. Manuel De Jesús Moguel Liévano
Dr. Julio Ismael Camacho Solís
Mtro. Roger Irán Gordillo Rodas

RESUMEN

Toda investigación busca cumplir con las funciones sustantivas de la Universidad Autónoma de Chiapas. **La Docencia** busca generar nuevos conocimientos relacionados con el entorno, principalmente con las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar, como es el caso de los artesanos en esculturas de madera en Chiapa de Corzo. En relación a **la Investigación**, se busca fortalecerla con un tema relacionado con lo sustentable, en el sentido de preservar la cultura con la producción de esculturas en madera, así como mantener su cultura prehispánica, orgullo de los Chiapanecas, incorporando saberes de conocimiento tácito, cuidando preservar el medio ambiente, cumpliendo con los objetivos de desarrollo del milenio. La investigación pretende no ser letra muerta, sino que los actores sociales (escultores), asuman el compromiso social de cumplir con las normas del cuidado de los recursos naturales que cada vez son más escasos. Respecto a **la Extensión,** busca la vinculación entre la Universidad y el sector social artesanal, generando cultura y desarrollo social, siendo motivo de orgullo del Estado y del País, pues las obras que se crean, son de calidad de exportación, demandados por los turistas, principalmente europeos.

Del proyecto desarrollado únicamente se aborda el tema de cultura como parte importante en el quehacer de los escultores de la madera en Chiapa de Corzo, que le dan una identidad propia, permitiéndoles mantenerse en el tiempo con rasgos inalterables, en su modo de trabajo y en sus obras.

Palabras clave: pequeña organización artesanal, producción, cultura, valores.

INTRODUCCION

La investigación se llevó a cabo en el Estado de Chiapas, entidad federativa de gran belleza y riqueza natural, pero que paradójicamente presenta grandes contrastes, donde en algunas latitudes y en determinadas ramas de actividades pareciera que el tiempo no ha pasado y que tienden a mantenerse inalterables, como es el caso de las pequeñas organizaciones de producción artesanal de tipo familiar de Chiapa de Corzo.

Actualmente, el estado de Chiapas, de acuerdo a los datos del INEGI, se divide política y administrativamente en 118 municipios con un total de 19,455 localidades. Tiene una superficie de 73,887 km2; y la población del estado para el año 2010 fue de 4’796,580 habitantes; de los cuales el 32 % son indígenas.

De manera discreta en Chiapa de Corzo, es de llamar la atención que durante muchos años, la pequeña organización artesanal de tipo familiar se ha mantenido vigente, con sus pequeños talleres, ubicados en el propio hogar, la participación de la familia en el quehacer artesanal, con su producción tradicional y una evolución natural en sus obras, que le dan una identidad propia, lo que representa una de las actividades importantes para el Municipio, el Estado y el País.

Este estudio puede contribuir en el rescate de la producción artesanal, dándole la importancia que merece, que sea conocida y valorada; y que a través de los relatos de vida de sus protagonistas, se logre entender la esencia de esta actividad tan importante en este espacio chiapaneco.

El objetivo principal de la investigación se enfoca en la identidad artesanal de la pequeña organización de tipo familiar, mediante las dimensiones: Cultura, Producción, Identidad y Conocimiento y como eje de análisis la Familia; que le permite analizar e interpretar, el modo de producción tradicional con el que han operado y operan hasta nuestros días, siendo muy importante tanto en lo económico como en lo social y cultural en la Entidad.

Toda organización es un producto y reproductora de su cultura, en la que sus miembros comparten elementos que los identifican y que marcan la diferencia con otras organizaciones. Cuando se analiza la cultura de una organización, no solo hace referencia a su aspecto estructural funcionalista, sino que va mas allá, hace referencia a su construcción cultural, comprende su carácter dinámico de elaboración y cambio constante, teniendo la capacidad de recibir, crear y transmitir elementos culturales. O como dijera Geertz(1995) "la cultura se refiere a un conjunto de sistemas de símbolos y significados compartidos en una organización, analizando patrones culturales como sistemas organizados de símbolos, dando sentido a todo aquello que reflejamos en nuestra conducta y que es expresado culturalmente".

En la pequeña organización artesanal de tipo familiar cobra relevancia el aspecto simbólico, pues el quehacer artesanal se ve envuelto en una cosmovisión única en la que se mezclan tradiciones, religión, mitos y leyendas, así como la comunicación que se da de manera simbólica entre el artesano y la madera muerta, que cobra vida –según él – por medio de sus manos.

El estudio de la identidad artesanal, nos permite transitar a través de las teorías de producción que la humanidad ha desarrollado al través del tiempo para su subsistencia así como para su desarrollo. Nos permite analizar los conceptos de creatividad, trabajo, mercado, procesos, entre otros, mismos que en la pequeña organización artesanal de tipo familiar se presentan pero de una manera muy particular, lo cual le da un sello peculiar.

Finalmente el eje de análisis "familia" es un elemento de gran importancia en el estudio, ya que es lo que da sustento a la pequeña organización artesanal en Chiapa de Corzo, es decir, la mayoría de los integrantes de la pequeña organización son familiares, en donde normalmente el padre es el dueño del taller y jefe de la organización, los hijos son los artesanos o aprendices y algunos familiares cercanos, también cumplen esas funciones.

El que la mayoría de los integrantes de la familia participen en la producción artesanal es muy importante para el progreso de la pequeña organización y redunda en beneficios para la familia, por lo que todos de alguna manera velan porque la actividad artesanal sea fructífera; así como fuente de progreso y unidad.

El trabajo se llevó a cabo en cinco pequeñas organizaciones artesanales ubicadas en Chiapa de Corzo, que se dedican a la talla en madera, mismas que son las más importantes en ese ramo.

De acuerdo a las características del objeto de estudio se utilizó el paradigma constructivista, y una estrategia de investigación de tipo cualitativa que contemple las dimensiones de "cultura", "producción", "identidad", "conocimiento" y "familia", a partir de la realidad que se vive en el entorno de las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar, sobre todo el aspecto humano más que instrumental. El paradigma constructivista, considera que la realidad se construye a través de los actores de un contexto social.

MARCO TEORICO

La organización desde la perspectiva actual.

En el tránsito de las organizaciones al través del tiempo, éstas han sufrido una evolución natural pero a la vez con un alto sentido polisémico, mismo que representa un gran desafío para la teoría de la organización como para los estudios organizacionales.

Barnard(1996) define a la organización como "un sistema de actividades o fuerzas conscientemente coordinadas de dos o más personas", enfatizando el papel del individuo, ya que son ellos los que se deben comunicar, ser motivados y toman decisiones. Por su parte Etzioni, con una definición contemporánea, nos explica que "las organizaciones son unidades sociales (o agrupamientos humanos) construidos y reconstruidos de forma deliberada para buscar metas especificas, se

incluyen las corporaciones, ejercito, escuelas, hospitales, iglesias y prisiones. Se excluyen tribus, clases, grupos étnicos y familias."

Para Montaño (2004) la organización puede ser entendida como un punto de encuentro, donde se entrecruzan diversas lógicas de acción-política, cultural, afectiva, racional, etcétera-, múltiples actores que propugnan por diversos proyectos sociales y, por lo tanto, distintas interpretaciones del sentido institucional, reflejando intereses particulares, pero también ilusiones, fantasías y angustias. Es a la vez un lugar donde se negocian aspiraciones sociales, se construyen identidades, se combaten fantasmas, se produce conocimiento y, entre otros, se lucha por recursos y status.

La teoría de la organización está conformada por movimientos que en ocasiones se contradicen entre sí, pero que también se complementan; su desarrollo se da entonces a través de rupturas como de continuidades. (Ibarra y Montaño,1986).

La metáfora en la organización.

Un apoyo muy valioso para el estudio de las organizaciones lo representa la metáfora, mediante la cual busca explicar la teoría y la práctica en la organización, percibiéndolas de diferente manera.

Morgan(1998) estudia las metáforas a través de las cuales se puede explicar la organización: como una máquina, como organismos, como cerebros, como culturas, como sistemas políticos, como cárceles psíquicas, como cambio y transformación, como instrumentos de dominación y como un método de pensamiento.

Habla también de las organizaciones como organismos que existen en un medio ambiente del cual dependen para satisfacer sus necesidades. Considera también a las organizaciones como sistemas abiertos que necesitan gestionar, satisfacer y

equilibrar sus necesidades internas y adaptarse a las circunstancias ambientales o del entorno.

Montaño (1995) afirma que el estudio de las metáforas se ha incorporado recientemente dentro de los estudios de la organización más como una herramienta metodológica que como un reconocimiento del fenómeno social que representan.

La Cultura en la organización.

En el ámbito de los Estudios Organizacionales, la Cultura es un elemento que juega un papel fundamental debido a que sus múltiples elementos de una u otra forma permean a las organizaciones en diferentes sentidos, dándole una razón de ser e identidad que le permiten desarrollarse en diferentes entornos. Es importante considerar los aportes teóricos de diferentes estudiosos en el ámbito de la cultura, porque permite entender todos aquellos rasgos que identifican a cada organización y sus componentes, el por qué las organizaciones se comportan de tal o cual manera en su entorno, por qué se mantienen – como es el caso de las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar – a pesar de la gran influencia del modernismo en el ámbito económico; el por qué mantienen las formas de producción tradicional; entender también la influencia que la cultura ejerce en estas pequeñas organizaciones como un medio de subsistencia, entre otros.

Para Clifford Geertz(1995) la cultura denota un esquema históricamente transmitido de significaciones representadas en símbolos, un sistema de concepciones heredadas y expresadas en formas simbólicas por medios con los cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento y sus actitudes frente a la vida.

Villoro(1993), establece que una Cultura satisface necesidades, cumple deseos y permite realizar fines. Para llevar a cabo esta tarea tiene que cumplir una triple función: a) expresar modos de ver el mundo, emociones y deseos, b) dar sentido a actitudes y comportamientos, de tal manera que integra a los individuos en un todo colectivo, por último, c) permitir obtener los criterios adecuados para el logro de los fines y valores, es por esto que en alguna medida garantiza el éxito de las acciones que buscan realizarlos. Si una cultura cumple mejor que otra la triple función arriba expresada, entonces esa cultura será preferible a otra que no la cumple.

El antropólogo Malinowski(1977) define la cultura como un todo funcional que está al servicio de las necesidades humanas. La necesidad viene definida como el sistema de condiciones que se manifiestan en el organismo humano, en el marco cultural y en la relación de ambos con el ambiente físico, y que es suficiente y necesario para la supervivencia del grupo y del organismo.

Cada necesidad se satisface con un tipo determinado de respuesta cultural. Dado que las necesidades son universales, también lo son las respuestas culturales que se dan para satisfacerlas, por más que aparentemente difieran entre sí.

El simbolismo en las organizaciones.

Cuando se aborda el aspecto simbólico es penetrar al mundo de la experiencia de la realidad en la vida cotidiana, donde pueden conjugarse de manera natural y espontánea la filosofía, la religión, la ciencia y el arte, pues el individuo vive día a día en un mundo de símbolos, en el trabajo, en su quehacer cotidiano, en la familia, en la diversión.

Para Geertz(1995) la interpretación de la cultura está íntimamente relacionada con el estudio de lo simbólico. Los símbolos constituyen una compleja red de significados, donde aquellos que comparten el contenido simbólico pueden entenderlos y actuar en función de ellos, por lo que para el etnógrafo es importante entender este sistema de significados si quiere ir más allá de la descripción cultural. El autor propone un concepto de cultura semiótico, creyendo como Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, por lo que el análisis de la misma debe ser una ciencia interpretativa en busca de significaciones, tratando de lograr la explicación, interpretando expresiones sociales que son enigmáticas en su superficie.

Geertz establece también que la cultura es pública en tanto que el contenido simbólico es público, y hace referencia a un grupo humano que comparte significados; la cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta o procesos sociales; la cultura está situada en el entendimiento y en el corazón de los hombres.

También dentro del ámbito simbólico, Geertz(1995) comenta que en la **religión** como elemento cultural, los símbolos sagrados tienen la función de sintetizar el comportamiento y las costumbres

de un pueblo, el tono, carácter y calidad de su vida, su estilo moral y estético y su visión de lo cósmico.

Define a la religión como *un sistema de símbolos que obra para establecer vigorosos, penetrantes y duraderos estados anímicos y motivaciones en los hombres, formulando concepciones de un orden general de existencia y revistiendo estas concepciones con una aureola de efectividad tal que los estados anímicos y motivaciones parezcan de un realismo único.*

La identidad en las organizaciones.

La propuesta teórica de esta investigación en relación a la identidad, tiene como objetivo entender cómo se entrelazan la cultura, la producción, el conocimiento y la familia, que le dan una identidad propia que caracteriza a las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar en su entorno.

La "identidad" se forma por procesos sociales. Una vez se cristaliza, es mantenida, modificada o aún reformada por las relaciones, sociales. Berger y Luckman(2003).

Establecen los autores que cada identidad, ya sea individual o colectiva, étnica, nacional, laboral o religiosa, es un tipo distinto a otras identidades posibles, que se explica dentro del marco de referencia de las adscripciones sociales surgidas en la interacción y no fuera de ella.

Para Bayardo Rubens(2004), las identidades son construcciones simbólicas que involucran representaciones y clasificaciones referidas a las relaciones sociales y las prácticas, donde se juega la pertenencia y la posición relativa de personas y de grupos en su mundo.

La familia en la organización.

La familia para efectos del estudio juega un papel fundamental en el sentido de que es por ella y alrededor de ella que gira el quehacer de la organización.

Para Bordieu(1997), la familia no es solo una palabra sino una consigna, una categoría, principio colectivo de la realidad colectiva que sirve de modelo a todos los cuerpos sociales. La familia extensa es sumamente común en las pequeñas organizaciones artesanales de Chiapa de Corzo y es en ésta donde cada miembro desarrolla su sentido de individualidad, de identidad y de comprensión

del exterior. La santidad de la madre, el respeto por el padre, la deferencia por los mayores, la estructura patriarcal incluyendo el machismo; todas estas características conforman una estructura familiar compleja que influye de manera importante sobre sus miembros.

Para Parson(1978) la familia conyugal, compuesta por padres e hijos, tiene una importancia fundamental en todos los sistemas de parentesco. En el lenguaje cotidiano, es significativo que solo contemos con las palabras "familia", que se refiere generalmente a la unidad conyugal, y "parientes", que se refiere no a una unidad solitaria sino a todos los individuos que reúnen las condiciones del parentesco. Decimos que nuestro sistema es conyugal porque se compone exclusivamente de familias conyugales relacionadas entre sí.

Para Merton(1978) la familia es la principal correa de transmisión para la difusión de las normas culturales a las nuevas generaciones. Pero hasta hace poco no hemos comprendido que la familia transmite, en general, la porción de la cultura accesible al estrato y al grupo social en que los padres se encuentran; constituye, por consiguiente, un mecanismo para disciplinar al niño en función de los objetivos culturales y de las costumbres características del grupo.

Para Chayanov(1985) la familia campesina es aquella integrada por la pareja matrimonial que vive junto con sus descendientes y con los representantes ancianos de la generación mayor.

El conocimiento en la organización.

En la concepción del ser humano como único e irrepetible, y como civilización humana, no es posible concebir a la sociedad sin la creación, transmisión y uso del conocimiento, mismas que han evolucionado al través del tiempo, como consecuencia de la evolución de la sociedad.

La mayor parte de su conocimiento deriva de la sociedad, le ha sido transmitido por sus padres y maestros como su herencia social. Todo este conocimiento es presupuesto sin discusión por el respectivo grupo social y es, por ende, un conocimiento socialmente aprobado.

Von Krogh, Ichijo y Nonaka(2000) consideran que el conocimiento es en sí mismo mutable y puede adoptar muchos rostros en una organización.

Para estos autores el conocimiento es tanto explícito como tácito; el explícito, son aquellos conocimientos que son susceptibles de escribirse, formularse en enunciados o representarse en imágenes; el tácito, se asocia con los sentidos, las habilidades motrices, la percepción individual, experiencias físicas, reglas prácticas generales y la intuición. Aunque la idea del conocimiento tácito es intuitivamente lógica para la mayoría de las personas, también a muchos suele dificultárseles entenderlo en el nivel práctico. La creación del conocimiento es un proceso tanto social como individual. La compartición de conocimiento tácito exige a los individuos compartir sus certezas personales sobre una situación con los demás miembros del equipo.

Las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar.

En este trabajo de investigación se acuña el concepto de "pequeña organización artesanal de tipo familiar", para indicar aquella organización en la que converge la familia nuclear para la subsistencia de la misma, a través de la actividad artesanal, mismas que podían ser similares a aquellas referidas por Alexander Chayanov como "unidades económicas campesinas", como "empresas familiares", "unidades domésticas" o las llamadas microempresas. .

Se les llama de esa manera para identificarlas de las demás, en donde se pueden distinguir los siguientes rasgos: a) La integra la propia familia (no existen empleados); b) no se pagan sueldos (por lo que no están afiliados a ninguna institución de salud ni de prestaciones sociales); c) el taller se encuentra como anexo de la vivienda; d) en la vivienda se venden sus obras, y en muy pocos casos cuentan con un local; e) la mayoría de las obras se elaboran en base a pedidos.

Saldaña(2004) establece que en el proceso de creación-artística se juega entre sublimación-idealización, entre lo individual y lo social, entre lo íntimo y lo público, entre lo subjetivo y lo objetivo, constituyendo una dimensión que no es ni interna ni externa al mismo, sino una tercera dimensión que es subjetividad objetivada, mundo de objetos teñidos de sentido y de pasión, el espacio- tiempo cotidiano fracturado y proyectado como espacio-tiempo potencial, como juego, como realidad imaginaria.

DISEÑO DE LA INVESTIGACION.

Metodología.

La investigación que se realiza se aborda desde el Paradigma Constructivista y Subjetivo, en el que se concibe a la sociedad como una construcción compleja y cambiante, en la que coexisten los diversos actores con su entorno, interrelacionándose con fenómenos sociales, políticos y económicos, y que es planteado por Bordieu y Zemelman. Para Bordieu (1978) la tarea de construir el objeto de investigación no debe ser de objetos preconstruidos, hechos sociales ya delimitados o ya estudiados y calificados por la Sociología. Propone que se deben tratar con problemas de la realidad social. Zemelman(1992) considera que el conocimiento social tiene que reconocer forzosamente dos pilares: el eje de los sujetos sociales y el del campo de la realidad en el que se pueden desplazar sus capacidades de acción. Es pertinente considerar que los diseños cualitativos no son sencillos de desarrollar pues se tiene que ser muy cuidadoso en la recolección, en el análisis y la interpretación de los datos, por lo que se tiene que realizar una adecuada preparación. En el estudio juega un papel importante el concepto de "totalidad", que según

Zemelman(1987) permite ir mas allá de la mera superficie de la realidad, trascendiendo a las meras apariencias, enfocarse mejor en las interconexiones y leyes internas del problema de investigación. La estrategia metodológica es cualitativa, dada la complejidad y multidimensionalidad de la naturaleza del problema.

Planteamiento del Problema.

Desde la perspectiva del concepto de "totalidad" de Zemelman, es muy importante analizar y describir el quehacer de la producción artesanal de las pequeñas organizaciones de tipo familiar, que le dan una identidad propia, a partir de la realidad, que les permiten articular las dimensiones de cultura, conocimiento y familia, dándole una significación específica en su entorno a partir del simbolismo.

El problema no se reduce al estudio de cómo se han conservado y se han mantenido tradiciones supuestamente inalteradas, sino que se trata de preguntarnos cómo estas dimensiones se están transformando, cómo dichas organizaciones interactúan con las fuerzas de la modernidad, a qué problemas se enfrentan y qué rasgos le dan una identidad propia.

Instrumentos de investigación.

En la investigación se obtuvo la información en base a los instrumentos cualitativos de Entrevista a Profundidad, Observación Participante e Historias de vida, sin que deje de ser importante la investigación bibliográfica, cuidando lo más posible la forma de abordarlos, y obtener una información apegada a la realidad del objeto de estudio.

Base fundamental lo representó, y que fue de gran apoyo, la disposición, buena fe, entusiasmo y alegría de los escultores de madera de Chiapa de Corzo, que en todo momento estuvieron dispuestos y abiertos a proporcionar la información requerida del trabajo de investigación.

Resultados de la investigación.

De la Cultura Organizacional.

De acuerdo con lo expresado por los artesanos, en estas pequeñas organizaciones no existe una autoridad formal, ya que según ellos la autoridad la da el conocimiento y la experiencia.

La comunicación es informal y directa, lo que permite que se genere un ambiente de confianza y espontaneidad amena, donde se comparten no solo cuestiones que tengan que ver con su quehacer artesanal sino también con cosas triviales. La comunicación es fluida, por lo que las decisiones se toman de acuerdo al trabajo que se realiza. El responsable de la organización, presidente o maestro artesano es quien toma en cuenta la opinión de los demás y toma la mejor decisión. Casi no existen conflictos porque existe una buena comunicación y se respeta la diferencia de criterios. Existe mucha libertad de acción.

Aunque están constituidos como grupos, no están registrados en dependencias oficiales. El único capital con que cuentan es su fuerza de trabajo, sus conocimientos y la humilde herramienta de trabajo con que cuentan. No tienen gran inversión en la organización, porque hasta la madera les es regalada y pocas veces es comprada.

De los valores en la pequeña organización artesanal.

Los valores que se resaltan en estas organizaciones y que son parte fundamental de su cultura organizacional son: consideran el valor de la *calidad* como un modo de vida El valor del *respeto* es muy importante en el trabajo artesanal, *respeto* hacia uno mismo, hacia los demás, a los compañeros de profesión, al mismo trabajo, a la naturaleza. El valor de la *responsabilidad* se refiere al sentido de cumplir con los compromisos de trabajo en tiempo y forma. El valor de la *honradez* lo entienden en el sentido de cobrar lo justo, de acuerdo con la calidad del trabajo, con la madera adecuada, el no traicionar la confianza de la gente. El valor de la *humildad*, se refiere a la actitud ante el aprender, en el trato a los demás y el saber ganarse su confianza. El valor de *trabajar en equipo* es un valor fundamental, porque con este valor se puede decir que ellos consideran que cumplen con los objetivos y que se fortalece la pequeña organización artesanal.

El simbolismo en la producción artesanal.

La producción artesanal puede considerarse como uno de los espacios en donde el simbolismo se desarrolla plenamente, el uso de la metáfora es constante. Por ejemplo, cuando el artesano dice que con el trabajo artesanal dan vida a la madera muerta, o que recrean el cosmos a través de sus obras, o cuando dicen que son el instrumento de Dios a través de sus dones para recrear en la madera su obra; asimismo los gestos y el lenguaje. El artesano hace del simbolismo su medio por excelencia de expresión.

De manera magistral en la creación de sus obras el artesano juega con la idea, tiene la idea en un principio pero desconoce el final. El trabajo artesanal es un encuentro entre la imagen y el artesano, es hacerse uno mismo con la madera. El artesano piensa que en ese trozo de madera existe algo, que hay que encontrar y en esa búsqueda se encuentra con algo que no conocía, descubre lo desconocido. Es una comunión entre los dos: la madera y el artesano y al ser uno, se crea. Las obras de arte que realizan, se asemejan a la creación divina; nada es igual, nada se repite, son únicas.

Dimensión identidad.

Es la identidad artesanal la que le da un sello único y un gran valor a la propia organización artesanal familiar. Es la identidad artesanal la que les ha permitido su permanencia como modo de vida de las familias que la integran, y como manifestación de la cultura local y nacional. La identidad artesanal de las pequeñas organizaciones de tipo familiar es la conjugación integral de

los rasgos culturales, de sus formas de producción, de la creación y transmisión del conocimiento, del quehacer familiar, que las hace diferentes a las demás.

Lo que identifica su producción es la creación de las obras de los artesanos en su proceso de vivir, obras que encierran un gran simbolismo, de cómo se entiende y recrea el mundo.
El trabajo artesanal es considerado como una herencia de las tradiciones de los antepasados.

Dimensión familia.

La familia, como cuestión cultural y como institución base de la sociedad, permea todo lo relacionado a la pequeña organización artesanal, pues participa en todas las dimensiones.

Definitivamente juega un papel muy importante en la producción artesanal, y es esta institución la que le da su sustento de ser y mantenerse.

La familia es importante porque ahí es donde nace el taller y porque es la que mantiene la tradición artesanal. La familia tiene su fundamento en la producción artesanal de la escultura en madera porque de y para ésta vive.
Uno de los más importantes aportes de la familia es el impulso del arte, el mantenerlo vigente.
La familia es el espacio donde se mantienen las tradiciones de la escultura en madera y serán los hijos quienes le den continuidad. La familia es importante porque se trabaja en equipo, todos se involucran porque saben que de eso se sostienen.

CONCLUSIONES.

El propósito fundamental de la presente investigación es el de analizar los elementos suficientes que conforman la identidad artesanal de las pequeñas organizaciones de tipo familiar, desde la perspectiva de la producción tradicional, realizando un profundo análisis de las dimensiones de *cultura*, *producción*, *identidad*, *conocimiento* y como dimensión y eje de análisis la razón de estas organizaciones que es la *familia*. La identidad del trabajo artesanal privilegia la Cultura siendo la principal dimensión porque las demás tienen que ver con algún rasgo cultural.

La riqueza del estudio realizado estriba en que la realidad superó en mucho a los soportes teóricos, misma que fue apreciada en los estudios exploratorios, la observación participante, las propias entrevistas y los relatos de vida, así como que los resultados fueron más allá de los alcances considerados en las proposiciones, logrando resultados positivos en todos los órdenes, y considerando perspectivas de continuidad de investigaciones relacionadas con las pequeñas organizaciones artesanales de tipo familiar.

Cuando se afirma que la *cultura*, se concibe como una matriz de símbolos y signos que permiten otorgar significados comunes a la acción de los miembros de una comunidad y que se expresa en costumbres, creencias y valores compartidos, éstos se concretan en la producción artesanal tradicional que le dan una identidad; al *simbolismo* lo ven como una compleja red de significados, que solo puede ser entendida por aquellos que comparten el contenido simbólico; *El conocimiento* entendido como el conjunto de conceptos e ideas abstractas que el individuo crea y aprende para el mejor desempeño de sus actividades, es factor fundamental en los procesos de producción *La familia* como base de la sociedad incide de manera directa en los procesos de producción artesanal que le dan una identidad propia y forman parte de su cultura local.

BIBLIOGRAFIA.

- Bayardo, Rubens (2004). Antropología, identidad y políticas culturales. Programa Antropología de la cultura. ICA, FFyL. Universidad de Buenos Aires.
- Berger, Peter L. y Luckman, Thomas (2003). La construcción social de la realidad. Amorrortu Editores.Buenos Aires, Argentina
- Bordieu, Pierre (1997). *Capital, Cultura, Escuela y Espacio Social.* Siglo XXI, Editores. México.
- Chayanov, Alexander V. (1985). La organización de la unidad económica campesina. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires, Argentina.
- Geertz, Clifford (1995). La interpretación de las culturas. Edit. Gedisa. Barcelona, España.
- Hall, Richard (1996). Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados. Edit. Prentice Hall. México.
- Ibarra Colado, Eduardo y Luis Montaño Hirose (1986). Teoría de la organización: Desarrollo histórico, debate actual y perspectiva, en Ibarra Colado E. y Luis Montaño H. (Comp.). Teoría de Organización: Fundamentos y Controversias. UAM-I. México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) 2015). *Anuario Estadístico de Chiapas. México.*
- Kosík, Karel (1967). Dialéctica de lo concreto. Editorial Grijalbo. México.
- Malinowski, Bronislaw(1977). Crimen y costumbre de la sociedad salvaje. Magia, ciencia y religión. Una teoría científica de la cultura. Edit. Ariel. México
- Montaño Hirose, Luis (2004). Los estudios organizacionales en México. Cambio, Poder, conocimiento e identidad. Comp. UAM-I. México.
- Morgan, Gareth (1998). Imágenes de la organización. 1ª. Edición. Edit. Alfaomega. México.
- Nanda Anshen, Ruth (1978). Comp. La familia. Erich Fromm, Max Horkheimer, Talcot Parson y otros. Ediciones Península. Barcelona, España.
- Saldaña Rosas, Alejandro José (2004). Creación, gestión y movilización del imaginario: relatos de vida en una gran empresa del espectáculo. UAM. México.
- Schutz, Alfred (1995). El problema de la realidad social. 2ª. Edición. Amorrortu. Argentina.
- Turok, Marta (1996). Cómo acercarse a la artesanía. Conaculta. México.

- Villoro, Luis (1993). Aproximaciones a una ética de la Cultura, en L. Olivé, Comp.
- Etica y Diversidad cultural. Universidad Nacional Autónoma de México. Fondo de Cultura Económica. México.
- Von Krogh, Georg; Ichijo, Kazuo; Nonaka, Ikujiro (2000). Facilitar la creación de conocimiento. Cómo desentrañar el misterio del conocimiento tácito y liberar el poder de la innovación. Oxford University Press. México.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MUNICIPIOS EN EL TRATAMIENTO DE LA BASURA COMO UN PROBLEMA AMBIENTAL Y DE SALUD PÚBLICA.

Dr. Rigoberto Antonio, Morales Escandón
Dr. Renán, Velázquez Trujillo
Dra. Rosa Francisca, García Ozuna
Mtro. Flocelo Daniel, Zea Pérez

Resumen.

Es interesante la **socialización al Contextualizar** las variables en la generación de la contaminación por la producción indiscriminada de la basura en las ciudades más importantes en el estado de Chiapas, es un problema que afecta a todas las personas que viven en un área urbana o rural inclusive, peores los casos en dónde no se les da un da un tratamiento adecuado en el proceso de toda la basura que genera la población, todo esto puede causar varias enfermedades de cualquier **índole social**, que repercuten en algunas enfermedades respiratorias o estomacales, sin pasar por alto la contaminación al medio ambiente que causa a estragos a la flora y la fauna y los mantos acuíferos.

Es por ello que en esta investigación se pretende mostrar el manejo poco adecuado de la basura en algunos municipios cercanos e importantes de la capital del estado de Chiapas y que es la principal causa de la contaminación y afectación en los cambios de clima y la variación de los periodos en la intensidad de las lluvias, afectando varias actividades económicas, como la agricultura y la ganadería.

Palabras clave. Contaminación, medio ambiente, basura.

INTRODUCCIÓN

La basura constituye un problema para muchas sociedades, sobre todo para las grandes ciudades así como para el conjunto de la población del planeta. Debido a que la sobrepoblación, las actividades humanas modernas y el consumismo han acrecentado mucho la cantidad de basura que generamos; lo anterior junto con el ineficiente manejo que se hace de la basura provoca problemas tales como la contaminación, que resume problemas de salud y daño al medio ambiente; además de provocar conflictos sociales y políticos. La basura es quemada o llevada a tiraderos, lo que constituye de una u otra forma un conjunto de problemas de diversa índole.

Antes de convertirse en basura, los residuos han sido materias primas que en su proceso de extracción, son por lo general, procedentes de países en desarrollo. En la producción y consumo, se ha empleado energía y agua. Y sólo 7 países, que son únicamente el 20% de la población mundial, consumen más del 50% de los recursos naturales y energéticos de nuestro planeta.

La sobreexplotación de los recursos naturales y el incremento de la contaminación, amenazan la capacidad regenerativa de los sistemas naturales.
La basura es todo aquello considerado como desecho y que se necesita eliminar. La basura es un producto de las actividades humanas al cual se le considera sin valor, repugnante e indeseable por lo cual normalmente se le incinera o se le coloca en lugares predestinados para la recolección para ser canalizada a tiraderos o vertederos, rellenos sanitarios u otro lugar.

El hombre empezó a utilizar las materias primas de una forma desordenada, con la excusa del desarrollo el hombre que explota los recursos naturales más rápido es el que gana más beneficios, el que produce más basura es más feliz, apareciendo el consumismo y el derroche. Esto ha producido la proliferación de insectos, roedores y microorganismos patógenos, trayendo como consecuencia enfermedades catastróficas para el hombre como la peste.

La Responsabilidad social corporativa (RSC) también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación

competitiva, valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE, si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Bajo este concepto de administración y de gestión se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX, en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables. (Tomas, 2003, red). El concepto de responsabilidad social empresarial, tiene diversas acepciones, dependiendo de quien lo utilice. Las más holísticas y progresistas hacen referencia a que una empresa es socialmente responsable, cuando en su proceso de toma de decisiones valora el impacto de sus acciones en las comunidades, en los trabajadores y en el medio ambiente e incorpora efectivamente sus intereses en sus procesos y resultados.

Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos, como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.

La Responsabilidad Social Corporativa (RSE) es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aún no tipificado por el ordenamiento jurídico positivo, pero cuya fuerza vinculante y previa tipificación proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura. (Luis Solano, Prof. Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid).

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Qué hacer la basura urbana?

¿Existe en algún municipio un tratamiento o clasificación de la basura?

¿Existe solo tiraderos a cielo abierto de basura, TCA?

¿Algunos municipios tienen Relleno Sanitario Urbano, RSU?

¿Qué es el lixiviado de la basura?

¿Algunos municipios incineran la basura en los tiraderos a cielo abierto?

HIDROGRAFÍA DEL MUNICIPIO DE SAN FERNANDO:

El municipio se ubica dentro de las subcuencas Río Alto Grijalva, Tuxtla Gutiérrez y El Chapopote que forman parte de la cuenca Río Grijalva-Tuxtla Gutiérrez. Las principales corrientes de agua en el municipio son: Río Grijalva, Río El Cedro, Río Grijalva, Arroyo Celín, Arroyo La Florida, Arroyo El Barrancón, Río El Cedro, Arroyo Blanco y Arroyo San Agustín; y las corrientes intermitentes: Arroyo La Pimienta, Arroyo Cuachi, Arroyo Tzoquinó y Arroyo Tzitzum.

Áreas naturales protegidas:

El municipio cuenta con una superficie protegida o bajo conservación de 21,873.79 hectáreas, que representa el 60.89% de la superficie municipal y el 0.29% de la superficie estatal.

Las áreas naturales protegidas de administración federal ubicadas en el municipio son: Parque Nacional Cañón del Sumidero (4,661.46 ha).

Áreas bajo otras modalidades de conservación (no catalogadas como áreas naturales protegidas) en el municipio son: Zona Protectora Forestal Vedada Villa Allende (17,212.33 ha).

TRATAMIENTO DE LA BASURA EN EL MUNICIPIO:

Sistema integral de tratamiento de basura San Fernando, Chiapas:

La basura es todo el material y producto no deseado considerado como desecho y que se necesita eliminar porque carece de valor económico.

El manejo de la basura es el término empleado para designar al control humano de recolección, tratamiento y eliminación de los diferentes tipos de basuras. Estas acciones son a los efectos de reducir el nivel de impacto negativo de la basura sobre el medio ambiente y la sociedad.

La basura que a diario se genera en el municipio de San Fernando, lleva un tratamiento especial, para evitar problemas de contaminación y malos olores.

TIRADERO DE BASURA DEL MUNICIPIO DE VILLAFLORES

La ubicación del tiradero Municipal presenta una situación de riesgo, tanto para el suelo, como el agua y el aire que circula por la zona rural, ya que se localiza hacia el Noroeste de la ciudad, tomando en cuenta que los vientos dominantes corren de Norte a Sur y que dicho basurero ordinariamente, está en combustión; además las pendientes topográficas, hacen fluir el agua de las lluvias hacia el río Los Amates, aguas arriba de la ciudad, lo cual provoca la propensión al detrimento de la salud de las familias Villa florenses.

El uso correcto del servicio municipal de limpia, aún no asimilado por algunos habitantes de esta ciudad, genera un riesgo ambiental, identificándose el almacenamiento innecesario de desechos en el interior de los predios, los cuales son sacados abruptamente e irregularmente, al paso del camión recolector, y peor aún, quemándola dentro de sus propiedades.

Con relación a la salud pública y al bienestar de la población, también se identifica como actividad riesgosa la implementación de pequeñas granjas domésticas en el interior de los predios, dentro de la zona de uso habitacional.

SERVICIO DE LIMPIA

El sistema que se aplica en el servicio de limpia consta de dos fases; la recolección de la basura mediante camiones que siguen rutas preestablecidas y la disposición final, correspondiente al tiradero Municipal. En la actualidad este servicio no presenta problema alguno, ya que las unidades de camiones encargadas de la recolección son suficientes para la población.

RECOLECCIÓN DE BASURA EN EL MUNICIPIO.

Como es ya costumbre en las ciudades de Chiapas, la población de **Villa flores** no tiene la cultura de la separación de la basura, el servicio es proporcionado ordinariamente por el Honorable Ayuntamiento mediante 3 camiones recolectores, de los cuales 2 son especiales tipo compactador de 12 metros cúbicos que son utilizados en la zona reticulada más densamente poblada, y el otro es un camión de 3 toneladas adaptado para el servicio, con capacidad de 8 metros cúbicos, utilizado en las colonias populares.

Ninguno de éstos cuenta con contenedores o separadores de materiales reciclables como el vidrio, el plástico y el cartón, de manera que el poblador, después de escuchar el aviso del campanero, procede a sacar su basura a la esquina más próxima, convertida en sitio oficial para el depósito de los desechos sólidos, temporalmente mientras pasa el camión recolector.

Las rutas están diseñadas en función del volumen ordinario de los desechos sólidos, que en general se estiman en 75 metros cúbicos diarios con aproximadamente 33 toneladas. La experiencia en el ramo de los servidores públicos ha determinado, la configuración de las rutas, los horarios y los avances en la cobertura territorial; de esta manera diariamente, los camiones de la zona interna inician su recorrido sobre las avenidas extremas, al lado Norte y Sur, a partir de las cuales continúan su desplazamiento, hasta cubrir las avenidas del centro de la ciudad; este proceso se inicia a las 11:00de la mañana y concluye por la noche en las principales avenidas.

Caso similar ocurre con la recolección de las colonias populares en cuanto al horario. El recorrido exterior es de 4 kilómetros, sobre la carretera que conduce al ejido Francisco Villa (parte del libramiento todavía inconcluso).

Los horarios de recolección son selectivos, en la zona centro en el que existe durante el día una mayor afluencia vehicular, el camión recolector pasa en horario nocturno y en el resto de la ciudad durante el día.

MUNICIPIO DE SUCHIAPA

HISTORIA Y TRATAMIENTO DE LA BASURA EN EL MUNICIPIO

El basurero municipal de Suchiapa del año 2012 hacia atrás se localizaba a unos kilómetros de la entrada del pueblo pero representaba un peligro para la comunidad la contaminación era más abundante cada día, y que el mal olor que se producía era un fastidio para los habitantes que transitaban cerca de dicho lugar afortunadamente no habían viviendas cercas.

Por las razones antes mencionadas y porque administradores del aeropuerto hablaron con las autoridades del municipio ya que les afectaba que el basurero estuviera en dicha zona porque al igual que abundan moscas también abundan animales carroñeros y estos se atoraban en las turbinas de los aviones y dicho suceso representaba un peligro tanto para los aviones como para los pasajeros de estos, para evitar accidentes mayores las autoridades llegaron al acuerdo de cambiar el lugar para depósito de los desechos.

Proactiva:

Es una empresa privada. La Gerencia de Comunicación Corporativa: Proactiva Medio Ambiente México, S. A. de C. V.

"Prestando el servicio de barrido, recolección, transferencia y disposición final de residuos avalado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente sistema de recolección y transferencia de residuos en Tuxtla Gutiérrez".

Objeto Del Contrato

Operación del Sistema Integral de manejo y Disposición de Residuos Sólidos y Residuos de Manejo Especial del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, que incluye: Barrido, Recolección, Transporte, Estación de Transferencia, Disposición Final, Mantenimiento Post Clausura del basurero actual.

Cancelación Del Contrato Proactiva en Suchiapa.

Como se mencionó anteriormente las autoridades del municipio de Suchiapa contrataron el servicio de la empresa proactiva en mayo 2013, la cual se describió el proceso que esta le da a la basura, sin embargo en junio del mismo año se canceló el contrato pactado por ciertas autoridades ya que

generaba un costo adicional para el municipio y no tenían el recurso necesario para seguir rentando los servicios de proactiva, como bien sabemos es una empresa que tiene un alto costo en el servicio que le proporciona a la ciudadanía por procedimientos que lleva acabo para recuperar al medio ambiente.

Actual Estancia Del Basurero Municipal.

El basurero municipal de **Suchiapa** ha tenido diferentes estancias, actualmente se lo caliza en un lugar llamado **"La lomita"** es un terreno más lejano del poblado, no se logró investigar el o los dueños del predio mencionado, por tal motivo se desconoce el nombre del propietario.

Hasta estos momentos no ha existido inconformidad por parte de los habitantes del municipio. La ventaja en este lugar es que hay muy pocas viviendas cerca y casi nadie transita por ese lugar.

MUNICIPIO DE CHIAPA DE CORZO

Tratamiento de la Basura en el municipio

Como en todos los Municipios existen diferentes formas de darle tratamiento a la basura. En Chiapa de Corzo lo hacen de la siguiente manera:

El Ayuntamiento de Chiapa de Corzo recolecta la basura de todo el municipio, los camiones brindados recorren calles, avenidas y colonias; cabe destacar que en esta labor no interviene ninguna empresa privada; más que el Ayuntamiento quien es el único que interviene en este trabajo.

La basura recolectada es llevado a un sitio de disposición final, en este sitio se encuentra personal que separa los residuos que se le puede obtener un aprovechamiento; como lo es el fierro, pet, cartón, vidrio y todo lo que no es reciclable se le da una compactación a través de una celda, se hace la dispersión, de ahí se le tapa con tierra, a manera que quede enterrado; según mencionó el Director de limpia, que es una manera de un **"entierro natural",** comenta el entrevistado.

En el lugar presenciamos como los camiones recolectores de basura depositan en las celdas hechas con anticipación de ahí proceden a sacar la mayor cantidad de productos orgánicos todos aquellos que pueden ser reciclables; para luego ser compactados por otra máquina y de ahí enterrarlo se ha

de resaltar que esto se hace todos los días; para evitar malos olores; por lo que es más que un hecho ya que en el lugar no es tan intenso el mal olor de alguna manera es poco; nos resalta un trabajador; es gracias a que esto se realiza todos los días, son tres capas de basura; por decir basura, tierra, basura, tierra, basura y tierra quedando alrededor de un metro enterrado.

Cabe mencionar antes de instalar este basurero se verifico que no se encontrara algún población cercada y por lo que alrededor de este lugar no se encuentra nadie viviendo.

El personal que separa la basura cabe mencionar son personas ajenas al Ayuntamiento, son personas que les sirve para vender este material y así obtener ganancias, de esta manera mantener a sus familias. Son personas de escasos recursos y este es el trabajo que realizan para poder mantenerse.

El lugar cuenta con 4 hectáreas metros cuadrados. La maquinaria que se utiliza es tractor de 6 toneladas y dos retroexcavadoras. En entrevista con el director: Hace mención, No hay un impacto ecológico ya que se cuida y se le da un manejo adecuado a la basura y evitando que se haga daño a las poblaciones cercanas, esta tarea se realiza diariamente para evitar olores y así también evitar la propagación de alguna enfermedad entre la población.

Esto tiene que realizarse diariamente y se ha acelerado la producción de basura; que en los últimos meses ha crecido en dos toneladas por lo que se registra 40 toneladas diarias.

MUNICIPIO DE OCOZOCOAUTLA

En el municipio de Ocozocoautla de Espinosa, Chiapas; se cuenta con un terreno de aproximadamente una hectárea para el almacenamiento de la basura recolectada, el cual se almacena la basura al aire libre por lo que se encuentra llenos de aves de rapiña; de acuerdo al recorrido realizado nos pudimos dar cuenta que la basura recolectada se destruye por medio de la quema, lo que provoca la contaminación al medio ambiente así como a los habitantes de las colonias cercanas al basurero municipal, como son las colonias, El Porvenir, La Navidad, Lucio Cabañas, entre otras.

Así también se selecciona la basura pero principalmente para reciclar, como el cartón, plástico, metal, vidrio, y otros reciclables. Así mismo el personal que realiza la quema de la basura lo hace sin ninguna protección, el cual contribuye a que puedan adquirir alguna enfermedad.

Con este proyecto se está tratando de hacer conciencia a la población (autoridades municipales, recolectores de basura y habitantes que viven cerca del basurero municipal) debido a que se encuentran en riesgo de sufrir cualquier tipo de enfermedades ya sean respiratorias o estomacales por el contacto de forma directa o indirecta que tienen con la basura.

Se realizará una investigación de campo por medio de encuestas aplicadas a los pobladores aledaños al basurero municipal, para detectar las condiciones en las que se encuentran el basurero municipal y los habitantes que viven cerca de ahí, puesto que están en niveles de alto riesgo por la contaminación constante y susceptibles a sufrir enfermedades, de los cuales los niños suelen ser los más afectados por el acercamiento que tienen con la basura.

Al mismo tiempo solicitar información acerca de las afectaciones que sufren los habitantes causantes por la contaminación, así como que tipo de enfermedades y si han sido reportadas a las autoridades municipales y de salud y qué tipo de apoyos o campañas de vacunación les han otorgado.

En el problema de la contaminación de la basura se plantea de que cada tipo de cosas desechadas se pueda almacenar (plásticos, fierros, cartones, etc.), lo que se quiere obtener es evitar el mal olor, las infecciones de los animales muertos, provoquen enfermedades en las personas cercanas al sitio, y meter una solicitud a las autoridades para que las personas afectadas por el lugar se trasladen a un lugar más seguro, que los plásticos se reciclan y no lleven infección ya que volvemos utilizarlos, y llevar a cabo campañas de salud, para evitar enfermedades.

Corte seccional de un relleno sanitario: (https://www.veoverde.com**).**

FUNCIONAMIENTO DE EL RELLENO SANITARIO, (https://www.veoverde.com).

Manejar la basura en las ciudades es muy difícil, sobre todo en las partes con mayor marginación. Una solución es construir un relleno sanitario en estas zonas, porque de esta manera se evitan posibles enfermedades que se puedan desencadenar debido a la acumulación de residuos.

Existe algo llamado “método de área”, que los mismos vecinos pueden construir, puesto que se puede utilizar en terrenos donde es imposible realizar excavaciones, ya sea por la profundidad del nivel freático, o por otros factores del suelo que hagan que el mismo no pueda excavarse. Para ser concretos, la basura se coloca en celdas o capas compactadas, cubiertas con tierra, y así se logra una homogeneización del material. Todo esto con ayuda de maquinaria pesada.

Antes de hacer cualquier trabajo es importante verificar que el terreno cuente con depresiones naturales propicias para ser rellenadas. Después se coloca una geomembrana, que es una lámina de plástico de alta densidad que funciona como un plato.

En caso de no contar con esta, se compacta el suelo existente el cual puede ser de tipo arcilla o tepetate, pues estos materiales cuentan con un factor alto de protección y baja permeabilidad. De ser posible, junto con la construcción del relleno, se construyen obras de monitoreo para la observación del terreno y tratamiento de los lixiviados (líquidos contaminados que suelta la basura).

Con el paso del tiempo el residuo sólido se descompone, una parte se transforma en gas, otra en líquido y sobra el material semi-inerte. La humedad penetra en los espacios vacíos y esto comienza a generar un condensamiento con el terreno con densidades de hasta 0.8 ton/m3 (en palabras más simples: se crean asentamientos en el suelo por medio de las compactaciones y se evitan enfermedades a causa de la descomposición de la basura).

Localización de Pacú

Pacú se localiza en el Municipio del Estado de México y se encuentra en las coordenadas GPS:
Longitud (dec): -*93.134444*
Latitud (dec): *16.635833*
La localidad se encuentra a una mediana altura de 480 metros sobre el nivel del mar.
Población en Pacú
La población total de Pacú es de 2136 personas, de cuales 1081 son masculinos y 1055 femeninas.
Edades de los ciudadanos
Los ciudadanos se dividen en 891 menores de edad y 1245 adultos, de cuales 145 tienen más de 60 años.
Estructura social
Derecho a atención médica por el seguro social, tienen 259 habitantes de Pacú. Estructura económica

En Pacú hay un total de 469 hogares. De estas 459 viviendas, 61 tienen piso de tierra y unos 43 consisten de una sola habitación.

382 de todas las viviendas tienen instalaciones sanitarias, 327 son conectadas al servicio público, 447 tienen acceso a la luz eléctrica.

La estructura económica permite a 11 viviendas tener una computadora, a 115 tener una lavadora y 378 tienen una televisión.

Educación escolar en Pacú

Aparte de que hay 281 analfabetos de 15 y más años, 57 de los jóvenes entre 6 y 14 años no asisten a la escuela.

De la población a partir de los 15 años 279 no tienen ninguna escolaridad, 679 tienen una escolaridad incompleta. 234 tienen una escolaridad básica y 192 cuentan con una educación post-básica

Ríos descubiertos en Pacú: Río pacú, Río boquerón, arrollo Tempisque y el Río Sabinal (El más super contaminado), el Río Sabinal se encuentra varios metros arriba del nivel de la localidad de Pacú y de la cabecera municipal de Suchiapa, por lo tanto esa contaminación no es de las dos localidades mencionadas, se intuye que esa alta contaminación del Río sabinal de Pacú, y que se sospecha que son los lixiviados de un relleno sanitario que se origina en otro lugar cercano a la ciudad capital de Tuxtla Gutiérrez.

CONCLUSIÓN

El Manejo más adecuado en zonas urbanas de la basura debe ser mediante un relleno sanitario, que no es una panacea por cierto, para que no cause mucho daño a la contaminación del aire, a los mantos acuíferos ni genere enfermedades a todo ser viviente.

Sin embargo el propio ser humano está contaminando en gran medida el planeta y por consecuencia está terminando con la flora y fauna que aún existe en el área.

Deben recibir un buen tratamiento todos y cada uno sin escaparse ninguno de los residuos que generan la gran contaminación que se ejerce en la naturaleza para que el daño sea muy mínimo o cero contaminación, porque no contemplarlo, sería la peor opción para todo ser viviente en el planeta.

Referencias Bibliográficas:

- Conrad Ariame; (2010), La historia de las cosas: De cómo nuestra obsesión por las cosas está destruyendo el planeta, nuestras comunidades y nuestra salud, y una visión de cambio, Fondo de cultura Económica, Buenos Aires.

- Galindo Gómez José, (2010), Salvemos nuestro planeta. México.

- Godoy Sandra Mariela, (2010), Cálculo del riesgo asociado a la dispersión de contaminantes en la atmósfera considerando incertidumbre estocástica, Universidad Tecnológica Nacional, Buenos Aires.

- Sans Fonfría Ramón, (2008), Ingeniería Ambiental: Contaminación y Tratamiento. Marcombo.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- https://www.veoverde.com/2013/11/construir-rellenos-sanitarios-en-zonas-marginadas/ Consultada el 4/Sep/2015.

- http://www.greenpeace.org/argentina/es/campanas/contaminacion/basura-cero/Incineracion-y-rellenos-sanitarios/ Consultada el 4/Sep/2015.

- http://www.nuestro-mexico.com/Chiapas/Suchiapa/Pacu/Consultada el 4/Sep/2015

3. LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS FAMILIARES

Dra. Sandra López Reyes

Dr. Eduardo Alberto Gutiérrez Medina

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es dar a conocer la importancia de la cultura organizacional en las empresas familiares, diferenciando que es la empresa familiar y la cultura organizacional. La organización interna da origen al buen desempeño laboral, considerando los valores y normas que se imponen como estrategias de conducta en el personal que trabajan. La investigación es de carácter descriptivo, se indica un apartado de marco teóricos de la cultura empresarial, así como su análisis en el ámbito de la empresa familiar. Como resultados comparativos muestran las ventajas y desventajas de la cultura organizacional. Esta cultura influye de manera importante en el comportamiento gerencial de las empresas familiares.

Palabras Claves: Cultura Organizacional, Empresa Familiares, Valores.

INTRODUCCIÓN

Más allá de la visión que señala el contexto económico en nuestro país focalizado en el sector empresarial desde el enfoque Mipymes, que apoyan a la economía nacional y generan empleos mediante la formación del factor humano que contratan para llevar acabo las actividades de acuerdo al giro que realizan para darse a conocer en el mercado competitivo. La empresa familiar se basa en una estructura de lazos familiares que contemplan jerarquías y tradiciones. Para el buen funcionamiento de estas empresas se debe considerar la estructura de organización tomando en cuenta la cultura organizacional que permite desarrollar expectativas que los propios miembros de la organización establecen a través del conjunto de creencias y valores que producen reglas de conducta para los que integran la empresa.

Este trabajo focaliza el análisis en la cultura organizacional de las empresas familiares, demostrando las habilidades que desarrollan y estrategias que fomentan el crecimiento de la empresa y el control de la misma.

EMPRESAS FAMILIARES

La empresa familiar es una fusión de dos sistemas o dos instituciones, el familiar y el empresarial. El sistema familiar es profundamente emocional, mientras que el empresarial es de base laboral. En las empresas familiares, estos dos sistemas se superponen y llegan a ser interdependientes, lo cual causa la problemática característica de la empresa familiar por ser dos sistemas opuestos, con objetivos y prioridades diferentes. Es por ello, que diversos autores coinciden en afirmar que la mayoría de los problemas que enfrentan las empresas familiares se derivan de los conflictos que surgen entre los valores de la familia y los de la empresa.

Aguilá y Monguet, (2010:282), considera a la empresa familiar en un contexto de visión estratégica como aquella que permite un elevado grado de dinamismo y agilidad en la toma de decisiones. Este dinamismo, y la visión a largo plazo del accionariado que no está sometido a la presión del valor accionarial de una empresa cotizada, permite un horizonte a largo plazo y una estabilidad del entorno que es una de las claves del éxito de la compañía.

Si bien una característica de este tipo de organizaciones es el control que dos o más integrantes de una misma familia tiene sobre la empresa, la particularidad más distintiva es la sucesión generacional, en otros términos, el traspaso del control de la empresa a un integrante de la familia que la fundó, por derecho y no necesariamente por mérito.

Pérez, (2005:14), Empresa familiar pertenecen a una sola persona o varias de ellas en cuyo caso forman un grupo familiar o de parentesco y que, en ambos casos, tienen una intervención principal en la dirección de las mismas.

La empresa familiar se vuelve aún más compleja en la segunda y tercera generación, pues en éstas se multiplican los problemas, ya que llega a estar comprometida más de una familia. El problema

se torna aún más grave cuando la empresa fue creada por socios no familiares y éstos legan la empresa a los suyos.

Las empresas familiares son organizaciones sociales, lucrativas, en las que, según Lloret, (2010), la familia posee una participación accionaria suficiente para ejercer el control y/o tiene suficiente representación en los órganos de gobierno para influir en las decisiones de gobierno corporativo, además de expresar explícitamente el traspaso de su propiedad y sus valores empresariales a la siguiente generación.

La importancia de este tipo de empresa se centra en ser uno de los motores económicos que mueven al mundo; en las últimas décadas, este tipo de empresas han llegado a tener un impacto directo a tal grado que la utilidad neta de una firma familiar supera entre 15% y 20% a la de compañías privadas cuyos accionistas controladores no tienen vínculos consanguíneos entre sí, Pernia, (2011). Lloret, (2010) por su parte señala, en México se supone que más del 90% corresponden a empresas familiares lo que impacta en un número mayor en cuanto empleo y el producto interno bruto. Una peculiaridad más de este tipo de organización es que en su mayoría se trata de pequeñas y microempresas, lo que las hace propensas a mayores factores de riesgo en el mercado, aunado a ello contemplan mitos que no les permite afrontar las realidades de poder crecer y que se enfrentan a complejos problemas que en muchos casos limitan su desarrollo y en consecuencia su transición a grandes empresas.

CARACTERISTICAS

Ronquillo, (2006) difiere en una serie de aspectos importantes de una empresa familiar con respecto a las empresas institucionales. Estas tienen que ser capaces de evaluar las dinámicas que rigen las conductas de su fundador, la familia y la organización en su conjunto.
Necesitan desarrollar habilidades especiales que le permitan identificar y resolver problemas que plantean estas dinámicas y adoptar estrategias ingeniosas para fomentar el crecimiento de la empresa, transferir el poder y el control de esta.

Podemos encontrar empresas familiares en casi todos los sectores, pero en donde han probado tener éxito y una presencia relevante es en el sector comercial y de servicios, donde la administración

está controlada por su propietario-fundador y familiares más cercanos, donde la atención personalizada es fundamental para dar satisfacción a los requerimientos de los clientes.

Tabla 1.- Ventajas y Desventajas de una Empresa Familiar

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Compromiso	Rigidez
Conocimiento	Desafíos comerciales (modernización, transición, capital)
Flexibilidad en el trabajo, tiempo y dinero	Sucesión
Planeación a largo plazo	Conflictos emocionales
Rapidez en la toma de decisiones	
Confiabilidad y orgullo	

Fuente: Leach, 2009.

VENTAJAS

- Compromiso

Las personas que construyen en una empresa pueden llegar a sentir pasión por ella, la empresa es su creación, la alimentan, impulsan su desarrollo y para muchos, en negocio es su vida.

Esta experiencia se traduce obviamente en dedicación y compromiso, lo que se extiende a los demás miembros de la familia, que han llegado a ser un aporte para el éxito de la empresa. Piensas que tienen una responsabilidad familiar en común. El entusiasmo dela familia desarrolla un compromiso adicional y una mayor lealtad de su fuerza laboral.

- Conocimiento

Las empresas familiares con mucha frecuencia tienen su propio estilo de hacer las cosas, una técnica especial o un “Know How” comercial que no tiene su competencia. Son conocimientos prácticos que se cuidan dentro del seno familiar, pueden ser secretos de la propia operación del negocio.

Los hijos al incorporarse al negocio, ya llegan con un conocimiento pleno de las características del negocio, sus relaciones, y manejo especifico.

- Flexibilidad en el trabajo, el tiempo y el dinero

Básicamente, este factor obliga a invertir el tiempo y el trabajo en el proyecto para el cual es necesario, y a retirar dinero cuando puede permitirse. La flexibilidad puede manifestarse cuando las cargas de trabajo exigen que se agregue el tiempo que sea necesario, o en las posiciones y lugar que se requiera. Esto permite una capacidad de adaptación a los cambios en el ambiente interno y externo.

El manejo del dinero también es algo peculiar, pues como no hay ingresos fijos y constantes, la familia es muy cuidadosa de retirar y manejar el dinero, preservando la estabilidad financiera y su viabilidad futura.

- Planeación a largo plazo

Las empresas familiares generalmente son más eficientes para la planeación a largo plazo, y esto se ve en el hecho de que se tiene generalmente objetivos de permanencia en el mercado para los próximos 10 a 15 años. Es conveniente cuidar que esa planeación este bien organizada. Un emprendedor que inicia un negocio, lo hace pensando en que va a durar lo suficiente para poder atender las necesidades de su familia a largo plazo de su ciclo vital.

- Una cultura estable

Generalmente las relaciones dentro de la empresa cuentan con un prolongado periodo para desarrollarse y estabilizarse, tal como los sistemas de trabajo y las normas éticas de comportamiento.

Un manejo demasiado estable puede convertirse en un sistema cerrado, lo cual es muy peligroso en estos tiempos de gran competencia. Como por ejemplo se dice: “asi lo hemos hecho desde hace 25 años”.

- Rapidez en la toma de decisiones

En una empresa familiar, por lo general las responsabilidades están muy claramente definidas, y el proceso de toma de decisiones está centrado en unas pocas personas clave.

Estos pueden ser no solo el propietario-fundador, sino que el poder puede estar distribuido entre sus esposas, hijos y parientes más cercanos. Este hecho puede ayudar a que las decisiones fluyan rápidamente, ya sea en sentido positivo o negativo.

- Confiabilidad y orgullo

El compromiso y la cultura estable se dan porque en general la empresa familiar cuenta con estructuras sólidas y confiables y esto es percibido en el mercado.

Muchos clientes y proveedores prefieren hacer negocios con alguien a quien conocen bien y le representa un grado de seguridad alto.

El concepto de orgullo está estrechamente vinculado con el de confiabilidad, pues las personas que manejan empresas familiares por lo general se sienten muy orgullosas de su empresa.

DESVENTAJAS

- Rigidez

Los patrones de conducta muy arraigados, pueden limitar seriamente las acciones de cambio que el mercado requiere e impiden su funcionamiento para el futuro de la empresa.

Es muy frecuente que se repita la manera de hacer las cosas durante mucho tiempo. Se teme al cambio porque este trae consigo un periodo de desorganización y una serie de riesgos que muchas veces no se quiere correr.

- Desafíos comerciales

Los desafíos comerciales que afectan particularmente a las empresas familiares, pueden clasificarse en tres categorías: modernización de las prácticas obsoletas, manejo de las transiciones e incrementos de capital.

Con frecuencia los métodos empleados en las empresas familiares son un producto histórico. Esas prácticas fácilmente pueden volverse obsoletas sobre todo si no se está atento a los cambios sutiles en la demanda de productos y servicios. En el caso de la transición, un hijo heredero puede

considerar que la operación debe cambiar para ser funcional y esto puede traer consigo conflictos que no solo afectan la dinámica sino la funcionalidad del negocio.

- Sucesión

El paso de la generación a otra en una familia empresaria, y el cambio de liderazgo que esto conlleva, es un proceso que habitualmente se atraviesa con dificultades. Es evidente que las decisiones se deben tomar teniendo en cuenta la competencia del personal para asumir las nuevas responsabilidades, pero esto es complicado cuando está el parentesco de por medio, porque está la noción que son los hijos e hijas quienes deberán continuar con el control del negocio. El padre puede mostrarse ambivalente con respecto a quien lo va a suceder, si le preocupa la capacidad de sus hijos para dirigir el negocio. La sucesión representa una importante transición y el futuro de la empresa depende del éxito de la negociación en este factor.

- Conflictos emocionales

En la empresa familiar, los patrones de conducta, de base emocional que se manifiestan en el contexto comercial, pueden ser profundamente irracionales e inapropiados, sobre todo si existen relaciones que están determinados por eventos pasados en la relación padre-hijo y entre hermanos.

- Liderazgo y legitimidad

Un problema latente es el ejercicio del liderazgo o incluso con su ausencia, cuando nadie entro de la familia, está preparado o facultado para hacerse cardo de la empresa al llegar el momento de pasarla a la siguiente generación. Recae la responsabilidad de asumir y transmitir el liderazgo al representante de cada generación.

LA CULTURA EN LAS EMPRESAS FAMILIARES

El término cultura empresarial familiar se puede considerar como la ideología básica seguida por la familia propietaria, que se caracteriza por los valores, las normas y tradiciones o formas de actuar en la vida (Sabater, Ruiz y Carrasco, 2003). Poza (2007) define la cultura de la empresa familiar como la colección de valores definidos por comportamientos que existen en una empresa como resultado del liderazgo que proveen los miembros de la familia, tanto en el pasado como hasta

nuestros días. La unidad familiar y la relación natural entre la familia y los negocios también definen a la cultura de la empresa familiar.

Ésta juega un factor crucial en la determinación del éxito del negocio y puede manifestarse en aspectos intangibles tales como la forma de vestir, el lenguaje y los rituales; en el conjunto de ideas y acciones que un individuo utiliza para hacer frente a una situación problemática; en valores como la honestidad y el servicio al cliente, entre otros; finalmente, en los supuestos básicos del grupo que son las premisas sobre las que los grupos basan su forma de ver la vida (Belausteguigoitia, 2006).

CULTURA ORGANIZACIONAL

Pfister (2009) afirma que la cultura organizacional es un patrón de supuestos básicos que un grupo ha inventado, descubierto o desarrollado para aprender a hacer frente a sus problemas de adaptación interna y externa, que se representa en un sistema de valores compartidos que definen las normas, comportamientos y actitudes, que guían a los empleados en la organización. (p.2).

Para Hosftede (1980), citado por Uddin, Luva y Hossian (2012), la cultura organizacional es un proceso colectivo de la mente, que hace diferente los miembros de un grupo de otro.
(p.64).

La cultura organizacional es una temática que ha tenido gran relevancia e importancia aún desde los años 70 u 80; es necesario que la cultura organizacional esté presente en cada organización, ya que ésta es la encargada de medir el rendimiento tanto individual como colectivo de los trabajadores (Robbins, 2005, citado por Miquilena y Paz, 2008).

La cultura organizacional se ha definido como "una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización. Los valores organizacionales son creencias e ideas sobre el tipo de objetivos y el modo apropiado en que se deberían conseguir. Los valores de la organización desarrollan normas, guías y expectativas que determinan los

comportamientos apropiados de los trabajadores en situaciones particulares y el control del comportamiento de los miembros de la organización de unos con otros" (Hill y Jones, 2001).

De acuerdo con lo que menciona Ritter (2008) citando a Hill y Jones (2001), la cultura organizacional es el conjunto de normas, hábitos y valores, que practican los individuos de una organización, y que hacen de esta forma de comportamiento.

A este respecto, Hellriegel y W. Slocum (2004) mencionan que: la necesidad de crear una cultura organizacional propia, ante la importancia estratégica que adquieren las actividades de investigación y desarrollo experimental para el crecimiento y autonomía de los países subdesarrollados, pues éstos no tienen forma de incorporarse ampliamente a la nueva revolución tecnológica en marcha si no generan capacidades endógenas de creatividad, selección de tecnologías, especialización de su propia producción de conocimientos e información y reflexión independientes acerca de sus problemas y de las capacidades disponibles para su solución.

El concepto de cultura organizacional ha sido ampliamente discutido desde décadas atrás. Schein, uno de sus grandes estudiosos, la define como "Es el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien al punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación a estos problemas", Schein (2004: 17).

Según Hofstede y Hofstede (2005), no hay un concepto estandarizado de cultura organizacional. Sin embargo, existen algunos aspectos que la mayoría de los autores suscribirían y que son los que siguen:

- Holística: en referencia a un todo que es más que la suma de todas las partes
- Determinada históricamente: reflejando la historia de la organización
- Relacionada a la antropología: como rituales, símbolos y etcétera...
- Construida socialmente: creada y preservada por grupos que forman las organizaciones
- Ligera - soft
- Difícil de cambiar – hay autores que no están de acuerdo con el grado de dificultad.

El mismo autor utiliza la siguiente definición de cultura nacional: "la programación colectiva de la mente que diferencia miembros de un grupo o categoría de personas de otros grupos" y por consecuencia, define cultura organizacional como: "la programación colectiva de la miente que diferencia miembros de una misma organización de las demás".

Otro concepto importante es la definición de cultura organizacional de Fleury y Sampaio (2002): Cultura organizacional es un conjunto de valores y presunciones básicas expresados en elementos simbólicos que, en su capacidad de ordenar, atribuir significación, construir la identidad organizacional, tanto actúan como elemento de comunicación y consenso como ocultan e instrumentalizan las relaciones de dominación.

Por otra parte, cultura organizacional es, según Desphande y Webster (1989), "el modelo de valores y creencias compartidas que dan a los miembros de una organización significado y les proveen las reglas de su comportamiento en la organización" (citado por Páramo, 2001).

Es preciso destacar, que a cultura se manifiesta en todos los lugares de la organización, sí sabemos dónde buscarla. Se refleja en las palabras, en el lenguaje
que los empleados usan para comunicarse unos con otros y en los artefactos que tienen las instalaciones de la empresa. Es decir, todo en la organización, desde las
tazas de café, hasta las obras de arte que adornan las paredes, tiene un mensaje cultural ya sea explícito o implícito. (Flamholtz y Randle, 2011, p. 7).

Los autores Ford y Heaton (2001) proponen un concepto de cultura organizacional muy sencillo y útil para esta investigación. Ellos expresan que la cultura de una organización es la forma de comportarse, pensar y actuar que los miembros de dicha organización aprenden y comparten. De forma más específica, son las filoso
fías compartidas, las ideologías, los valores, las suposiciones, las creencias, las actitudes y las normas que forman la comunidad.

Los mismos autores explican los conceptos de creencias, valores y normas:

- Creencias: forman el núcleo ideológico de la cultura, definen las relaciones entre causa y efectos de los miembros de la organización, es decir, ayudan a las personas a dar sentido al hecho de cómo las suposiciones influyen sobre lo que hacen dentro de la organización.
- Valores: son preferencias por ciertas conductas o por ciertos resultados sobre otros. Definen a los miembros lo que es correcto o no, lo que se prefiere, los comportamientos deseables y los no deseables.
- Normas: son reglas de comportamiento que definen la forma en que la gente espera actuar cuando forman parte de una organización.

Para comprender mejor el concepto de cultura, es fundamental entender como está formada la cultura organizacional y sus distintos niveles.

Mullins (2005) presenta la definición de Schein de los tres niveles culturales:

- Artefactos: El aspecto más visible de la cultura. Los ambientes sociales y físicos construidos, o sea, el espacio físico, layout, outputs tecnológicos, lenguaje oral y escrito y el comportamiento de los miembros del grupo.
- Valores: el aprendizaje cultural refleja los valores originales de alguien. Soluciones sobre cómo lidiar con nuevas tareas, problemas o cuestiones son basados en convicciones de realidad. Si las soluciones funcionan, el valor es transformado en creencia. Valores y creencias se tornan parte del proceso conceptual en que los miembros del grupo justifican acciones y comportamientos.
- Las presunciones básicas: Cuando la solución para un problema funciona repetidas veces, se concreta como algo garantizado. Presunciones básicas son inconscientes, implícitas y determinan como un grupo percibe, piensa o siente las cosas.

Poza (2007) define la cultura de la empresa familiar como la colección de valores definidos por comportamientos que existen en una empresa como resultado del liderazgo que proveen los miembros de la familia, tanto en el pasado como hasta nuestros días. La unidad familiar y la relación natural entre la familia y los negocios también definen a la cultura de la empresa familiar.

CONCLUSIÓN

Este trabajo focaliza el análisis en la cultura organizacional de las empresas familiares, demostrando las habilidades que desarrollan y estrategias que fomentan el crecimiento de la empresa y el control de la misma, a través del recurso humano que contratan para relacionarse con el giro de la empresa. Cabe mencionar que el análisis de este estudio permite reafirmar que la cultura organizacional trasciende a todos los integrantes que forman la estructura de la empresa retomando conductas de valores que forman patrones establecidos por los elementos principales de lazos familiares; esto conlleva a entender que una buena cultura en este tipo de segmento de las empresas familiares destacan por sus principios y productos o servicios a que se dediquen.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilá J. y Monguet, J. (2010). *"Porque algunas empresas tienen éxito y otras no".* España: DEUSTO.
- Belausteguigoitia, I. (2006). *"Empresas Familiares, Su Dinámica, Equilibrio y Consolidación".* 2ª ed. México: Mc. Graw Hill.
- Ford, R. y C. Heaton (2001). Atención al cliente en los servicios de ocio. 1ª. Edición. Paraninfo, Madrid.
- Flamholtz, E. y Randle, Y. (2011). *"Corporate Culture: The Ultimate Strategic Asset".* United States: Stanford University Press.
- Fleury, M. T y Sampaio, J. (2002). *"Uma discussão sobre cultura organizacional".* In Fleury, M. T. (coordinadora). As pessoas na organização. 4ª. Edição. Editora Gente, São Paulo
- Hellriegel, D. y W. Slocum. J. (2004). *"Comportamiento Organizacional".* Cengage Learning Editores.
- Hill, C. W. L. y Jones, G. R. (2001). *"Strategic Management".* 5th Edn, Houghton Mifflin, MeansBusiness, Inc.
- Hofstede, G. y Hofstede G. J. (2005). *"Cultures and organizations Software of the Mind".* 2nd. Edition, McGraw Hill, London.
- Leach, P. (2009). *"La Empresa Familiar".* España: GRANICA.
- Lloret, J. (2010). *"De empresa familiar a familia".* Universidad de Navarra. España.

- Miquilena, D. y Paz, A. (2008). *"La cultura como fuente de compromiso del capital humano en las organizaciones modernas".* Recuperado de http://www.publicaciones.urbe.edu/index.php/forumhumanes/article/viewArticle/475/1170
- Mullins, L. (2005). *"Management and Organisational Behaviour".* 7th edition, Prentice Hall, London.
- Páramo, D. (2001). *"Hacia la construcción de un modelo de cultura organizacional orientada al mercado".* Revista Colombiana de Marketing (junio).
- Pérez, F. J. (2005). *"La Empresa familiar. Fiscalidad, organización y protocolo familiar".* (3ra Ed.) México: Editor CISS.
- Pernia, A. (2011). *"Familias".* Recuperado julio 28, 2011 de http://www.gerente.com/detarticulo.php?CodArticl=118
- Pfister, J. (2009). *"Managing Organizational Culture for Effective Internal Control".* United Kingdom: Physica - Verlag a Springer Publisher Company
- Poza, J. E. (2007). *"Family Businesses".* 2a. ed. Mason: Thomson South-Western.
- Ritter, M. (2008). *"Cultura Organizacional".* Editorial La Crujia.
- Ronquillo, J. (2006). *"Administración básica de la empresa familiar: Un enfoque práctico".* México: Panorama.
- Schein, E. (2004). *"Organizational Culture and Leadership"*. Third Edition. The Jossey - Bass business & management series. P. 17. Recuperado de http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/ORGANIZATIONAL%20CULTURE%20Organizational%20Culture%20and%20Leadership,%203rd%20Edition.pdf
- Sabater, S. R.; Ruiz, M. J. y Carrasco, H. A. J. (2003). Caracterización de la cultura organizacional en la empresa familiar. Working Paper, Departamento de Economía de la Empresa, Universidad de Murcia.
- Uddin, M., Luva, R. & Hossian, M. (2012). *"Impact of Organizational Culture on Employee Performance and Productivity: A Case Study of Telecommunication Sector in Bangladesh".* Canada: International Journal of Business and Management, Vol. 8 No. 2.

4. LAS TIC, USO Y ADOPCIÓN EN LAS OAP A NIVEL GOBIERNO DEL ESTADO DE CHIAPAS

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
Dr. Felipe De Jesús Gamboa García
Dra. Laura De Jesús Velasco Estrada
Dr. Adolfo Solís Muñiz

Resumen.

Mediante esta investigación se pretende comprender cómo la admisión, el uso y la adopción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) producen cambios en la oferta y la demanda de los servicios que ofrecen las organizaciones de la administración pública (OAP), siendo afectados los usuarios en sus hábitos y rutinas. El análisis se sitúa en los patrones de comportamiento establecidos en la subsidiariedad de las actividades de los actores en la relación con su entorno. Ésta es la primera mirada de la investigación, analizar comportamientos, hábitos, costumbres, rutinas, actuación y percepción en cuanto a gustos y preferencias en la introducción y uso de las TIC según Castells (1996, 1999, 2006a, 2006b); Pérez (1989, 2002); Dabat y Rivera (2004). Se trata la relación y el comportamiento de las OAP en los nuevos procesos, en estas formas de reorganizar a los actores en la gestión al interactuar con su entorno como un sistema abierto, en este caso la plataforma de Internet por medio de portales, sitios y páginas web.

Palabras clave. TIC (Tecnología de Información y Comunicación), OAP (Organización de la administración Pública), comportamiento, hábitos, adopción.

Introducción

Problema de investigación

Se busca explicar que ante la especificidad de cada territorio en cuanto a actores, recursos institucionales, cultura e identidades habrá contrastes entre los cambios provocados dentro y entre las organizaciones. En este caso interesa analizar el comportamiento, causas y cambios tanto de la organización gubernamental como de los usuarios de los servicios a disposición.

En el tema de las instituciones gubernamentales se observará los procesos de los portales, sitios y páginas web de las OAP (Organización de la Administración Pública). Se busca explicar cuáles son los problemas que genera la relación gobierno/usuario mediada por las TIC y de qué manera se les resuelve. Desde el enfoque del institucionalismo se busca comprender cómo evolucionan las reglas de estos nuevos vínculos, sobre todo ante usuarios diferenciados.

En este análisis, de acuerdo con la pluralidad de los comportamientos respecto a causas, procesos y resultados de la interacción de los actores con su entorno, se teje entonces el hilo conductor para analizar las conductas y cómo se estructuran estos patrones y así normar y regularizar los cambios.

Objetivo general

Analizar los procesos de adopción, operatividad, aplicación y servicios que provocan el uso de las TIC en las OAP y de qué manera los usuarios aceptan estos cambios para determinar cómo se articulan métodos de institucionalización en los cuales los actores generan estrategias para adaptarse modificando hábitos y rutinas.

Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los servicios que ofrecen las OAP y de qué calidad mediante portales, sitios y páginas web a los usuarios residentes en el estado de Chiapas?
- ¿Qué efectos provoca la utilización de las TIC para prestar servicios por parte de las OAP a los usuarios de los servicios públicos en el Estado de Chiapas?

- ¿Cuáles son los procesos de institucionalización que genera utilizar las TIC para la prestación de servicios públicos?

2 Estado del arte

2.1 Revolución Tecno económica uso de las TIC

El uso de las TIC en las organizaciones de la administración pública, (OAP) para lo cual me apoyo en Castells (1996, 1997, 2006a) quien da cuenta del surgimiento de una nueva era informacional denominada también sociedad de la información con el uso de las TICS.

En otra consideración Pérez (1989, 2002) explica que las TIC son características de un nuevo paradigma al que denomina tecno económico, clasifica en un sistema multidimensional que se divide en cuatro dimensiones para su estudio, considera a los factores económicos y tecnológicos, en esta clasificación tipifica a las innovaciones tecnológicas y su incidencia en la economía y en la sociedad, lo cual abona a esta investigación y está dentro de la veta de estudio. En este paradigma Pérez (1989) clasifica cuatro dimensiones la primer dimensión refiere al costo-beneficio que ofrecen las TIC en el proceso de adquisición, disponibilidad y uso en el momento de incorporarse a la oferta y la demanda de productos y servicios que ofrecen a las organizaciones. La segunda dimensión se denomina de gestión en donde se desarrolla todo aquel quehacer práctico y de servicios que ofrecen las organizaciones con las nuevas técnicas y formas de gestión que derivan del uso y adopción de las TIC.

En esta explicación considero también la participación de Dabat y Rivera (2004) señalan que las TIC generan cambios en la actuación, percepción y adopción de los actores, ya que cada actor tiene su propia identidad, construida y se moldea, cambia en el conjunto de servicios que se oferta.

En estos procesos se olvida la dimensión cultural y se procede como si no existieran normas tácitas o explicitas, valores, prejuicios, pautas de comportamiento, hábitos, costumbres. En estos casos los presuntos cambios quedan en el papel no se reflejan en los miembros de la organización, porqué esas transformaciones no tomaron en cuenta la compleja trama de las culturas específicas, existentes en la organización, por tanto los procesos de construcción de las identidades de los actores se realizan en la familia, en la escuela, en el trabajo y se moldean en el conjunto de servicios que aceptamos diariamente y que ocupan buena parte de nuestro tiempo libre. Las TIC cambian la espacialidad de la relación de los procesos donde participan los actores entre gobierno-ciudadano al relacionarse con la organización pública municipal.

2.2 Cambios en el comportamiento de los actores en las (OAP) “Institucionalización”

Las TIC generan y provocan cambios en los actores, tanto en el comportamiento, en los hábitos, en las costumbres, en las rutinas, en los gustos, preferencias, en el actuar mismo de la subdiariedad de sus actividades interrelacionándose con su entorno, en un sistema social abierto. Por lo tanto esta investigación continua con el hilo conductor de cambios institucionales en las (OAP), sustento en Lapassade (2000), Ayala (2003, 2005), Hodgson (1993, 1997, 1998, 2006) y Gandlgruber (2010).

Se Sitúa el discurso en la perspectiva de las teorías de la (EIO) Economía Institucional Original y propuestas innovadoras en las (OAP) y en la nueva perspectiva de la NGP de Araya y Cerpa (2008) que sitúan las contribuciones de Hood (1989) como el crítico más preponderante que estudió a este fenómeno de cambios de la administración pública tradicional, a la NGP en este tejido de cambios y modificaciones se genera una sociedad de la información Castells (2006a) donde las TIC interactúan en estas nuevas formas de reorganizar a los actores en la organización de la NGP en los nuevos procesos, en nuevos valores, en nuevas formas de desempeñar la gestión pública.

2.3 Las organizaciones y la institucionalización.

Una organización contiene una estructura interna de reglas diseñadas con los acuerdos de orden institucional, de tal forma que las organizaciones señala Ayala (2003) son estructuras económicas, administrativas, políticas y sociales donde los agentes realizan intercambios, además de lo que plantea Hodgson (2006) sobre la intencionalidad del comportamiento humano que es al mismo tiempo causa y consecuencia de esa conducta en presencia de instituciones y lo describe como una alternativa al individualismo metodológico, lo interesante de esta propuesta es un esquema dinámico interactivo llamado causalidad reconstitutiva que interrelaciona al actor con el entorno institucional.

En esta explicación Hodgson (2006) y Arocena (2010) convergen en la aportación donde el entorno está ligado al comportamiento de cada actor y modifica, altera, cambia su actuación de manera independiente, generando una relación actor-institución. La causalidad reconstitutiva reconoce que los individuos no son autónomos porque, por medios de procesos de enculturación se puede modificar su aprendizaje y sus preferencias, pueden haber cambios en los procesos cognitivos de los actores.

Al mismo tiempo el entorno no domina totalmente a los individuos, en el sentido de actor social por medio de su práctica participa en la construcción de las instituciones.

Por lo tanto las instituciones operan como mecanismos de control social y del ejercicio de la acción colectiva. Por lo que Hodgson (2004) propone que las instituciones permiten, limitan y contribuyen a construir patrones de comportamiento en las interacciones sociales de los actores. La importancia de las instituciones se debe a su capacidad de crear expectativas estables sobre el comportamiento de los actores y de los grupos.

3 Metodología utilizada

Se utiliza el muestreo el cual es una herramienta de la investigación científica cuya función básica es determinar qué parte de una población se debe examinar con la finalidad de hacer inferencias sobre la población. El método para este proyecto de investigación es el no probabilístico, mediante el cual se selecciona a los actores con determinados criterios, en la medida que la muestra sea representativa.

a) Se observó el comportamiento de la (OAP) estatal a partir de los organigramas de diversos sexenios del gobierno del estado de Chiapas para analizar si la estructura administrativa se ha ido simplificando o ha seguido la inercia de generar estructuras administrativas más complicadas, además se trata de observar si el aparato administrativo disminuye como lo plantea la NGP o por el contrario sigue la inercia de crecimiento de acuerdo a la perspectiva burocrática.

b) Los portales, sitios y páginas web, de las dependencias, que han sido rediseñadas con la finalidad de conocer los servicios que ofrecen las (OAP) a los diversos actores que utilizan las TIC.

Para construir el instrumento de observación se toman las propuestas del Banco Mundial (2005)[4] sobre las aplicaciones del gobierno electrónico y las condiciones favorables del mismo para la estandarización, regulación y desarrollo de la presentación de la información en los diferentes países que están adheridos a la ONU con la finalidad de unificar criterios de usos y aplicaciones en el desarrollo y presentación de la información en los portales, sitios y páginas web. Dentro de la gestión de los asuntos públicos se consideran tareas esenciales del gobierno como: documentación, registros, información, comunicación interna, información ejecutiva. En otro rubro denominado transparencia se integran portales oficiales, publicación en línea de leyes, decretos y normas, en otra clasificación la etiquetan como participación y está integrada de peticiones, notificaciones y comentarios en línea.

4 El Banco Mundial en su reporte *E-Government Knowledge Map* (2005), Mapa de Conocimiento de Gobierno Electrónico, explica que éste pasa por las etapas de: 1. Publicación: Se refiere únicamente a ofrecer información a los ciudadanos por medio de un portal gubernamental, 2. Interacción: Respecto a establecer una comunicación bidireccional entre el ciudadano y alguna dependencia de gobierno mediante Internet, 3. Transacción: Implica realizar un trámite o servicio completamente desde un sitio oficial.

Para este análisis se elegirán secretarias en el nivel de gobierno estatal, lineamientos y parámetros de los organismos internacionales y la Secretaría de la Función Pública, la cual es la encargada de regular la calidad y eficiencia de las actividades que realiza el estado de manera directa a través de la administración pública, a nivel estatal son cinco secretarias, Hacienda del estado de Chiapas, Secretaría de la Función Pública, Secretaría del trabajo, Secretaría General de Gobierno y Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural como las instancias que cumplen con los requisitos y lineamientos en los rubros antes señalados.

c) El análisis versa sobre tres características primera informativa, segunda interactiva no transaccional (comunicación bidireccional) y tercera interactiva transaccional (trámites en línea). La segunda categoría de estudio es la de interacción la cual se refiere a establecer una comunicación bidireccional entre los actores y alguna dependencia gubernamental a través de un sitio o página de Internet utilizando los medios asociados como correos electrónicos, Chat o redes sociales. La tercer categoría de análisis es la de trámites esta implica poder realizar un trámite o servicio completamente desde un sitio o página de alguna organización de la administración pública.

La información se analizará y se capturará en las tablas observables (ver anexo I tablas de Información, Interacción y Trámite en la dependencia Estatal) como instrumentos de recopilación de datos en donde utilizaré mediciones dicotómicas que darán cuenta de forma muy puntual y estricta de la ponderación de las unidades de observación con respecto al atributo de interés; por las características de las variables a medir

d) Las otras unidades de análisis lo constituyen los diversos usuarios de los servicios ofrecidos por las organizaciones de la administración pública consideramos a tres grupos los que realizan trámites para sí mismo que hemos denominado actores diversos, a usuarios con actividad profesional ligada a realizar trámites ante la administración pública y empresas que se relacionan de diversas formas con la administración pública.

Se aplicaron cuestionarios de tres tipos (ver anexo II), del primer instrumento enfocado a los actores diversos se aplicaron 100, del segundo a los actores profesionistas se aplicaron 20 y del tercero dirigido a empresarios se aplicaron 10, con la finalidad de observar cómo perciben y se comportan este tipo de usuarios ante las condiciones que presentan los portales, sitios y páginas web, a través de consultas, búsquedas, interacción bidireccional, llenado e impresión de formatos y diversas transacciones que ofrece la AP.

4 Resultados experimentales

Tabla 1: Acceso al uso de las TIC en viviendas particulares en el país, Chiapas y Tuxtla Gutiérrez.

	NACIONAL		CHIAPAS		TUXTLA	
	No. viviendas	%	No. viviendas	%	No. viviendas	%
Radio	22’373,499	79.51	708,316	66.1	112,344	78.09
Televisión	26’048,531	92.57	822,036	76.7	136,652	94.99
Teléfono fijo	12’055,701	42.84	175,273	16.3	59,687	41.49
Teléfono móvil	18’318,374	65.10	461,973	43.1	118,122	82.11
Computadora	8’279,619	29.42	135,322	12.6	53,595	37.25
Internet	6’004,315	21.33	76,943	7.2	37,263	25.90
Total	28’138,556		1’090,914		143,852	

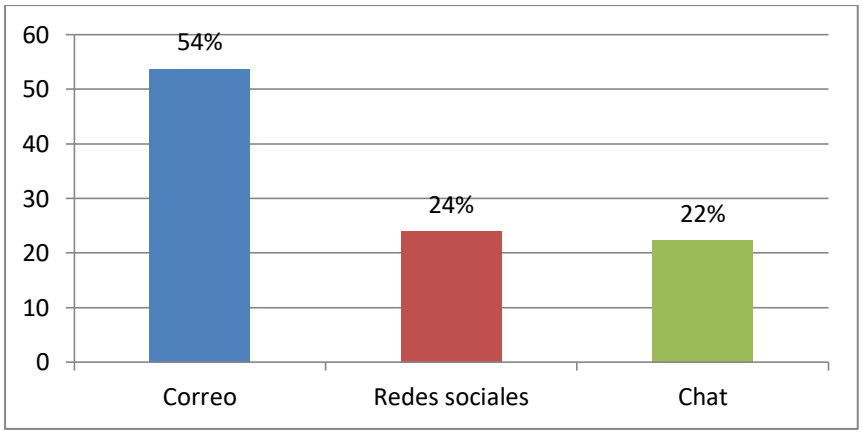
Fuente: Censo de Población 2010. INEGI

Los indicadores anteriores presentan problema de acceso a computadora e Internet en general para el estado de Chiapas. Sin embargo, hay polarización al interior, pues en el municipio de Tuxtla el ingreso a estas TIC está por encima de los valores nacionales.

Es importante considerar estos resultados porque, según el planteamiento de reorganización de la administración pública, es necesario que los ciudadanos tengan acceso a las TIC ya sea en sus hogares o en centros prestadores de tales servicios, en este caso los "cibers", locales con Internet, situación cuyo impacto en este trabajo no es considerada. Para Tuxtla hay una base que refleja en los porcentajes la cuarta parte de los hogares, el 26 por ciento, cifra que supera a la nacional.

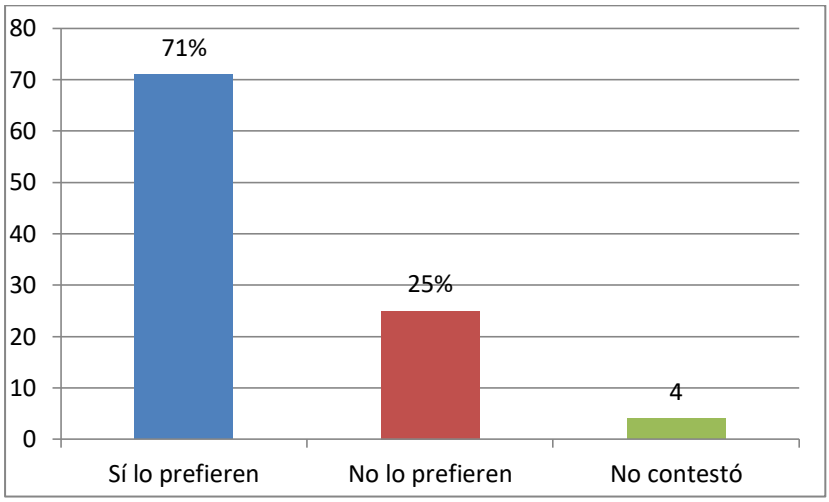
Las unidades de análisis fueron constituidas por los usuarios de los servicios ofrecidos por las OAP. Consideramos tres grupos que realizan trámites para sí mismos, a los cuales hemos denominado diversos, con actividad profesional ligada a la gestión y de empresas relacionadas con ésta.

Gráfica 1: Usuarios diversos que utilizan correo, *chat* y redes sociales para consultar información en las dependencias gubernamentales.



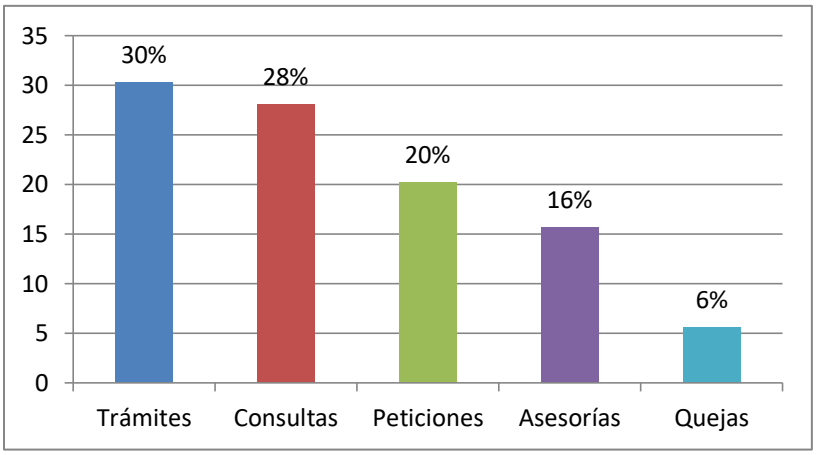
Fuente: Elaboración con base en encuestas aplicadas.

Gráfica 2: Preferencia de los usuarios diversos en relación con el servicio de Internet vs la atención directa de la secretaría.



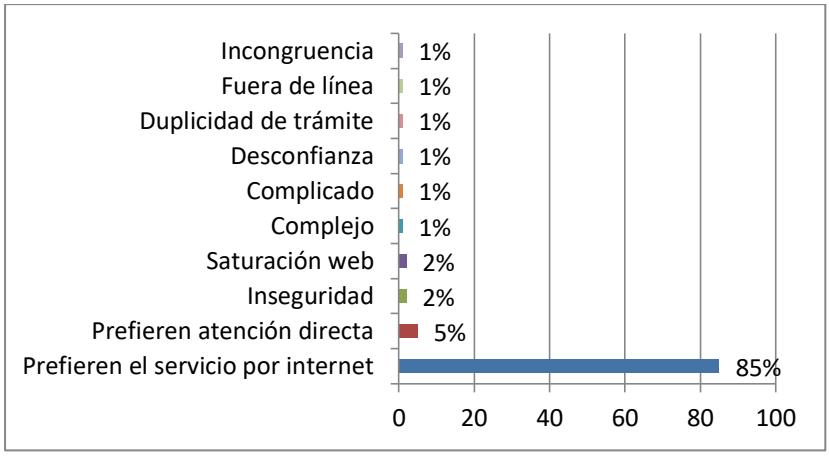
Fuente: Elaboración con base en encuestas aplicadas.

Gráfica 3: Interacción y uso de los usuarios diversos con las TIC en las dependencias gubernamentales mediante el correo electrónico.



Fuente: Elaboración con base en encuestas aplicadas.

Gráfica 4: Por qué los usuarios diversos no están dispuestos a realizar sus trámites mediante portales, sitios y páginas *web* de las dependencias gubernamentales.



Fuente: Elaboración con base en encuestas aplicadas.

Tabla 2: Observación de variables[5] ligadas a tipos y características de la información presentadas en las plataformas de Internet de las OAP a nivel estatal.

		Clave de acceso	Registro en base de datos	Instrucciones de llenado	Formato	Firma electrónica	Solicitud de cita	Emisión de documento	Vínculo para trámite mediante otra página	Pago	Pago vía Internet	OAIP
Secretaría de Hacienda	Tenencia vehicular	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	EX
	Cambio de situación fiscal	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	B
	Declaración anual	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	EX
	Constancia de no adeudos fiscales	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	EX
	Constancia de no inhabilitación	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	EX
	Registro y pago de impuestos estatales y federales coordinados	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	EX

Fuente: Elaboración con base en observación y consulta en la secretaría de hacienda del estado de Chiapas.

Esta OAP estatal se distingue por cumplir con los parámetros de calidad en la presentación de la información en la plataforma de Internet. Depende del portal del SAT federal y tiene las directrices de su operación.

Los objetivos primordiales son la rendición de cuentas y la transparencia. Por tanto, es la primera dependencia que pretende un servicio con información actualizada y automatizada mediante la web.

5 Escala de calificaciones: De 1 a 2 = Deficiente; de 3 a 4 = Regular; de 5 a 6 = Bien; de 7 a 8 = Muy Bien; 9 a 11 = Excelente.

Tabla 3: Cuantificación de las estructuras en los organigramas de la administración pública del estado de Chiapas.

	AÑOS				
	1981	**1988**	**1995**	**2000**	**2006-2012**
Secretarías	7	8	10	15	28
Subsecretarías	6	11	13	18	28
Direcciones generales	43	2	4	10	12
Consejos				6	7
Subdirecciones			4	9	11
Centros estatales				6	4
Organismos descentralizados del ejecutivo	2	1	1	8	10
Oficinas auxiliares o adjuntas	6	16	4	6	8
Comisiones	3	2	3	5	4
Delegaciones			3	8	10
Unidades		7	12	10	6
Institutos			4	6	34
Coordinaciones		7	1	6	8
Departamentos			3	12	16
TOTAL	67	54	62	125	186

Fuente: 1981, La administración centralizada del estado de Chiapas 6/organigrama de la AP; 1988, Tres años de modernización administrativa en Chiapas, Sistema Estatal de Informática Integral (SEII); 1995, Administración pública y finanzas. Planeación, control y evaluación de la gestión pública; 2000, Informe de Gobierno "Un año con paso firme", Pablo Salazar Mendiguchía, gobernador constitucional del estado de Chiapas; 2007, http://www.chiapas.gob.mx/media/organigrama/organigrama.pdf.

La tasa de crecimiento de las estructuras burocráticas en el estado de Chiapas durante el periodo 1981-2012 se expresa sobre todo en el número de secretarías, que pasaron de 10 a 15 durante 1995-2000 y a 28 en el siguiente sexenio.

5 Conclusiones

El eje central del análisis de este proyecto de investigación se sitúa en los patrones de comportamiento que los sujetos sociales establecen en la cotidianidad de sus actividades en relación con su entorno para observar de qué manera las tecnologías generan cambios en el desarrollo de los individuos que se convierten en rutinas y luego en reglas.

Se toma el enfoque del institucionalismo para analizar cómo la introducción de las TIC en las OAP propicia cambios sociales y la evolución de las reglas de interacción social cuando la espacialidad de las relaciones es transformada al no realizarse mediante la gestión de los asuntos públicos sino en lo virtual.

Autores como Castells (1996, 1999, 2006a, 2006c), Pérez (1989, 2002), Dabat y Rivera (2004), Araya y Cerpa (2008) y Arocena (2010) muestran que muchos países han adoptado las TIC para transformar a las OAP, provocando profundos cambios en las sociedades, y ante la necesidad de hacer más eficiente y transparente la gestión del ámbito público son un instrumento necesario.

Sin embargo, las evidencias señalan un lento proceso de crecimiento de las interacciones mediadas por las plataformas debido a que la AP no tiene una estrategia de cumplir actividades que redunden en un cambio cultural de los usuarios muchas veces motivados por aspectos técnicos, pese al conjunto de leyes y normas que el Poder Legislativo emite tanto en el ámbito federal como en el estatal.

Para este análisis de investigación se crearon tablas observables de tipo informativa, interactiva y trámites, son los tres modelos que utiliza el Banco Mundial (2010) y el Fondo Monetario Internacional (2011); así también se generaron gráficas (de las Secretarás más consultadas para realizar trámites, servicios que se consultan en estas páginas, problemas con los que los usuarios

encuentran cuando interactúan, entre otras) de las cinco secretarías consultadas (Hacienda del estado de Chiapas, Secretaría de la Función Pública, Secretaría del trabajo, Secretaría General de Gobierno y Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural).

Estos datos se procesaron y se obtuvo la siguiente evidencia: el documento más consultado en línea es la CURP, que los usuarios utilizan el servicio por su rapidez, que la secretaría más consultada es la del gobierno del Estado o que el mayor problema al realizar los trámites es la saturación de los sitios, entre otros.

Los resultados que arrojaron son que los actores prefieren utilizar Internet para realizar sus trámites pero no tienen seguridad en su uso.

Primordialmente los tres tipos de usuarios que se estudiaron (actores diversos, actores profesionistas y actores empresariales) presentan diferentes comportamientos en cuanto a los gustos y preferencias de cada uno de ellos lo cual se observa en las tablas observas y se refleja en las gráficas.

Referencias

- [1] Araya M., E. y A. Cerpa (2008). La nueva gestión pública y las reformas en la administración pública chilena. Revista de Estudios Politécnicos 7 (11). Instituto de Asuntos Públicos de la Universidad de Chile, Chile.

- [2] Arocena, J. (2010). Las organizaciones humanas, de la racionalidad mecánica a la inteligencia organizacional (1a ed.). Grupo Magro. Uruguay.

- [3] Ayala, J. (2003). Instituciones para mejorar el desarrollo. Un nuevo pacto social para el crecimiento el bienestar (1a ed.). Fondo de Cultura Económica. México, D. F.

- [4] Ayala, J. (2005). Instituciones y economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico (2a ed.). Fondo de Cultura Económica. México, D. F.

- [5] Banco Mundial (2005). E-Government Knowledge Map: presencia, interacción y transacción. Recuperado en noviembre de 2013 de http://www.infodev.org/infodevfiles/resource/InfodevDocuments_821.pdf.

- [6] Castells, M. (1996). The information age: economy, society and culture. The rise of network society (Vol. I). Malden, Massachusetts; Blackwell. Oxford, United Kingdom.

- [7] Castells, M. (1997). The information age: economy, society and culture. The power of identity (Vol. II). Malden, Massachusetts; Blackwell. Oxford, United Kingdom.

- [8] Castells, M. (1999). The information age: economy, society and culture. End of millenium (Vol. III). Malden, Massachusetts; Blackwell. Oxford, United Kingdom.

- [9] Castells, M. (2006a). La sociedad red. En M. Castells, La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. I, pp. 55-90). Siglo XXI. Madrid, España.

- [10] Castells, M. (2006b). El poder de la identidad. En M. Castells, La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. II, pp. 29-87). Siglo XXI. Madrid, España.

- [11] Castells, M. (2006c). Fin de milenio. En M. Castells, La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. III, pp. 376-403). Siglo XXI. Madrid, España.

- [12] Dabat, A. y M. Á. Rivera (2004). Nuevo ciclo industrial mundial e inserción internacional de países en desarrollo. En A. Dabat, M. Á. Rivera y J. Wilkie, Globalización y cambio tecnológico. México en el nuevo ciclo industrial. Universidad de Guadalajara, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad de California en Los Ángeles, Profmex (El Consorcio Mundial para la Investigación sobre México), Juan Pablos Editor. México, D. F.

- [13] Gandlgruber, B. (2010). Instituciones, coordinación y empresas. Análisis económico más allá de mercado y Estado. Anthropos. México, D. F.

- [14] Hodgson, G. (1993). Economics and evolution: bringing life back into economics. Polity, Cambridge and University of Michigan. United States of America.

- [15] Hodgson, G. (1997). The ubiquity of habits and rules. Cambridge Journal of Economics, 21 (6), pp. 663-84. United States of America.

- [16] Hodgson, G. (1998). The approach of institutional economics. Journal of Economic Literature, 36 (1), pp. 166-92. United States of America.
- [17] Hodgson, G. (2006). The nature and units of social selection. Journal of Evolutionary Economics, 16 (5), pp. 477-489. United States of America.
- [18] Hood, C. (1989). Public administration and public policy: intellectual challenges for the 1990s. Australian Journal of Public Administration (48), pp. 346-358.
- [19] Lapassade, G. (2000). Socioanálisis y potencial humano. Gedisa, S. A. Barcelona, España.
- [20] Pérez, C. (1989). Technical change, competitive restructuring and institutional reform in developing countries. SPR Publications, The World Bank. Washington, D. C., United States of America.
- [21] Pérez, C. (2002). Revoluciones tecnológicas y capital financiero: la dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza. Siglo XXI. México, D. F.

Anexo I

Tabla 4: Tabla Informativa

		LvN	Pre	Dir	Suel	Org	CV	Agen	Lic	Prog	Inf	Pub	Noti	Dir	BC	LINEAM	%	CALI
Estatal	Secretaría del Medio Ambiente e Historia Natural	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	6	43	D
	Secretaría General de Gobierno	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	8	57	R
	Secretaría del Trabajo	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	8	57	R
	Secretaría de la Función Pública	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	9	64	B
	Secretaría de Hacienda	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	11	79	MB

Fuente: Elaboración con base en observación propia.

Tabla 5: Tabla Interactiva

		CORREO			CHAT			REDES SOCIALES			
		QUEJAS	SOLICITUDES	BOLETINES	QUEJAS	SOLICITUDES	ASESORÍA EN LÍNEA	FACEBOOK	TWITTER	YOUTUBE	CAL
Estatal	Secretaría del Medio Ambiente e Historia Natural	0	0	0	0	0	0	1	1	1	D
	Secretaría General de Gobierno	1	1	0	0	0	0	1	1	1	D
	Secretaría del Trabajo	0	0	0	0	0	0	1	1	0	B
	Secretaría de la Función Pública	1	1	0	0	0	0	0	0	0	R
	Secretaría de Hacienda	1	1	1	1	1	1	0	0	0	MB

Fuente: Elaboración con base en observación propia.

Tabla 6: Tabla de trámite

		Trámites analizados	Trámites parciales	Trámites con emisión de documentos
Estatal	Secretaría del Medio Ambiente e Historia Natural	4	4	0
	Secretaría General de Gobierno	5	5	0
	Secretaría del Trabajo	3	3	0
	Secretaría de la Función Pública	4	2	2
	Secretaría de Hacienda	6	1	5

Fuente: Elaboración con base en observación propia.

Anexo II

Actores Diversos

I. ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS GENERALES

1. Nivel de escolaridad:

A) Primaria B) Secundaria C) Bachillerato D) Técnica E) Profesional
F) Maestría G) Doctorado

2. Sexo:

A) Masculino ( ) B) Femenino ( )

3. Edad:

A) 20 a 30 años ( ) B) 31 a 40 años ( ) C) 41 a 50 años D) 51 a 60 años

4. Ocupación actual:_____

5. ¿Tiene computadora en casa?
A) Sí ( ) B) No ( )

6. ¿Cuenta usted con Internet?
A) Sí ( ) B) No ( )

7. Utiliza la Internet:
A) Sí ( ) B) No ( )

8. ¿Tiene acceso a la computadora en el trabajo?
A) Sí ( ) B) No ( )
9. ¿Cuenta con Internet en su trabajo?
A) Sí ( ) B) No ( )

10. ¿Utiliza la Internet en su trabajo?
A) Sí ( ) B) No ( )

11. ¿Tiene acceso a Internet vía teléfono celular?
A) Sí ( ) B) No ( )

12. ¿Utiliza la Internet en cibercafés?
A) Sí ( ) B) No ( )

II. HABILIDADES CON LA COMPUTADORA

13. ¿Qué tipo de paquetería de trabajo conoces y utilizas comúnmente? Subraye por favor.
A) Word B) Excell C) PowerPoint D) Acces E) Otros
Especifíque: _____

14. ¿Utilizas el correo electrónico?
A) Sí ( ) B) No ( )

15. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
A) De 30 minutos a 1 hora. ( ) B) 1 a 2 horas. ( ) C) 2 horas o más ( )

16. ¿Utilizas el chat?
A) Sí ( ) B) No ( )

17. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
A) De 30 minutos a 1 hora. ( ) B) 1 a 2 horas. ( ) C) 2 horas o más ( )

18. ¿Utilizas redes sociales? A) Sí ( ) B) No ( )
A) Facebook ( ) B) Twitter ( ) C) Linkedln ( )
19. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
A) De 30 minutos a 1 hora. ( ) B) 1 a 2 horas. ( ) C) 2 horas o más ( )
20. Utiliza Internet para búsquedas de información:
A) Sí ( ) B) No ( )

21. ¿Qué tipo de información busca?

_____

_____

22. ¿Qué tipo de herramienta utiliza para buscar información en Internet?

A) Google ( ) B) Yahoo ( ) C) Altavista ( )

C) Otros, especifique: _____

III. Conocimiento de los servicios mediante los sitios web en la administración pública con las dependencias gubernamentales.

23. ¿Qué trámites conoces que existen en Internet prestados por los gobiernos federal, estatal y municipal?

A) Federal

B) Estatal

C) Municipal

III. Usos de los servicios de los sitios web que ofrece Internet en la administración pública en las dependencias gubernamentales.

24. ¿Ha realizado alguna consulta de información en los sitios web de Internet que ofrecen los gobiernos federal, estatal y municipal por medio de las dependencias?

A) Sí ( ) B) No ( )

25. ¿A qué dependencias gubernamentales ha consultado mediante los sitios web de Internet?

_____

_____

26. ¿Cree que la información en Internet es igual de confiable a la emitida en las oficinas de las dependencias gubernamentales?

A) Sí ( ) B) No ( )

27. ¿Ha utilizado correos electrónicos para obtener información en las dependencias de gobierno?

A) Sí ( ) B) No ( )

28. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

29. ¿Ha utilizado chats para obtener información en las dependencias de gobierno?

A) Sí ( ) B) No ( )

30. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

31. ¿Ha utilizado redes sociales para obtener información en las dependencias de gobierno?

A) Sí ( ) B) No ( )

32. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea ( ) E) Trámites ( )

33. En caso de ser afirmativa la pregunta anterior, ¿con qué dependencias recuerda haber tenido comunicación?

_____

_____

_____

34. A continuación se enlista una serie de trámites ofrecidos mediante los sitios web de las dependencias gubernamentales. Señale por favor los que haya realizado.

A) ( ) Obtención de CURP
B) ( ) Boleta pago de predial
C) ( ) Boleta de pago de tenencia de automóviles
D) ( ) Declaración de impuestos
E) ( ) Carta de antecedentes no penales
F) ( ) Registro Estatal de Contribuyentes (REC)
G) ( ) Solicitud de licencia de conducir
H) ( ) Pago de derechos de matrimonio y acta de nacimiento
I) ( ) Facturación electrónica
J) ( ) Pago de impuestos con tarjetas de crédito:
Especifique por favor: _____
K) ( ) Otros, especifique: _____

35. ¿Cuál es su opinión en relación con el servicio que ofrece Internet para la realización de los trámites, lo prefiere o desea el trato directo en dependencias gubernamentales?

A) Sí prefiero ( ) B) No prefiero ( )

¿Por qué?

_____
_____
_____

36. ¿Existe la información suficiente en Internet que oriente las necesidades en cada uno de los trámites que ha realizado?

A) Sí ( ) B) No ( )

37. ¿Qué tipo de información proporcionan los sitios web de las dependencias de gobierno que le faciliten la realización de los trámites?

A) ( ) Mapas de sitio
B) ( ) Ayuda en línea
C) ( ) Links o direcciones electrónicas de otras dependencias
D) ( ) Explicaciones y serie de pasos a seguir para la realización del trámite

38. ¿Cuáles son los principales problemas cuando realiza trámites con los sitios web que ofrecen las dependencias gubernamentales? Explique por favor:

39. ¿Considera que la información personal que escribe en Internet esté segura y no sea mal utilizada?

A) Sí existe seguridad ( ) B) No existe seguridad ( )
¿Por qué?
_____
_____
_____¬¬¬_____

40. Las sugerencias vertidas en este cuestionario son muy importantes para mejorar los sitios web que ofrecen las dependencias gubernamentales. Explique qué le gustaría mejorara en el servicio por Internet?
_____
_____
_____

Actores profesionistas

I. Preguntas aspectos socioeconómicos generales:

1. Profesión: _____
2. Sexo:
A) Masculino ( ) B) Femenino ( )
3. Edad: _____
4. ¿Cuáles son las principales funciones profesionales que realiza?
¬¬¬¬_____
_____
_____
5. ¿Utiliza Internet?
A) Sí ( ) B) No ( )

6. ¿Tiene computadora en casa?
A) Sí ( ) B) No ( )

7. ¿Cuenta con Internet?
A) Sí ( ) B) No ( )

8. ¿Utiliza Internet?
A) Sí ( ) B) No ( )

9. ¿Tiene acceso a computadora en el trabajo?
A) Sí ( ) B) No ( )

10. ¿Cuenta con Internet en su trabajo?
A) Si ( ) B) No ( )

11. ¿Utiliza Internet en su trabajo?
A) Sí ( ) B) No ( )

12. ¿Tiene acceso a Internet mediante teléfono celular?
A) Sí ( ) B) No ( )

13. ¿Utiliza Internet en cibercafés?
A) Sí ( ) B) No ( )

II. Habilidades con la computadora

14. ¿Qué tipo de paquetería de trabajo conoces y utilizas comúnmente? Subraya por favor.
A) Word B) Excell C) PowerPoint D) Access E) Otros
Especifíque: _____

15. ¿Para qué utilizas Internet?
A) Para correo electrónico: Sí ( ) B) No ( )

16. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
B) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

17. ¿Utilizas el chat?
A) Sí ( ) B) No ( )

18. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
B) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

19. ¿Utilizas redes sociales?
A) Sí ( ) B) No ( )

A) Facebook ( ) B) Twitter ( ) C) Linkedln ( )

20. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?
D) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

21. ¿Utiliza Internet para búsquedas de información?
A) Sí ( ) B) No ( )

22. ¿Qué tipo de información busca?_____

23. ¿Qué tipo de herramienta utiliza para buscar información en Internet?
A) Google ( ) B) Yahoo ( ) C) Altavista ( ) C) Otros, especifique: _____

III. Conocimiento de los servicios mediante sitios web de la administración pública en las dependencias gubernamentales.

24. ¿Qué trámites conoces que presten los gobiernos federal, estatal y municipal mediante Internet?
A) Federal

E) Estatal

F) Municipal

IV. Usos de los servicios de la administración pública.

25. ¿Ha realizado alguna consulta en los sitios web que ofrecen las dependencias de gobierno federal, estatal y municipal?
B) Sí ( ) B) No ( )
26. ¿En qué dependencias de gobierno ha consultado información por internet?
_____
_____

27. ¿Cree que la información de Internet es igual de confiable a la emitida en las oficinas de las dependencias gubernamentales?
A) Sí ( ) B) No ( )

28. ¿Ha utilizado correos electrónicos para obtener información de las dependencias de gobierno?
A) Sí ( ) B) No ( )

29. Lo utiliza para:
A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

30. ¿Ha utilizado chat para obtener información en las dependencias de gobierno?
A) Sí ( ) B) No ( )

31. Lo utiliza para:
A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

32. ¿Ha utilizado redes sociales para obtener información de las dependencias gubernamentales?
A) Sí ( ) B) No ( )

33. Lo utiliza para:
A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea ( ) E) Trámites ( )

34. En caso de ser afirmativa la pregunta anterior, ¿con qué dependencias recuerda haber tenido comunicación?
_____
_____
_____

35. A continuación se enlista una serie de trámites mediante los sitios web de las dependencias gubernamentales. Señale por favor los que haya realizado.

L) ( ) Obtención de CURP
M) ( ) Boleta de pago de predial
N) ( ) Boleta de pago de tenencia de automóviles
O) ( ) Declaración de impuestos
P) ( ) Carta de antecedentes no penales
Q) ( ) Registro Estatal de Contribuyentes (REC)
R) ( ) Solicitud de licencia para conducir
S) ( ) Pago de derechos de matrimonio y acta de nacimiento
T) ( ) Facturación electrónica
U) ( ) Pagos de impuestos con tarjetas de crédito:
Especifique, por favor:_____
V) ( ) Otros, especifique: _____

36. ¿Cuál es su opinión en relación con el servicio de Internet para la realización de los trámites, o prefiere el trato directo en dependencias gubernamentales?

A) Sí prefiero ( ) B) No prefiero ( )

¿Por qué?

_____
_____
_____

37. ¿Existe la información suficiente en Internet para orientar las necesidades en cada uno de los trámites que ha realizado?

B) Sí ( ) B) No ( )

38. ¿Qué tipo de información proporcionan los sitios web de las dependencias de gobierno que le faciliten los trámites?

E) ( ) Mapas de sitio (un directorio de toda la información que contiene)
F) ( ) Ayuda en línea
G) ( ) Links o direcciones electrónicas de otras dependencias
H) ( ) Explicaciones y serie de pasos a seguir para la realización del trámite
I) ( ) Otra _____

39. ¿Cuáles son los principales problemas cuando realiza trámites mediante los sitios web que ofrecen las dependencias gubernamentales? Explique, por favor:

_____
_____
_____

40. ¿Considera que la información personal que escribe en Internet esté segura y no sea mal utilizada?
A) Sí existe seguridad ( ) B) No existe seguridad ( )
¿Por qué?
_____
_____

41. Explique en qué le gustaría mejoraran los servicios por Internet de las dependencias gubernamentales, y qué necesidades requiere cubrir de manera profesional mediante los sitios web.
_____
_____
_____

Actores Empresariales

I. Aspectos socioeconómicos generales:

1. Nombre de la empresa: _____

2. Giro:_____

3. Régimen fiscal que trabaja:

A) Física ( ) B) Moral ( )

4. Antigüedad_____

5. ¿Cuáles son las principales actividades a las que se dedica?

_____
_____
_____

6. ¿La empresa tiene computadoras?

A) Sí ( ) B) No ( )

7. ¿Tiene servicio de Internet?

A) Sí ( ) B) No ( )

8. ¿Tiene la empresa acceso a Internet?

A) Sí ( ) B) No ( )

9. ¿Tiene acceso a Internet mediante teléfono celular?

A) Sí ( ) B) No ( )

II. Habilidades del responsable de cómputo:

10. ¿Qué características tienen el servidor y las terminales utilizadas en el procesamiento de los datos de la empresa?

_____

_____

_____

11. ¿Consideras que los equipos de cómputo con que cuenta la empresa son idóneos para el manejo de la información en cuanto a seguridad, rapidez y capacidad de envío-recepción por Internet?

A) Sí ( ) B) No ( )

¿Por qué?

_____

12. ¿Qué tipo de paquetería de trabajo de oficina conoces y utilizas comúnmente?

A) Word ( ) B) Excell ( ) C) PowerPoint ( ) D) Access ( ) E) Otros ( ) Mencione: _____

13. ¿Utilizas correo electrónico?

A) Sí ( ) B) No ( )

14. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?

A) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

15. ¿Utilizas el chat?

A) Sí ( ) B) No ( )

16. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?

A) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

17. ¿Utilizas redes sociales?

A) Sí ( ) B) No ( )

A) Facebook ( ) B) Twitter ( ) C) Linkedln ( )

18. ¿Cuál es la frecuencia de utilización?

A) De 30 minutos a 1 hora ( ) B) 1 a 2 horas ( ) C) 2 horas o más ( )

19. ¿Utilizas Internet para búsquedas de información?

A) Sí ( ) B) No ( )

20. ¿Qué tipo de información buscas?

_____

_____

_____

21. ¿Qué tipo de herramienta utilizas para buscar información en Internet?

A) Google ( ) B) Yahoo ( ) C) Altavista ( )
D) Otros, especifique: _____

III. Conocimiento de los servicios mediante los sitios *web* de la administración pública con las dependencias gubernamentales.

22. ¿Qué servicios o trámites conoces en Internet prestados por los gobiernos federal, estatal y municipal?

A) Federal

B) Estatal

C) Municipal

IV. Usos de los servicios de internet en la administración pública en las dependencias gubernamentales.

23. ¿Ha consultado los sitios *web* de las dependencias de la administración pública de los gobiernos federal, estatal y municipal?

A) Sí ( ) B) No ( )

24. ¿A qué dependencias gubernamentales ha consultado información mediante Internet?

_____

25. ¿Cree que la información en Internet es igual de confiable que la emitida por las oficinas de las dependencias gubernamentales?

A) Sí ( ) B) No ( )

26. ¿Ha utilizado el correo electrónico para obtener información en las dependencias de gobierno?

A) Sí ( ) B) No ( )

27. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

28. ¿Ha utilizado el *chat* para obtener información de las dependencias gubernamentales?

A) Sí ( ) B) No ( )

29. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea E) Trámites

30. ¿Ha utilizado redes sociales para obtener información de las dependencias gubernamentales?

A) Sí ( ) B) No ( )

31. Lo utiliza para:

A) Quejas ( ) B) Peticiones ( ) C) Participar en una consulta ( ) D) Asesoría en línea ( ) E) Trámites ( )

32. En caso de ser afirmativa la pregunta anterior, ¿con qué dependencias recuerda haber tenido comunicación?

_____
_____
_____

33. A continuación se enlista una serie de trámites mediante los sitios *web* de las dependencias gubernamentales. Señale por favor algunos que haya realizado.

A) ( ) Obtención de CURP
B) ( ) Boleta pago de predial
C) ( ) Boleta de pago de tenencia de automóviles
D) ( ) Declaración de impuestos
E) ( ) Carta de antecedentes no penales
F) ( ) Registro Estatal de Contribuyentes (REC)
G) ( ) Solicitud de licencia para conducir
H) ( ) Pago de derechos de matrimonio y acta de nacimiento
I) ( ) Facturación electrónica
J) ( ) Pago de impuestos con tarjetas de crédito:
Especifique por favor:_____
K) ( ) Otros: _____

34. ¿Cuál es su opinión en relación con los sitios *web* en Internet para la realización de los trámites, prefiere el servicio de Internet o el trato directo en dependencias gubernamentales?

A) Sí prefiero ( ) B) No prefiero ( )

¿Por qué?

_____
_____
_____

35. ¿Existe información suficiente en los sitios *web* para orientar las necesidades en cada uno de los trámites que ha realizado?

A) Sí ( ) B) No ( )

36. ¿Qué tipo de información proporcionan las dependencias gubernamentales por Internet que le faciliten la realización de los trámites?

A) **( ) Mapa de sitio (un directorio de toda la información que contiene)**
B) **( ) Ayuda en línea**
C) **( ) *Links* o direcciones electrónicas de otras dependencias**

D) **( ) Explicaciones y serie de pasos a seguir para la realización del trámite**

37. ¿Cuáles son los principales problemas cuando realiza trámites mediante los sitios *web* de las dependencias gubernamentales? Explique, por favor:

_____
_____
_____

38. ¿Considera que la información personal que escribe en Internet esté segura y no sea mal utilizada?

A) Sí existe seguridad ( ) B) No existe seguridad ( )

¿Por qué?

_____
_____
_____

39. Explique en qué le gustaría mejoraran los servicios por Internet de las dependencias gubernamentales y cuáles necesidades empresariales requiere cubrir mediante los sitios *web*.

_____
_____
_____
_____

MESA IV

.FAMILIA, ORGANIZACIONES Y DESARROLLO REGIONAL

1. REFLEXIONES ACERCA DE UN MODELO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL DOCENTE EN UNA INSTITUCIÓN PARTICULAR DE EDUCACIÓN PRIMARIA EN LA CD. DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

Dra. Isis Mandujano Domínguez
Mtro. Justino López Aguilar
Dr. Rocky David Mancilla Escobar
Dr. Pedro Antonio Chambé Morales

Resumen

Este trabajo aborda algunas reflexiones, a partir de una revisión bibliográfica de la evaluación del desempeño profesional docente en la educación básica identificándose los determinantes así como los componentes de algunos de los modelos contemporáneos de evaluación del desempeño docente. Para reconsiderar la propuesta de un modelo de evaluación del desempeño en una institución educativa particular de educación primaria en la Cd. de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Introducción

Reyes (2002) opina que el éxito de toda función tanto social como administrativa depende de dos elementos: las personas que realizan y dirigen dichas funciones (colaboradores), y los bienes o cosas que fungen como instrumentos para realizarlas. Por lo tanto, evaluar el desempeño viene a ser una de las claves principales para la corrección, mantenimiento y mejoramiento de la calidad en el servicio que brindan las organizaciones.

El presente trabajo surge tras haber realizado una investigación de campo sobre la evaluación del desempeño docente; y de la dirección de una tesis maestral en Administración con terminal en Dirección de Negocios, que incluyo la descripción del caso de estudio de una institución particular de educación primaria e la Cd. de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

La evaluación del desempeño profesional docente en la educación básica

Amorós (2009), citado por Pérez considera a la evaluación del desempeño como un procedimiento estructural, sistemático cuya principal función es medir, evaluar e influir tanto en los atributos, comportamientos y en los resultados relaciones con el trabajo.

Asimismo, se descubre la medida de productividad del colaborador, si podrá mejorar, si se pueden implementar nuevas políticas para mejorar el desempeño y por último, observar si existen problemas que afecten al personal en su desempeño.

Chiavenato (2011), la reconoce como una apreciación sistemática del desempeño de cada persona en un cargo o del potencial que visualizan para el desarrollo futuro. De acuerdo con el autor, la importancia de la evaluación es documentar cuan productivo es un colaborador y en cuáles áreas de desempeño podría mejorar. Dicha evaluación no debe ser a un simple juicio superficial y unilateral del jefe respecto al comportamiento de su colaborador.

Para el Sistema Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE, 2011, citado por García & Aguilera, 2011), la evaluación del desempeño docente tiene como propósito determinar la eficacia y eficiencia del docente en el cumplimiento de sus funciones según el cargo que desempeña como un mecanismo constante para retroalimentar el proceso educativo y su mejoramiento profesional.

Asimismo en el documento Perfil, parámetros e indicadores para docentes y técnicos docentes y propuesta de etapas, aspectos, métodos e instrumentos de evaluación; de la subsecretaria de educación básica de la Secretaría de Educación Pública (SEP) refiere, “para que el maestro de educación primaria desarrolle una práctica educativa que garantice aprendizajes de calidad debe comprender que su quehacer es de carácter académico e implica tener capacidad para aprender de la experiencia docente y para organizar la propia formación continua que se proyectará a lo largo de su vida profesional” .

Hechas las consideraciones anteriores es necesario enfatizar que cotidianamente en el ambiente en que se desenvuelve un trabajo, influyen factores que tanto aumentan como pueden disminuir el desempeño laboral o profesional de los docentes. Los factores que influyen en el desempeño son

las características personales y profesionales que constituyen aspectos importantes que intervienen en la práctica docente (Carrascosa, Fernández, & Orozco, 1991, citado por Contreras, 2006).

Dichos factores provocan un bajo rendimiento en su capacidad de enseñanza, falta de motivación, falta de interés, resistencia al cambio, resistencia a la autoridad, entre otras. Lo anterior descrito, hace hincapié a lo comentado por el autor Cummings (1985), que considera que el desempeño del colaborador es una consecuencia directa de la habilidad del mismo y de su motivación para desenvolverse en el trabajo, como podemos observar en la ilustración 1 encontramos los determinantes del desempeño.

En igual forma las características que presenta un profesor tales como conocimientos, saber hacer, competencias y habilidades necesarias para hacer desarrollar distintas actividades y responsabilidades en las aulas provienen de diversas fuentes (familia, cultura, compañeros de trabajo, amistades, educación) que condicionan las características personales y profesionales del profesor (Tardif, 2004, citado por Contreras 2006).

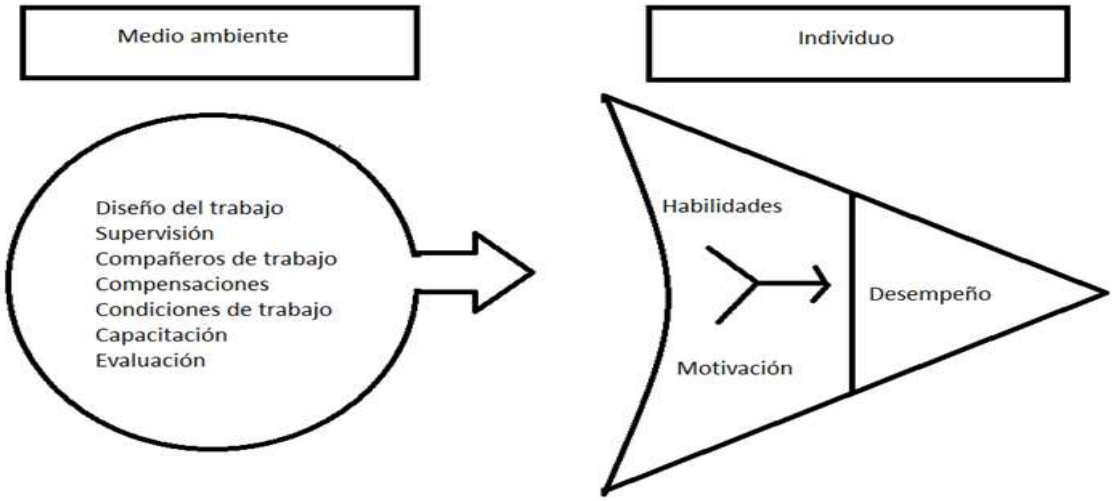


Ilustración 1. DETERMINANTES DEL DESEMPEÑO.

Fuente. Cummings, L.L. & Schwab, D. P. (1985). *Recursos Humanos: Desempeño y evaluación.* México: Editorial Trillas.

Así pues Torres (2005), recalca que la evaluación docente no debe verse como una estrategia para la vigilancia y control de las actividades de los mismos, debe verse como una forma de fomentar y favorecer la labor del profesorado, con la intención de identificar las cualidades de un buen docente, y originar políticas educativas que mejoren la calidad de enseñanza.

Adicionalmente la evaluación del desempeño docente permite conocer cuáles son los factores clave para mejorar el nivel de aprendizaje y cómo elevar la calidad de los servicios educativos. En este sentido hay que apuntar que el servicio que se brinda en una escuela particular es de una manera más personalizada debido a que en cada aula se aceptan una cantidad menor de niños que en una escuela pública, por lo consiguiente, al brindar el servicio en una tarifa más alta a la pública los resultados que deben demostrar ante los padres de familia que brindan la confianza de la educación de sus hijos a la institución debe ser no sólo recíproca, debe ser mayor, por lo que habría que valorar que tanto influyen los factores personales, las condiciones del ambiente institucional, los problemas de adaptación institucional, y las deficiencias en las capacidades y habilidades dentro de la organización. Inclusive la preocupación de los padres de familia es de esperarse, por lo que una empresa particular dedicada a impartir educación de calidad, debe cuidar en todos los aspectos las cualidades de sus docentes, además de procurar un sano crecimiento de la institución, de los alumnos, y del docente mismo.

Modelos de evaluación del desempeño docente

Modelo basado en la opinión de los alumnos

Este modelo se concentra en que los alumnos son las mejores fuentes de información en el proceso de enseñanza – aprendizaje, debido a que tienen la experiencia dentro de dichos procesos y han tenido contacto con diversos docentes (Aleamoni, 1987, citado por Jiménez, 2008).

La evaluación docente a través de la opinión de los alumnos puede realizarse a través de información tanto cuantitativa o cualitativa (Jiménez, 2008). En el primer caso, la manera de obtención de información es a través de cuestionarios en papel o en línea; en caso de ser el segundo supuesto, es mediante el uso de entrevistas. La metodología a utilizar depende de factores como la infraestructura de la institución, el número de docentes a evaluar, y por sobre todo, el objeto de la evaluación.

Modelo de evaluación a través de pares

French-Lazovick (1987, citado por Jiménez, 2008), define al modelo de evaluación a través de pares como el procedimiento por el cual miembros de una comunidad docente juzgan el desempeño de los docentes, generalmente forman parte del mismo campo disciplinario.

Arce (2010) indica que, el par es el especialista de una materia específica, esta persona está capacitada y es experta en su área, por lo que puede ejercer un juicio fundado y vinculado con su especialidad, aportando información sustentada y orientada a los ideales que la institución educativa representa, y considera que dentro de este modelo se deben incluir dimensiones como el conocimiento de la asignatura, la planeación didáctica, la evaluación de los aprendizajes y el desarrollo del material que emplea el docente para la ejecución de sus clases.

Modelo de autoevaluación

La autoevaluación es un proceso permanente de verificación, diagnóstico, exploración, análisis, acción y realimentación a nivel interno, favorece a la persona que lo realiza en un análisis introspectivo que reluce y se identifican las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

El modelo está basado en la idea de la reflexión del docente hacia sus funciones, un autoanálisis que permitirá corregir errores y erradicar las practicas no fructíferas que se han empleado, de igual manera, el docente se dará cuenta del interés que demuestra en su labor de enseñanza (Caballero, 1992, citado por Jiménez, 2008).

La metodología en que se utiliza este modelo, puede ser a través de tres variantes: un informe libre, cuestionarios y listas de cotejo.

Modelo de evaluación a través de portafolio

Básicamente, el modelo de evaluación a través de portafolio es cualitativo, puede ser utilizado con diferentes fines, sin embargo, los modelos de evaluación se enfocan precisamente en ser de diagnósticos, formativos y sumativos ; entre los documentos que evidencian la experiencia del docente son las planificaciones, materiales didácticos elaborados y utilizados en el aula, ejemplos de las evaluaciones a los estudiantes, reflexiones sobre su labor, como el concepto y la percepción

que tienen de la misma, así como publicaciones, reconocimientos, diplomas, o constancias de actualización.

Para implementar dicho modelo, se debe considerar aspectos y definirlos, es decir, se debe puntualizar si el docente aportará libremente el contenido que considere necesario, o existirá restricciones (documentos específicos solicitados), de igual manera si se aportarán tanto física como electrónicamente y establecer los criterios de evaluación en base al perfil del docente (uso de pares, escalas, entre otros) (Peterson, 2000ª, citado por Jiménez, 2008).

Modelo centrado en el perfil del maestro

El modelo centrado en el perfil del maestro consiste en evaluar al docente a través de un perfil previamente establecido, el cual determinará el grado de concordancia o reciprocidad entre los rasgos, y características del docente con dicho perfil.

Para elaborar el perfil, las características deben ser elegidas de acuerdo con las percepciones que tienen los diferentes grupos como los padres de familia, los directivos, los alumnos, etc., con la finalidad de destacar los rasgos importantes de los docentes para guiar a los alumnos a la obtención de logros y objetivos.

Modelo centrado en los resultados obtenidos

Valdés (2000), menciona que este modelo surge de una corriente de pensamiento que crítica a las escuelas y lo que se hace en ellas, al mismo tiempo sostienen que: "*El criterio que hay que usar no es el de poner la atención en lo que hace éste, sino mirar lo que acontece a los alumnos como consecuencia de lo que el profesor hace".*

En otras palabras no se necesita evaluar al maestro directamente sino evaluar a sus estudiantes para saber qué saben, cuánto saben y qué tan bien lo saben (Montenegro, 2007).

Sin embargo son cuestionables los resultados de dicho modelo, debido a que los resultados obtenidos de los alumnos dependen de múltiples factores.

Modelo centrado en el comportamiento del docente en el aula

Este modelo se centra en el comportamiento del docente que muestra o ejerce en el aula, lo que se propone que la evaluación del desempeño docente se realice a través de la identificación de los comportamientos del docente que lleguen a beneficiar al alumno en la obtención de sus metas, logros y éxitos, y aunado a eso, a ser un humano de calidad en valores y buen elemento para la sociedad.

El modelo es atractivo en la medida en que presta atención sobre la forma como el docente trabaja, en su dedicación y compromiso para con los alumnos, para con él mismo, para con el colegio y para con el futuro de la sociedad.

Modelo de la práctica reflexiva

El modelo de la práctica reflexiva se fundamenta en un conceptualizar la enseñanza como: *"Una secuencia de episodios de encontrar y resolver problemas, en la cual las capacidades de los profesores crecen continuamente mientras enfrentan, definen y resuelven problemas prácticos"* a la que Schon (1987, citado por Valdés, 2000) llama reflexión en la acción.

Dicha reflexión se da sobre la acción o evaluación, al término de observar o valorar los hechos para observar y analizar los éxitos, los fracasos y las cosas que se podrían haber hecho de otra manera y no se hicieron.

Al emplear la palabra acción, hace prioridad a la clase, o a la utilización de herramientas u otras formas de organización a favor del proceso de enseñanza - aprendizaje.

En la Ilustración No. 2 resume a los enfoques mencionados anteriormente.

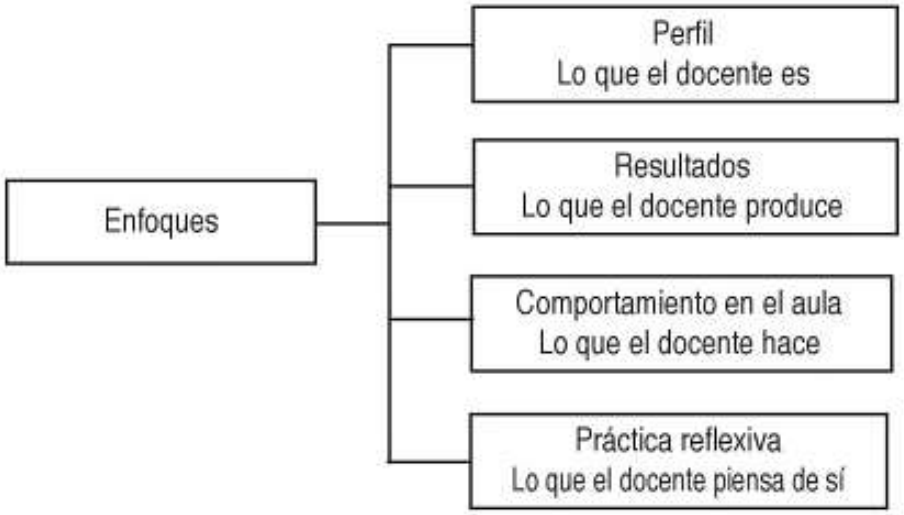


Ilustración 2 Enfoques de los modelos de evaluación de desempeño docente.

Fuente. Montenegro, A. I. (2007). *Evaluación del desempeño docente: fundamentos, modelos e instrumentos* (2ª ed.). Bogotá, D.C., Colombia: Magisterio Ediciones Especiales.

Es importante considerar los diversos modelos de evaluación del desempeño docente, debido que cada uno de los modelos presentan tanto desventajas como ventajas y se canalizan en diversos aspectos del desempeño, algunos no consideran todas las características que tendría que valorarse, e indudablemente estos modelos son reconocidos por su similitud a la realidad educativa.

Métodos de evaluación del desempeño

Cabe mencionar que se requieren métodos para obtener información y conformar un modelo de desempeño profesional docente. Valdés (2000) presenta métodos cuya utilización son considerados necesarios y útiles para evaluar de manera valida y confiable el desempeño profesional del docente, al igual que las dimensiones o información que deben considerarse.

Tabla 3

Métodos de Evaluación del desempeño

MÉTODO	DIMENSIONES QUE EVALÚA
1. ***Observación de clases***	✚ Capacidades pedagógicas. ✚ Sistema de relaciones interpersonales con sus alumnos. ✚ Responsabilidad en el desempeño de funciones. ✚ Emocionalidad. ✚ Resultados de su labor educativa.
2. ***Encuesta de opiniones profesionales***	✚ Capacidades pedagógicas. ✚ Emocionalidad
3. ***Pruebas objetivas estandarizadas y test sobre desarrollo humano.***	✚ Resultados de su labor educativa.
4. ***Portafolio***	✚ Responsabilidad en el desempeño de sus funciones.
5. ***Test de conocimientos y ejercicios de rendimiento profesional***	✚ Capacidades pedagógicas.
6. ***Autoevaluación***	✚ Capacidades pedagógicas. ✚ Responsabilidad en el desempeño de sus funciones.

Metodología

La metodología utilizada fue en su mayor parte cualitativa por su carácter propositivo y correspondiente al método inductivo, el cual permitió proponer un sistema de apoyo mediante un modelo de evaluación de desempeño. Los métodos empleados fueron estudio de caso, entrevista y cuestionario diseñado con preguntas de escala Likert.

Descripción del caso de estudio

El Centro Educativo Rufino Tamayo es una institución educativa particular fundada en el año de 1998, por lo tanto, tiene una trayectoria de dieciséis años prestando servicios de calidad, inculcando a los niños valores que les facilite su integración a la sociedad actual, y a su involucramiento social, dicha institución se encuentra ubicada en la capital del Estado Chiapaneco.

Se apertura el nivel primaria durante el ciclo escolar 1998 – 1999; posteriormente se inicia durante el ciclo escolar 2000 – 2001 el nivel preescolar. Para el año 2006 se formaliza la integración de los servicios educativos en el nivel secundaria. Y en el ciclo escolar 2011-2012 inicia la atención de nivel maternal a partir de los dos años de edad.

La misión del Centro Educativo es:

"Educar para la Vida por medio de un sistema educativo de calidad, que favorezca y promueva su desarrollo integral y formación de valores; para resolver con éxito los desafíos del presente y futuro".

Literalmente la visión de la institución es:

"Ser la mejor opción educativa, que asegure a los alumnos calidad en el desarrollo del proceso educativo; dotándole de bases para el aprendizaje permanente y el dominio de las tecnologías de la información y comunicación, sustentado en valores éticos que le permitan soluciones competitivas y creativas en un mundo globalizado".

El Centro Educativo Rufino Tamayo, S.C., es una institución educativa que para su éxito o fracaso depende de la percepción de la sociedad y de sus alumnos, de su calidad en el servicio, de su

personal, logrando ser una institución estable a lo largo de sus años de servicio, que a la vez, ha sido su fortaleza para lograr un crecimiento considerable en sus matrículas.

Los principios formativos de la institución se fundamentan en su lema: *"Hoy Calidad de Enseñanza, Mañana Calidad de Vida".* Su lema, es un compromiso de la institución y su forma de ver la educación para el futuro.
Respecto del personal del nivel de educación primaria se conforma por trece docentes y tres administrativos (Director general, Directora de nivel primario y responsable Técnico pedagógico).

La estructura organizativa de la institución es la representada por la ilustración 3, con la finalidad de brindar el mejor servicio educativo y atención a los alumnos, de igual manera podemos observar en la parte delineada con rojo, la sección que corresponde al nivel primaria de dicha institución a la cual se enfocó la investigación.

Resultados de la investigación

En relación a las preguntas aplicadas a los encuestados, y partiendo de la selección de resultados significativos, se encontró que en la dimensión disponibilidad, se identificó el grado de aceptación de los docentes hacia un modelo de evaluación del desempeño; tuvieron una actitud favorable (positiva) localizándose puntajes altos.

En relación a los modelos de evaluación, que corresponde a la dimensión modelo, se detectaron puntajes elevados hacia el empleo del portafolio, perfiles docentes, opinión de los alumnos, evaluación por pares académicos y el practicar una retroalimentación de sus acciones en el aula a través de la autorreflexión.

Referente a los resultados en las preguntas abiertas, el 58% del personal docente de la institución educativa considera que la organización e integración son los factores que contribuirían a crear un modelo de evaluación del desempeño debido a que de esta manera se sistematizaría, es decir, se establecería un procedimiento de las actividades a realizarse; mientras que el 42% considera que el factor importante es promover oportunidades de desarrollo para el personal docente de manera que se capacite y adquiera nuevos conocimientos.

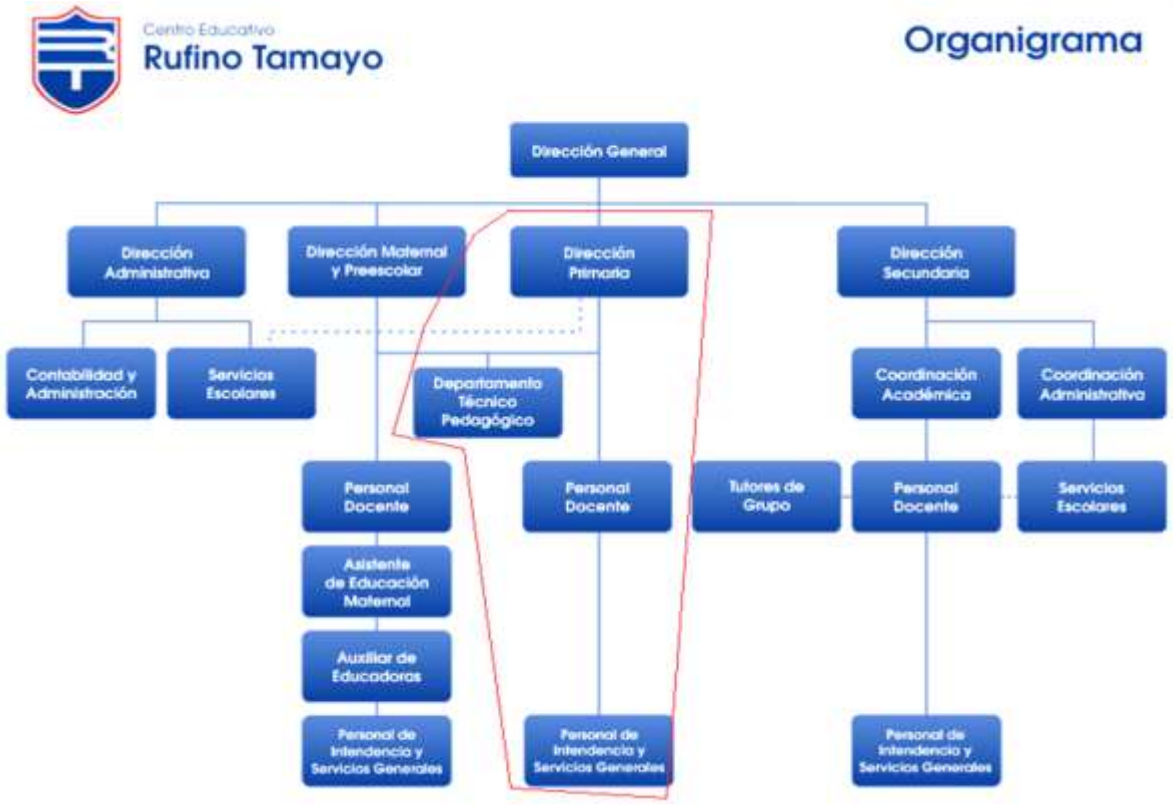


Ilustración. 3 Organigrama del Centro Educativo Rufino Tamayo, S.C.
Fuente. www.centroeducativorufinotamayo.edu.com

Con referencia a los resultados de las entrevistas aplicadas a los directivos la opinión sobre las evaluaciones de desempeño docente son compartidas entre la dirección general y el departamento técnico; dicha opinión es resumida en que las consideran importantes, y que tanto para los docentes, alumnos y directivos son de utilidad, pues, la importancia no radica en la aplicación de la evaluación sino en la finalidad que se le darán a los resultados.

También notamos, que dichos directivos consideran satisfactorio el emplear un modelo de evaluación del desempeño basado en los objetivos, expectativas de la institución, al mismo tiempo valorando los elementos fundamentales de la formación académica de cada docente y acorde a las funciones que desempeñan. Inclusive suponen que no habría inconveniente u oposición por parte de los docentes, lo que probaría que el ambiente laboral es de mutua confianza.

Cabe mencionar que la intención de brindar mejores servicios es palpable y constante para la dirección del colegio, y consideran que los beneficios que podrían ofrecer mayormente son beneficios mutuos, que ayude, fortalezca el aprendizaje del docente y al mismo tiempo a la institución al contar con docentes más capacitados o con nivel académico, por lo que, los beneficios serian la capacitación, el reconocimiento ante la institución y quedaría en tentativa un estímulo económico, que a razones o términos fiscales, son deducciones para el pago de impuesto sobre la renta.

Modelo de evaluación del desempeño profesional docente propuesto.

El modelo propuesto, que se muestra en la ilustración 4, tiene fundamento en modelos contemporáneos que adopta las distintas características que las hace únicas e importantes, adaptándolas o formando un conjunto de componentes que tratan de abarcar la complejidad del trabajo docente dentro de la institución educativa y del aula principalmente. La evaluación del desempeño profesional docente debe ser un proceso sistemático que permita obtener información adecuada y confiable para la toma de decisiones dirigidas al pro de la educación y mejora del servicio educativo.

Reflexiones al modelo de evaluación del desempeño profesional docente

Las abordaremos desde tres aspectos desde los actores, proceso y contexto.

El personal docente, es el recurso humano valioso de cualquier institución y empresa que requiere ser orientado, retroalimentado, y capacitado. Por tanto la evaluación de su desempeño es necesaria para mejorar su formación y práctica profesional, porque provee la información necesaria para la mejora académica.

Los directivos de la institución son los tomadores de decisiones, son quienes deben establecer procedimientos que permiten la retroalimentación efectiva y necesaria para la mejora del desempeño del personal docente. Además de ser los responsables solidarios no solo con los docentes, sino con los padres de familia, alumnos, e institución. Deberán generar un fuerte compromiso que a partir de acciones concretas aseguren la calidad educativa.

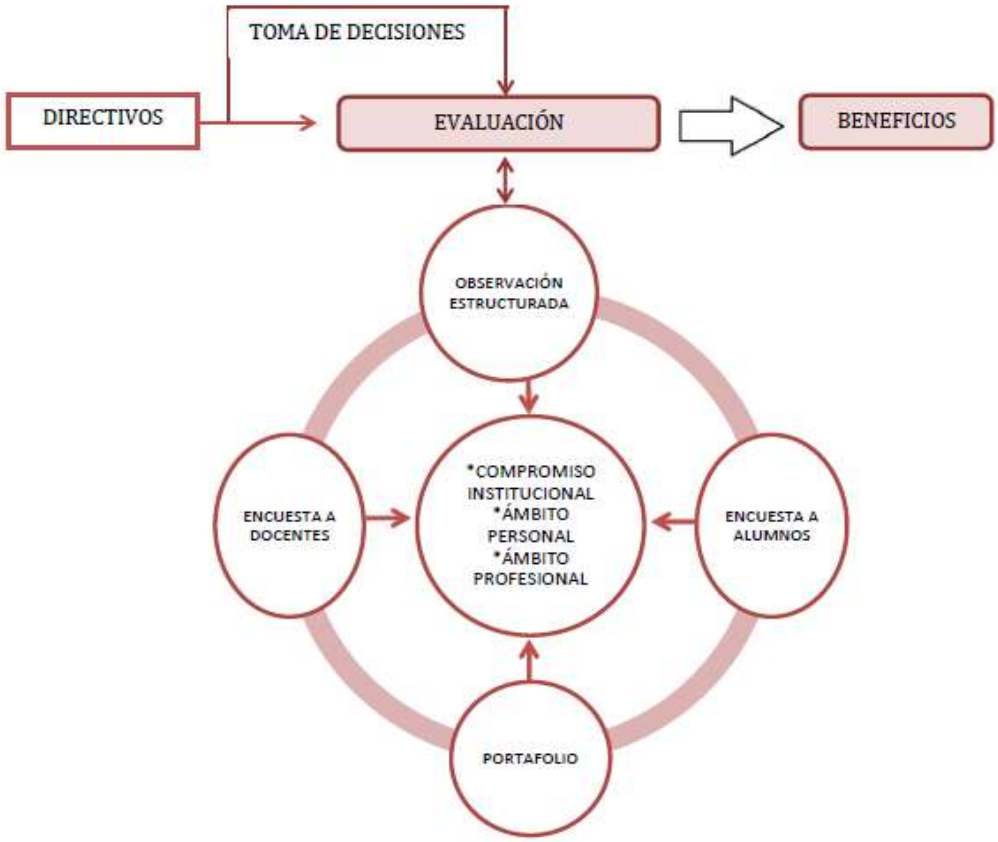


Ilustración 4 Representación de los elementos del modelo de evaluación

Fuente. Reyes A. J. (2015).*Modelo de evaluación del desempeño profesional docente en la institución educativa particular: Centro Educativo Rufino Tamayo, S.C.* (Tesis de Maestría).Facultad de Contaduría y Administración C-1.Universidad Autónoma de Chiapas. México.

Es necesario reconocer que la evaluación del desempeño logra el perfeccionamiento de las estrategias de enseñanza-aprendizaje, e identifica fortalezas y debilidades de los docentes, requiere aplicarse de forma sistemática para crear no solo una cultura de evaluación sino de mejora continua del quehacer docente.

Si bien es cierto que las instituciones educativas privadas dependen de los recursos económicos que ingresan en función al número de estudiantes. Se requiere desarrollar estrategias de planeación,

mercadotecnia y fiscales, que doten a este tipo de organizaciones de los ingresos necesarios para mejorar la calidad de sus servicios.

Conclusiones

Para finalizar hacemos hincapié en las actitudes de los docentes que evidencian en la disponibilidad para ser evaluados, enfatizando que son los resultados de la evaluación del desempeño los que interesan; también términos de los beneficios y estímulos que reciban.

Y que aseguren un cierto nivel de vida y nivel de formación profesional adecuada a los tiempos que se están viviendo; así como a la satisfacción de los saberes de los alumnos.

La propuesta de un modelo de evaluación del desempeño deberá ser entonces adaptable y perfectible.

Bibliografía

- Arce, O. J. (2010). *Fines y modalidades de la Evaluación Docente en el Nivel Superior en México.* Revista Digital Universitaria, Vol. 11 Núm. 6. Recuperado el 01 de Junio de 2010 de: http://www.revista.unam.mx/vol.11/num6/art60/
- Centro Educativo Rufino Tamayo (2012). Recuperado de: http://rufinotamayo.edu.mx/
- Contreras, S. A. (2006). ¿Qué factores pueden influir en el trabajo de los profesores de ciencias chilenos? *Revista electrónica de enseñanza de las ciencias*, 5 (2), 378 – 392. Recuperado de: http://reec.uvigo.es/volumenes/volumen5/ART10_Vol5_N2.pdf
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: el capital humano de las organizaciones* (8ª ed.). México: McGraw Hill.
- García, A. M., Aguilera, M. A. & Muñoz, A. G. (2011). *Evaluación de los aprendizajes en el aula, opiniones y prácticas de docentes de primaria en México.* México: Sistema Nacional para la Evaluación de la Educación. Recuperado de: http://publicaciones.inee.edu.mx/buscadorPub/P1/D/410/P1D410.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. C. & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª ed.). México: McGraw Hill.

- Montenegro, A. I. (2007). *Evaluación del desempeño docente: fundamentos, modelos e instrumentos* (2ª ed.). Bogotá, D.C., Colombia: Magisterio Ediciones Especiales. Recuperado de: http://books.google.com.mx/books?id=8mH8ozUEIL4C&pg=PA31&dq=modelos+de+evaluacion+docente&hl=es&sa=X&ei=CbKIU4fyK8aSqAbNn4L4Dg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=modelos%20de%20evaluacion%20docente&f=false
- Pérez, M. A. (2009). *Propuesta de un sistema para la evaluación del desempeño laboral en una empresa manufacturera.* México. Recuperado de: http://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/5625/TESIS%20PEREZ%20MONTEJO%20ANNA.pdf?sequence=1
- Perfil, parámetros e indicadores para docentes y técnicos docentes. Subsecretaria de Educación Básica. Coordinación del Servicio Profesional Docente. SEP [en línea] http://servicioprofesionaldocente.sep.gob.mx/content/ba/docs/2015/permanencia/parametros_indicadores/PPI_DESEMPENO_DOCENTE_TECDOCENTES.pdf
- Reyes, A. (2002). *Administración Moderna* (13ª reimpresión). México: Editorial Limusa.
- Sistema Nacional de Registro del Servicio Profesional Docente. SEP [en línea] http://servicioprofesionaldocente.sep.gob.mx/ba/permanenciadocentes/inicio/
- Valdés, V. H. (2000). *Evaluación del desempeño docente.* Encuentro iberoamericano sobre la evaluación del desempeño docente. México, recuperado Mayo, 2000 de: http://www.oei.es/de/rifad01.htm

2. EPÍTOME DE LA PROFESIONALIZACIÓN DEL DOCENTE DEL NIVEL BÁSICO, MEDIO SUPERIOR Y SUPERIOR EN CHIAPAS

Alicia Yulieth Zebadúa Sánchez
Luis Madrigal Frías
José Francisco Oliva Gómez

Resumen

La idea medular del siguiente escrito es presentar una investigación que aborde los diversos procesos de profesionalización de los docentes del nivel básico, medio superior y superior. Por medio de la obtención de beca comisión y año sabático, brindado por la Secretaría de Educación de Chiapas, se delimita como variable el análisis de los actores en cuestión, considerando la perspectiva desde la mirada de los actores que forman parte de una familia, de maneras de organizarse y de cómo se lleva cabo el desarrollo regional en los diversos escenarios donde actualmente se encuentran.

Comprender dichos procesos permitirá al desvelamiento de los modelos de formación de profesionalización que están emergiendo de ellos, a partir de concepciones que se configuran, así como las condiciones institucionales, acciones y procesos académicos de apoyo que brinda la Secretaría de Educación a los docentes de estos niveles educativos, así también desde esta mirada crítica de la organización escolar y que tanto impacto tiene en el nivel educativo que ostenta.

La comprensión de los procesos de formación en los posgrados permitirá establecer relaciones significativas entre las políticas de formación, las estrategias de un programa de formación y las propias acciones llevadas a cabo por los actores del escenario formativo. Y a partir de ello indagar cuáles son las necesidades educativas de investigación de los docentes del nivel básico, medio superior y superior y realizar diversas propuestas de actualización y formación educativa.

Palabras clave: profesionalización docente, familia, organización, beca comisión, Secretaría de Educación, Chiapas, posgrados, formación.

Introducción

Dentro del nivel básico medio superior y superior se ofertan las becas comisión y en el caso del año sabático, los niveles que se encuentran inmersos es el medio superior y superior. La importancia de esto es que los profesores que buscan profesionalizarse, con el apoyo y estímulo que brinda la Secretaría de Educación (SE), publicando por medio de convocatorias que cada año publican, están intentando posicionarse académicamente, ya sea cumpliendo con las exigencia institucionales o formarse en términos de la profesionalización y de la investigación. Conocer este cambio, tomando como referencia la naturaleza de los programas de posgrados en los que han estudiado y la experiencia individual (profesional) que cada uno obtiene por el hecho de haber estudiado en determinado posgrado, resultaría en una comprensión del impacto de los programas de becas que la SE proporciona.

Cabe apuntar, que la revisión de los posgrados que se ofertan en Chiapas permite comprender no solo los estilos de formación, de enseñanza-aprendizaje y los procesos de elaboración de tesis, sino además conlleva a vislumbrar las culturas de formación de investigadores en los escenarios formales de los programas de posgrado en educación en el país (Weiss, 1998). Además de analizar la familia en la que fueron formados, así como el tipo de organización y desarrollo regional que se poseen en cada seno familiar y de las oportunidades que pueden brindarle para lograr profesionalizarse de acuerdo a las diversas propuestas educativas que la Secretaría de Educación oferta.

Esta indagación nos conduce a comprender los procesos que desarrollan competencias de investigación durante el trayecto formativo de un programa; fundamentalmente nos conduce a entender cómo los esfuerzos institucionales por lograr la eficiencia terminal en los posgrados generan prácticas y acciones específicas desde las políticas y normas generadas al interior de cada programa que orientan estrategias y acciones encaminadas al logro de la culminación de la tesis de grado.

Se sabe que estos procesos reflejan la particularidad y originalidad de quienes incorporan en su trabajo las habilidades desarrolladas en su historia formativa, esto es, su estilo de investigación definido por su disciplina de procedencia, así como el estilo de la cultura investigativa al que se

adscribe como miembro de una comunidad de investigación que dirige y evalúa su trabajo (Van Manen, 2003).

Comprender dichos procesos nos acercará al desvelamiento de los modelos de formación de profesionalización que están emergiendo de ellos, a partir de concepciones que se configuran, así como influye la familia, tipos de organizarse y como llegan a desarrollarse regionalmente en los diversos contextos, las condiciones institucionales, acciones y procesos académicos de apoyo que se entretejen para el logro de los objetivos planteados (García et al., 2003).

La comprensión de los procesos de formación en los posgrados permitirá establecer relaciones significativas entre las políticas de formación, las estrategias de un programa de formación y las propias acciones llevadas a cabo por los actores del escenario formativo.

La conformación de estos modelos de formación de investigadores educativos nos conduce a establecer posibilidades en el terreno de las propuestas para fortalecer a las instituciones en cuanto el logro de sus objetivos, ya que las instancias evaluadoras de la educación superior ponderan el aspecto de la eficiencia terminal como uno de los principales rubros de calidad (Guillén, 1990).

Conscientes de esto, sabemos que la mejor manera de generar propuestas valiosas y productivas es necesariamente desde la investigación que nos permita entender cómo se dan estos procesos, recuperar diversas experiencias que permitan la conformación de los modelos formativos que están imperando, para posteriormente, exponer las posibilidades de promoción de acciones estratégicas desde la producción de propuestas e intervenciones concretas adaptadas a la particularidad de las instituciones, contextos, actores y procesos de formación. Todas ellas, razones fundamentales que justifican la necesidad de este estudio.

Cuerpo principal

La profesionalización surge a partir del 2006 se implementó en la Secretaría de Educación la oportunidad de obtener beca comisión a los docentes del nivel básico, media superior y superior, para poder realizar estudios de posgrado o bien para realizar investigación durante un año sabático, todo esto con la finalidad de profesionalizarse y llevarlo a la práctica en sus escuelas y favorecer el aprendizaje de los educandos.

La Secretaría de Educación Estatal (SE), elabora cada año diversas convocatorias para el nivel básico, medio superior y superior, en lo que compete este proyecto de investigación, se refiere a las beca comisión y año sabático que los docentes de estos niveles educativos en sus diversas modalidades han obtenido la oportunidad de poseer una de éstas anteriormente enunciadas (SEP, 2013). Lo que se refiere a los años sabáticos solamente se les otorga a los docentes de medio superior y superior de la SE.

En la actualidad no se cuenta con un concentrado de los docentes que han sido beneficiados con beca comisión para realizar un posgrado y quienes han disfrutado año sabático, es decir; se carece de una base de datos para conocer quién es el docente que le asignaron en el caso de la beca comisión, en qué universidad realizó el posgrado, cómo se tituló (tesis, curso, promedio) cómo se llamó su tesis de investigación o cómo se graduó; por otro lado se encuentra el año sabático, en este mismo tenor tampoco se tiene un dato exacto de cuántos lo han solicitado y qué han realizado durante este año, es decir, llevaron a cabo un proyecto ¿lo implementaron en la práctica docente?, ¿qué logros o beneficios obtuvieron al poseer un año sabático en su profesión?. Por lo cual consideramos que es importante describir a cada docente que fue beneficiado en algunos de estos dos rubros para analizar y describir que tipo de posgrado ejecutó, que tema se planteó, qué logros obtuvieron con la tesis de investigación, periodo del posgrado, universidad dónde llevo a cabo el posgrado, que actividades realiza actualmente y finalmente su adscripción actual. Qué importancia tiene la familia dentro de la organización educativa y conocer cuáles son los intereses de los docentes en los aspectos a cultivarse.

Lo anterior consideramos que será un aporte significativo en el ámbito educativo para conocer la profesionalización de los docentes de estos niveles educativos que tiene la SE y con ello saber que

se encuentran haciendo en la actualidad, es decir surge las siguientes interrogantes ¿Realizan algún tipo de investigación en la actualidad? ¿Han realizado publicaciones en revistas, libros, artículos? ¿Qué beneficios obtuvo con el posgrado? ¿Qué acciones o proyectos han realizado con el apoyo del año sabático? ¿Qué línea de investigación está adscrita de acuerdo al COMIE (Consejo Mexicano de Investigación Educativa)? ¿Cuáles fueron las inquietudes para poder realizar un posgrado o alguna investigación? ¿Qué experiencias formativas obtuvieron?, todo esto podremos conocer más a fondo de las inquietudes y diversas cuestiones profesionales que los docentes del nivel básico, medio superior y superior solicitan a la SE y con ello en estos niveles educativos.

Se pretende indagar cuáles son las necesidades educativas de investigación de los docentes del nivel básico, medio superior y superior y realizar diversas propuestas de actualización y formación educativa.

Requerimientos institucionales

En el año 2005 se aprobó el primer presupuesto para el otorgamiento de Beca-Comisión con fundamento en los artículos 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 3, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Chiapas, 13, fracción IX, de la Ley de Educación para el Estado de Chiapas, 12 y 31, fracción IV, del Reglamento para el Otorgamiento de Becas-Comisión al Personal Docente de la Subsecretaría de Educación Estatal. La aprobación fue dada a conocer en el Periódico Oficial del Estado número 367, de fecha 14 catorce de junio del año 2006 dos mil seis (DOF, 2006).

Con esto la SE, la Subsecretaría de Educación Estatal-Sección 40 del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, la Comisión Dictaminadora y el Programa para el Otorgamiento de Becas-Comisión emite una convocatoria cada año dirigidos a los docentes en servicio activo adscritos en Instituciones Educativas Oficiales de la Subsecretaría de Educación Estatal de los Niveles Básico, Medio Superior y Superior, con el objetivo de estimular la superación académica de los docentes mediante el disfrute de la licencia con goce de sueldo por concepto de Beca-Comisión, para realizar estudios de posgrado en Maestría o Doctorado en Instituciones Educativas de prestigio del país y extranjeras, que impartan estudios de tipo superior y cuenten con

Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios(RVOE), inscritas en el Programa Nacional de Posgrados, y el Programa Integral de Fortalecimiento del Posgrado del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) o sus equivalentes en el extranjero.

En la tabla 1, de manera descriptiva se tiene las siguientes universidades y programas de los últimos 5 años, docentes que se han inscrito a algunos de estos programas siendo beneficiadores de la beca-comisión o de año sabático.

Tabla 1. Universidades y programas de posgrados que han participado algunos docentes

UNIVERSIDAD	PROGRAMAS DE POSGRADO
Universidad privada del sur de México	Maestría en Evaluación Educativa
Universidad Salazar Narváez	Maestría en Evaluación Educativa
Universidad Valle de México	Maestría basada en Competencias
Universidad San Marcos.	Maestría en Derecho Procesal Civil
Universidad Mesoamericana	Maestría en Ciencias de la Educación con Especialidad en Administración Educativa
Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH)	Maestría en Enseñanza de las Ciencias Naturales
	Maestría en Enseñanza de las Ciencias Naturales

Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH).	Maestría en Ciencias con Especialidad en Matemática Educativa
	Maestría en Estudios Culturales
	Doctorado en Estudios Regionales
Instituto de Estudios Universitarios A. C.	Maestría en Ciencias de la Educación
Instituto de Estudios Superiores de Chiapas	Doctorado en Administración
Universidad del Sur	Doctorado en Educación
	Doctorado en Administración
Instituto de estudios superiores de Chiapas	Doctorado en Educación
Universidad Benito Juárez Oaxaca	Doctorado en Ciencias de la Educación
Universidad de Alcalá de Henares, España	Doctorado en Estudios Teatrales

Fuente: Elaboración propia

Dentro de las bases generales de la Beca-Comisión, consiste en que se autorizarán a docentes para apoyar la realización de estudios en aquellos campos educativos que resulten prioritarios, de conformidad con las políticas, objetivos, estrategias, acciones y metas educativas establecidas por la Secretaría y que sean afines a las funciones que desempeña como profesor.

Además, la SE conjuntamente con los subsistemas que integran el modelo de educación media superior y superior establecen como uno de los mecanismos para lograr mejores niveles de desarrollo el "año sabático"; beneficio que se otorga a los profesores de carrera de tiempo completo, el cual consiste en el disfrute de un año sabático por cada seis años de servicios ininterrumpidos con goce de sueldo y sin pérdida de su antigüedad para dedicarse al estudio y realización de actividades que le permitan superarse académicamente en bien de su desarrollo profesional y del sistema educativo nacional.

Discusión teórica

Entendemos por profesionalización docente como el compromiso que el maestro adquiere desde su formación inicial y posteriormente durante su desempeño laboral, aspectos que le promueve el desarrollo de la eficiencia y la eficacia para aumentar las capacidades requerida en el trabajo educativo, compromiso que demanda de autoridades, docentes y sociedad un desempeño de calidad, que permitan la ampliación formativa de los ciudadanos contemporáneos, de quienes se solicita un trabajo innovador, pues deberán hacer uso de distintas capacidades, tales como resolver problemas y usar el lenguaje de manera funcional, para cumplir laboralmente bajo un enfoque y pensamiento universal, en la era del conocimiento, como se le ha calificado al momento actual.

Por su complejidad el concepto de profesionalización, se caracteriza e manera integral como un proceso histórico, social y dinámico del ser humano. Considerando su dinamismo por la confluencia psicológica de elementos situacionales, constructivos, para transformar al individuo frente a su propio medio.

Tlaseca (2003) plantea que la formación docente es entendida como la acción dirigida a preparar un sujeto en el ejercicio eficiente para desempeñarse en el proceso de enseñar.

Cuyo objetivo es la profesionalización, considerada ésta como un proceso de aprendizaje y perfeccionamiento del desempeño pedagógico, para la adquisición de mejores competencias. La formación entonces es toda actividad encaminada a capacitar al profesional docente, para su mejor desarrollo como actor central de los procesos educativos.

Liston y Zeichner (2003) interpretan un proceso formativo que continua a través de la carrera docente, equiparada con las causas de instrucción desde un currículo específico.

Resulta importante reconocer que el proceso de instrucción del maestro es fundamental para la formación, proceso que se ha visto insuficiente porque no asegura la profesionalización del maestro mexicano. Sin embargo su formación inicia desde sus primeras experiencias infantiles en la familia, en la interacción socio-educativa, para continuar desarrollándose en la escuela. Desde esta concepción, para Tlaseca el maestro se forma antes y después de su estancia en escuela.

La formación del docente, en argumento de Tlaseca (2003) es un proceso de autoconstitución y autodesarrollo realizado particularmente por un sujeto, que requiere del reconocimiento del otro, para integrarse permanentemente en la acción y el pensamiento transformador; para Liston y Zeichner (2003) debe aspirar directamente a educar a docentes capaces de identificar y organizar sus propósitos, para escoger las estrategias pedagógicas o los medios adecuados, que conozcan y comprendan los contenidos que deben enseñar, que perciban las experiencias sociales y las orientaciones cognitivas de sus alumnos y con quienes pueda contar tanto al interior del contexto educativo como fuera de éste, para dar buenas razones de sus acciones.

La formación es el proceso de preparación que dota al docente de las herramientas necesarias para enfrentar retos y exigencia sociales, le permitan transferir y aplicar el conocimiento a todo contexto en el que tenga la necesidad de solucionar conflictos, para ocasionar la reconceptualización de la profesionalización, bajo la visión de considerar la complejidad del contexto para situar el aprendizaje con carácter permanente.

Asimismo, la profesionalización como preparación y desarrollo profesional supone motivos para que los docentes de educación básica manifiesten como parte de sus proyectos de profesionalización, desde los cuales dan contenido a sus acciones y actos que se anticipan, con motivo de su interés por vivir las experiencias del posgrado. De todos ellos precisamente destaca la asociación que se hace del proyecto de profesionalización con la preparación y desarrollo profesional.

Para la presente investigación se opta por una metodología mixta en la que los abordajes se realizan de manera secuencial, uno como medio de preparación para el otro (Creswell, 2009). Así, el trabajo

propuesto se compone de dos fases generales: a) Una fase de abordaje cuantitativo inicial en la que se hará uso de datos estadísticos como preámbulo para poder explicar las condiciones personales y administrativos de la beca comisión. La manera en que los procesos administrativos determinan las posibilidades de los docentes que la solicitan, además de observar las condiciones personales de estos últimos.

Esta etapa se procura lo siguiente:

- Número de profesores que han sido beneficiados con la beca comisión y año sabático.
- Número de profesores que han solicitado las becas comisión y año sabático pero que no han sido beneficiados por diversas circunstancias.
- Describir las universidades y fechas en las que ha tenido lugar el beneficio de la beca o año sabático.

Para la segunda fase se pretende desarrollar un análisis de los datos que surjan de las entrevistas a los beneficiados de la beca comisión y año sabático. Con base en los resultados de esta aplicación, se realizará el diseño de categorías que permitan construir una interpretación de los elementos que surjan de las entrevistas.

Para el diseño de los cuestionarios se conformaran con base a preguntas abiertas, dado que el interés primordial es recabar la mayor información posible acerca de la visión personal de los actores involucrados. Cabe apuntar que con base en los resultados de la fase cuantitativa, serán conformados los casos de estudio, los cuales serán revisados y analizados en los tres aspectos que contempla el estudio: condiciones institucionales, acciones, programas académicos de apoyo. Para lo cual se elaboraran guías de entrevista estructurada con base en preguntas abiertas que serán incluidas en los tópicos a tratar en la realización de entrevistas a profundidad, en donde además se buscará recuperar las vivencias, percepciones y experiencias personales de los participantes en cada una de las cuatro categorías de actores involucrados.

En esta segunda fase se tendrá identificado dos grandes bloques de trabajo de campo integrados por un conjunto de entrevistas, el proceso de la información recabada y un segundo grupo de entrevistas de profundización.

Como investigadores reconocemos el proceso dialéctico de impacto entre el objeto y los sujetos de estudio, así como nuestra propia subjetividad presente en la toma de decisiones teóricas y metodológicas de la investigación. Sabemos que al operar desde una perspectiva estructural, el proceso de investigación está regulado por la estrategia del sujeto de la investigación (Brunner, 2006), por tanto, la estrategia puede ser cambiante, emergente, dados los encuentros presentes a los largo del proceso investigativo.

Conclusiones

En general, la familia influye en la cuestión de la profesionalización educativa, es decir, que posgrado deben estudiar cual es la finalidad, donde podría ayudar en la organización educativa o de la institución donde actualmente laboran, así como el interés creciente de los profesores por realizar estudios acerca del como fomentar el desarrollo regional en las comunidades, también está asociado con el privilegio que se la ha otorgado en las recientes décadas a la formación permanente y el consecuente aumento de estímulos a los trabajadores académicos, quienes desde luego respaldan sus acciones de profesionalización, en su búsqueda por alcanzar, la productividad, eficiencia, competencia, e incluso la excelencia académica, vía su participación en diferentes experiencias profesionalizantes, al cabo la oferta es vasta en este tenor, pues ello supone un beneficio no sólo individual, sino también, social, institucional, escolar y pedagógico.

Se pretende la conformación y caracterización de la profesionalización que se configura a partir de los procesos vividos y constituidos por las condiciones institucionales.

Referencias

- Brunner, J. et al. (2006) *Análisis temático de la educación terciaria. México, Nota de país.* México: OECD.
- Creswell, J. (2009). *Research Design. Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches.* Angeles: Sage.
- Diario Oficial de la Federación (2006). Periódico Oficial del Estado número (367).
- García, et al (2003). Los académicos en México, hacia la construcción de un campo de conocimiento. 1993-2002, en Patricia Ducoing (coord.) *Sujetos, actores y procesos de formación* (pp. 56-89). México: COMIE.
- Guillén, D. (1990). Algunas reflexiones en torno a los programas de maestría en el área de las ciencias sociales, *OMNIA*, 6 (18), 22-41.
- Liston, D. P. y Zeichner, K. M. (2003). *Formación del profesorado y condiciones sociales de la escolarización*. España: Morata.
- Secretaría de Educación Pública (2013). Programa Sectorial de Educación 2013-2018. Consultado en 30 de abril, disponible en http://www.sep.gob.mx/
- Tlaseca Ponce, M. E. (coord.) (2003). *El saber de los maestros en la formación docente*. México: UPN.
- Van Manen, M. (2003). *Investigación educativa y experiencia vivida. Ciencia humana para una pedagogía de la acción y la sensibilidad*. España: Idea Books.
- Weiss, E. (1998). El desarrollo de la investigación educativa (1963-1996), en Pablo Latapí Sarre (coord.), *Un siglo de educación en México, Tomo I* (pp. 39-89). México: FCE.

3. INNOVACIÓN SOCIAL PARA EL DESARROLLO DE LAS REGIONES: TURISMO RURAL EN CHIAPAS

Tlillalcapatl Gómez Carreto
Lucía Araceli Guillén Cuevas

Resumen

Esta exposición tiene por objetivo discutir aspectos relacionados con la conformación de empresas chiapanecas en el contexto del turismo rural como estrategia de reducción de la desigualdad social en el estado de Chiapas. Ello es resultado de la intervención de actores que inducen procesos de innovación social al reorganizar la vida de las localidades para incorporar proyectos que atiendan la generación de ingresos simultáneamente con la conservación de los recursos naturales, ahora como patrimonio en el marco de iniciativas empresariales.

En la discusión central, se toma como unidad de análisis a una empresa cooperativa recientemente conformada por inducción del gobierno local de Las Margaritas, Chiapas: Cascada El Mirador, Ojo de Agua S.C. de R.L. de C.V. asentada en Ojo de Agua, antes Anexo de Nuevo San Juan Chamula en dicho municipio. Resulta relevante analizar los proyectos para mejora de ingresos que tienen lugar en localidades de este municipio, clasificado entre los de mayores índices de marginación social en México. De esta manera la evidencia empírica permitirá ampliar las discusiones sobre procesos de desarrollo económico basadas en iniciativas empresariales desde su génesis y hasta su consolidación, o en su defecto, estancamiento y desaparición.

Palabras clave—. Innovación social, turismo rural, Chiapas, desarrollo divergente.

INTRODUCCIÓN

Desde el cambio de modelo económico orquestado en México a mediados de la década de los ochenta del siglo XX, y que encaminó un proceso hacia la apertura comercial diez años después, se desalentó la producción de granos básicos con lo que los campesinos se encontraron entonces como hoy, en una suerte de eterno dilema sobre qué actividades económicas emprender para mejorar sus ingresos familiares.

En el caso de Chiapas, una entidad con serios problemas de atraso económico y marginación social, las constantes disyuntivas sobre cómo tomar ventaja de la riqueza de los recursos naturales y que éstos sirvan en primer lugar a los habitantes locales, han sido resueltas impulsando procesos de innovación social para reorganizar la actividad económica en el campo. Esto ha tenido lugar con la intervención de los gobiernos en sus escalas local, estatal y federal y en los últimos años, se han intensificado las iniciativas orientadas hacia la prestación de servicios en el marco del turismo. Estas iniciativas se operan en el marco del Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) en la administración nacional 2013-2018 y en donde se destaca su potencial como motor que impulsa la actividad económica al favorecer el encadenamiento de empresas que desarrollan alrededor de 50 actividades ligadas al turismo. Además, funciona también como impulsor de desarrollo social al elevar el bienestar de las ciudades o poblaciones receptoras de los visitantes (Diario Oficial de la Federación, 2013).

Por lo anterior, este trabajo destaca al turismo rural como catalizador de actividad económica en localidades de Chiapas y en donde recientemente, se han instrumentado diversas acciones para identificar recursos humanos, materiales y naturales que puedan conjuntarse en proyectos empresariales con la finalidad de mejorar la capacidad de ingreso de familias asentadas en zonas rurales de alta marginación social.

Para reflexionar al respecto, este trabajo presenta en primer lugar breves datos sobre los antecedentes que dan lugar a esta exposición como resultado de un proyecto de investigación

instrumentado en la dimensión académica. En seguida, se desarrolla de manera sucinta el aspecto de método, destacando algunas técnicas y delimitaciones temporales y espaciales en donde se ha llevado a cabo la extracción de los datos que dan lugar a esta exposición. El tercer subapartado presenta el encuadre teórico para exponer la pertinencia de los conceptos de innovación social y cómo éste se coloca con pertinencia en la teoría del desarrollo. Posteriormente, se lleva a cabo un breve análisis del contexto económico del turismo destacando algunos aspectos sobre la importancia de Chiapas como destino. Finalmente, se presentan los resultados; el énfasis recae en el proceso de conformación de las empresas orientadas al turismo rural y en donde se discutirán algunas particularidades como perfil del prestador de servicios, intervención del gobierno local y la asamblea ejidal como estructura organizativa que contiene a la empresa.

Al final, las conclusiones recapitulan sintéticamente los rasgos característicos del proceso de conformación de las empresas para turismo en estas localidades rurales.

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo atiende el desarrollo y consolidación de las líneas de generación y aplicación de conocimiento (LGAC) del Cuerpo Académico 129 de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). La LGAC está orientada al estudio de procesos de innovación en sistemas empresariales y cómo se establece su articulación a procesos de desarrollo social.

En el año 2012 se identificaron objetivos de desarrollo en el municipio de Las Margaritas para impulsar proyectos innovadores en términos de organización social a fin de que habitantes de algunas localidades, generen ingresos considerando a sus recursos naturales y culturales como activos empresariales. Para el año 2015, prevalece en la gestión del gobierno local, la idea de continuar con proyectos basados en turismo como alternativa para mejora en la calidad de vida de los pobladores locales. En este marco de visión interinstitucional entre la Universidad y el Ayuntamiento de Las Margaritas, se definieron los siguientes objetivos para este trabajo en particular:

GENERAL: Analizar el proceso de innovación social en la conformación de proyectos de turismo rural y sus redes sociales en Las Margaritas, Chiapas, para contribuir al desarrollo, fortalecimiento y difusión de capacidades locales a partir de dos sociedades cooperativas en el territorio de estudio.

ESPECÍFICOS: 1) Documentar el proceso de conformación de los proyectos participativos El Arcotón, S.C. y Cascada El Mirador, Ojo de Agua, S.C. de R.L. de C.V. en Las Margaritas, Chiapas; 2) Identificar la estructura relacional de los actores sociales involucrados en los proyectos participativos. 3) Coadyuvar al fortalecimiento de la estructura relacional de actores y 4) Formular e instrumentar estrategias para fortalecimiento de capacidades locales que fomenten el desarrollo local de Las Margaritas, Chiapas a partir de los proyectos de empresa citados.

EL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El trabajo se desarrolla en el periodo enero-diciembre 2015 estableciendo dos empresas como unidades de análisis: El Arcotón, S.C. y Cascada El Mirador, Ojo de Agua, S.C. de R.L. de C.V (para este trabajo se vierten reflexiones en torno a la segunda). Para el logro del primer objetivo de investigación, en el cual se sustenta esta exposición, se han utilizado primordialmente dos técnicas que se inscriben en la etnografía como enfoque cualitativo: la observación directa y la entrevista a profundidad.

Cuadro 1.- Técnicas e instrumentos

OBJETIVOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Documentar el proceso de conformación del proyecto participativo Cascada El Mirador, Ojo de Agua, S.C. de R.L. de C.V. en Las Margaritas, Chiapas	Análisis documental	Documentos primarios: acta constitutiva, oficios varios H. Ayuntamiento Municipal, mapas.
	Entrevistas	Guía, grabaciones, fotografías, bitácora de campo
	Sondeo	Cámaras, Bitácora de campo, grabaciones, fotografías

Fuente: Elaboración propia

Análisis documental.- Se llevó a cabo tratamiento documental de la información iniciando con la revisión y selección de fuentes. En su nivel primario, éstas fueron documentos entre dependencias y primordialmente el acta constitutiva de la cooperativa.

Como fuentes secundarias, se consultaron diversas obras especializadas para proceder a la extracción de información sobre innovación social, calidad en el servicio y capacidades locales. Con ello se fue organizando el marco teórico conceptual que ponían de relieve nuestros ejes de análisis. Los sitios mayormente visitados fueron las oficinas de la Dirección de Fomento Agropecuario de Las Margaritas, la biblioteca de la Facultad de Ciencias Administrativas y diversos sitios virtuales.

Entrevista.- Se realizó entrevista a profundidad con fundadores de Ojo de Agua personal del H. Ayuntamiento de Las Margaritas con el fin de obtener datos relativos a la conformación del proyecto participativo.

Sondeo.- Se llevó a cabo sondeo por observación y por diálogo espontáneo: en el H. Ayuntamiento, en centro turístico alterno, Parque Ecoturístico Tziscao, municipio de La Trinitaria y con los integrantes de sociedad Cascada El Mirador, Ojo de Agua S.C de R.L. de C.V.

ENFOQUE TEÓRICO PARA EL ANÁLISIS:

INNOVACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

El enfoque teórico deviene de las discusiones relacionadas con la innovación en su vertiente organizacional o social. Para este propósito, se ponen de relieve la importancia de la implementación de ideas, enfatizando cómo éstas se dan en un marco social que supone interacción entre personas. En el mismo sentido, la teoría del desarrollo es traída a este trabajo en su orientación de la divergencia con el fin de favorecer la aproximación a procesos diferenciados y desiguales de desarrollo económico y social.

La innovación social.- Las discusiones más recientes se originan en el interior de la Comisión Europea en el documento que sirve actualmente de guía para todos aquellos interesados en la innovación social: Guía de la Innovación Social (Comisión Europea, 2013).

La innovación social puede ser definida como el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades sociales, crear nuevas relaciones sociales y ofrecer mejores resultados. Sirve de respuesta a las demandas sociales que afectan al proceso de interacción social, dirigiéndose a mejorar el bienestar humano. Innovaciones sociales son aquellas que no sólo son buenas para la sociedad sino que mejoran la capacidad de actuación de las personas. Se basan en la creatividad de los ciudadanos, las organizaciones de la sociedad civil, las comunidades locales o las empresas. Son una oportunidad tanto para el sector público como para los mercados, de modo que los productos y servicios satisfacen las aspiraciones individuales y colectivas (p.4).

Según la fuente citada (p.4), el proceso de la innovación social se compone de cuatro elementos principales: 1) Identificación de nuevas necesidades sociales: cubiertas o no. 2) Desarrollo de nuevas soluciones en respuesta a estas necesidades sociales. 3) Evaluación de la eficacia de las nuevas soluciones para satisfacer las necesidades sociales y 4) Ampliación y difusión de las experiencias de innovaciones sociales eficaces.

El Diseño Social también se usa como un término para describir los enfoques particulares de la innovación social, estando destinado a capacitar a las personas a nivel local para inventar juntos soluciones al desarrollo económico y los problemas sociales (p.5).

Un importante trabajo sobre el tema de la innovación social, es *Claves de la Innovación Social en América Latina y el Caribe* de Rodríguez y Alvarado (2008). Los autores explican que en el proceso de innovación en el campo social se pueden identificar cuatro grandes fases, en cada una de las cuales se hace frente a factores de propuesta aplicable. El éxito de los procesos de innovación depende, en alto grado de: 1) una definición precisa del problema y del acceso a las ideas que puedan ser útiles para resolverlo. 2) implementación, el éxito

depende de las condiciones para aplicar la innovación, entre las que se cuenta el financiamiento para experimentar con proyectos piloto o demostrativos.

La misión de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en este sentido, es seleccionar las innovaciones probadas, sostenibles y replicables, es decir las que han superado la etapa experimental. 3) aprendizaje y desarrollo, el éxito depende del conjunto de elementos que favorecen el aprendizaje, como las oportunidades para el desarrollo de nuevas capacidades, o para sistematizar la propia experiencia y 4) la diseminación de las innovaciones y su transformación en política pública a escala local, nacional o internacional (The Young Foundation, 2007 en Rodríguez y Alvarado, 2008).

En relación al desarrollo divergente, esta corriente asume que las tasas de crecimiento económico son diferentes en los territorios y que hay niveles de vida desigual en la población. Estos contrastes regionales son el reflejo de que los mercados no son suficientes para corregir los desequilibrios de manera automática. El desarrollo es un proceso acumulativo que manifestará asimetrías de carácter estructural, territorial y socioeconómico, que se recrudecen y generan espacios contrastantes y heterogéneos. Por un lado aparecen unidades territoriales que concentran recursos mientras que otras, los expulsan. Las primeras aumentan su capacidad de crecimiento y las segundas, denotan un alto grado de vulnerabilidad. El desequilibrio es un resultado natural derivado del proceso de crecimiento, por lo tanto esas disparidades regionales no son ni transitorias ni accidentales (Sánchez, 2009; Gutiérrez, 2008 y Peña, 2004).

En esta corriente cobra importancia el enfoque sistémico desde el cual es importante reflexionar sobre el hecho de que cada acción que los actores emprenden, se da en el marco de subsistemas culturales, sociales, económicos, axiológicos, todos los cuales se entretejen a su vez generando contextos que además de complejos, son particulares a cada territorio.

En el análisis de aspectos económicos, son cruciales el ambiente de mercado, las facilidades para la producción y la generación de conocimiento y el contexto social en el que ocurren las

innovaciones. Un sistema es la forma en que se articulan diversos actores y actividades, a la vez que se mejora con ello su conectividad y fluidez (Malcolm, 1999).

BREVE ANÁLISIS DEL CONTEXTO ECONÓMICO

El dinamismo de la actividad en Chiapas se ordena de tal manera que el más activo es el terciario, 65% de empresas; el primario, 8.92% y el secundario, con el 25.37% de participación económica (INEGI, consulta en línea; Morales et al, 2009).

La mayor intensidad empresarial se encuentra en el sector de los servicios y donde INEGI destaca la actividad del comercio y alojamiento y restaurantes. El turismo está dentro de las actividades económicas consideradas estratégicas para generación de ingresos (Secretaría de Economía, consulta en línea). Ello se explica por la presencia de a) recursos naturales y b) grupos sociales con aspectos culturales vivos que les eran propios antes de la llegada de los españoles: se trata de las diferentes etnias mayas (Chiapas, Secretaría de Turismo, consulta en línea). Si bien el turismo se mantiene como elemento generador de ingresos para más del 50% de la población económicamente activa, el problema de desarrollo se perpetúa, como lo indican cifras reportadas por SEDESOL, pues no significa que en la dimensión nacional, Chiapas sea uno de los destinos turísticos más importantes del país (LXI Legislatura, Cámara de Diputados, 2010).

Por lo que respecta al Turismo, la Organización Mundial del Turismo (1995:1), establece que este consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual por periodos no mayores a un año y con propósitos de placer, negocios u otros.

Para el estado de Chiapas, el desarrollo e impulso del turismo en las áreas rurales, se constituye en una alternativa para la generación de ingresos para los habitantes locales. Ello ha tomado especial impulso especialmente por la necesidad de alejar a las familias de la pobreza y marginación social ya que la producción agrícola y ganadera no resultan suficientes para tal propósito.

Por lo que respecta al turismo rural, la Secretaria de Turismo (SECTUR) define al Turismo Rural de la siguiente manera: "Los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. Se desarrolla en el medio rural, y su principal motivación es conocer las costumbres y tradiciones del hombre en el mundo rural, interesándose por su gastronomía, cultura popular, artesanía" (SECTUR, en línea).

El presidente del Comité Científico del Congreso Internacional de Turismo Rural, destaca que Chiapas es la entidad que tiene más destinos para emprender negocios de turismo rural, esto gracias a sus culturas originarias, cuyos habitantes han vivido desde hace cientos de años en los sitios naturales más reconocidos a nivel nacional e internacional. (SECTUR, consulta en línea). En el mismo sentido, el Programa de Ecoturismo y Turismo Rural (PETR), a cargo de la Dirección de Turismo Alternativo de la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos de SECTUR. El PETR tiene como objetivo consolidar los principales destinos de Turismo de Naturaleza en el país mediante la elaboración de un Modelo de Producto de Turismo de Naturaleza, la elevación de la calidad de los servicios y la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos (Mir, Martí y Loyola, 2011).

De acuerdo con Mesías Rodríguez (et al, 2009) es conveniente señalar que se calcula que la actividad turística representa para el Estado un total de 15,240 empleos directos y 46,720 indirectos, por lo que dependen de esta actividad un total de 304,800 chiapanecos.

RESULTADOS: APRECIACIONES SOBRE EL PROCESO DE INNOVACIÓN SOCIAL

La Empresa: Cascada El Mirador Ojo de Agua, S.C. de R.L. de C.V.

La empresa cooperativa se constituyó en el marco de asamblea ejidal l 14 de julio de 2014. Su domicilio es Calle Sin Nombre y sin número de Ojo de Agua, Anexo Nuevo San Juan Chamula con C.P. 30430 en el municipio de Las Margaritas, Chiapas. Inició la sociedad cooperativa con 39 socios, todos habitantes de Ojo de Agua con una aportación total de $ 19, 500.00 diecinueve mil quinientos pesos. Todos declararon dedicarse a la actividad de la agricultura y como ocupación, campesinos y las dos únicas mujeres inscritas se declararon como amas de casa. En su estructura organizacional quedó establecido un consejo administrativo y un consejo de vigilancia. Un día después, la cooperativa obtuvo la certificación de la Presidencia Municipal del H. Ayuntamiento de Las Margaritas, con lo que quedó acreditada su identidad como sociedad cooperativa. El 11 de septiembre del mismo año, procedió inscripción en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio del Estado de Comitán, Chiapas. Su folio mercantil es 1887*5.

En su base organizativa, responden a la estructura de la asamblea ejidal. Es decir, los 39 socios deberán dar cuentas de las tareas e ingresos al total de la asamblea. Los ingresos son para la localidad ya que trabajar en la cooperativa es visto más bien como un servicio para la comunidad. Las dos únicas mujeres no desarrollan ninguna actividad en la cooperativa, y los varones se dedican a la guía del turista y a brindar mantenimiento al sendero y estructuras de protección que han colocado a lo largo de los 700 mts. del recorrido en la montaña.

El contexto social inmediato de esta empresa es la localidad Ojo de Agua del Municipio de Las Margaritas, Chiapas (antes era conocida como Anexo Nuevo San Juan Chamula). En años previos estuvo adherida política y administrativamente a Nuevo San Juan Chamula, núcleo de población conocido también como El Pacayal. Su clave oficial como localidad solía ser 070520081; en el año 2002 se efectúa un movimiento para desvincularse de Nuevo

San Juan Chamula y cambió de nombre a Ojo de Agua, manteniendo la misma clave. Se encuentra a 720 de altitud sobre el nivel del mar. Para el año 2010 cuenta con un total de 379 habitantes, de los cuales 187 son hombres y 192 son mujeres y la localidad tiene un total de 72 viviendas particulares (SEDESOL, consulta en línea).

Figura 1. Foto aérea. Ojo de Agua (Anexo Nuevo San Juan Chamula)

Fuente: Google earth. Imagen de uso libre

A Ojo de Agua se llega recorriendo la carretera federal 190 Comitán-Trinitaria para tomar la carretera estatal Trinitaria-Palenque o carretera México 307. Sobre ésta se transitan 81 kilómetros en duración promedio de 1 hora. Todo el tramo está en condiciones apropiadas para llevarse a cabo por automóvil; es camino pavimentado hasta las dos posibles entradas a la localidad. Una se encuentra al llegar a Amparo Agua Tinta y otra, alrededor de tres o cuatro kilómetros después, poco antes de ingresar al área de El Mirador. El clima es cálido húmedo, con lluvias en verano. En la temporada de pluviosidad los ríos de la zona crecen e incluso se desbordan.

Perfil del prestador de servicios

Los prestadores de servicios son varones en su mayoría, pues aunque se encuentren dos mujeres registradas, la actividad que más se demanda actualmente para el desarrollo de la cooperativa, es el de guía y aseo de los senderos. Tienen la edad promedio de 35 años, casados y con actividad preponderantemente de cultivo de maíz y frijol.

Sobre las capacidades generales para interacción con los visitantes a las cascadas, se aprecia que se dirigen a éstos con frases mínimas de cortesía. Saludan, contestan y explican lo necesario; no obstante, no tienden a sonreír, ni a entablar conversaciones prolongadas con quienes prestan servicio de guía. En relación a la rapidez y atención, la ubicación del prestador de servicio de guía es rápida. Generalmente se encuentran apostados en El Mirador en espera de que alguien contrate su acompañamiento. Entre semana hay presencia de cuando menos uno quien, si hubiera necesidad de otros compañeros, se daría a la tarea de llamarlos pues lo común es que sean los fines de semana y época vacacional de Semana Santa cuando la mayoría de los guías están prestos para brindar el servicio.

Intervención del gobierno local de Las Margaritas

Para un proyecto de esta naturaleza, lo primero que se lleva a cabo, es el reconocimiento del potencial para ser capitalizado en proyectos de empresa. En estos territorios rurales de Chiapas existen magnas posibilidades de emprender proyectos cuyos principales activos se sustenten en la naturaleza y la cultura. Estas tareas se realizan precisamente con la intervención y apoyo de los gobiernos locales organizados en los Ayuntamientos municipales.

Este tipo de empresas surgen desde las iniciativas y análisis en el nivel federal precisamente porque la situación de pobreza y exclusión social determinada por el ingreso de las familias, no es exclusivo de Chiapas, aunque en esta entidad, los problemas sí tienden a recrudecerse. En ese sentido, la discusión sobre la creación de estructuras organizadas que puedan tomar ventaja de recursos naturales y culturales surge en diferentes contextos.

En el caso de México, Mir, Martí y Loyola (2011:5) establecen lo siguiente:

> "En 2010 inició el Programa de Ecoturismo y Turismo Rural (PETR), a cargo de la Dirección de Turismo Alternativo de la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos de SECTUR. El PETR tiene como objetivo consolidar los principales destinos de Turismo de Naturaleza en el país mediante la elaboración de un Modelo de Producto de Turismo de Naturaleza, la elevación de la calidad de los servicios y la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos. El objetivo principal del presente estudio es evaluar el diseño del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural, de acuerdo con los términos de referencia para las evaluaciones de diseño de programas dictados por el Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL). En el marco de la evaluación, se analizó la justificación de la creación y diseño del Programa, se identificó su vinculación con la planeación sectorial y nacional, se analizó la consistencia entre su diseño y la normatividad aplicable en materia de Matriz de Indicadores para Resultados (MIR), y se identificaron complementariedades y coincidencias con otros programas federales".

Lo anterior, es solamente un ejemplo de las intenciones y trabajo realizado sobre las posibilidades de aprovechar en beneficio de la generación de ingreso, los recursos naturales. Las perspectivas de análisis son desde la sustentabilidad y hasta la productivista.

La Cascada El Mirador Ojo de Agua, surge en ese contexto. La política pública para el desarrollo planteó en el diagnóstico para el Plan de Desarrollo 2012-2015 que el turismo alternativo ha significado una oportunidad importante en Las Margaritas. Se reconoce que existe potencial para el turismo alternativo, es decir, la actividad que no se organiza alrededor de grandes hoteles, restaurantes y centros de diversión.

Ojo de Agua es una localidad con injerencia en una de las riberas del Río Santo Domingo y ello constituye un patrimonio natural que se está ofertando para camping o instalación de

campamentos. Otro aspecto está centrado en el paisaje mismo de la localidad, donde simplemente observar la vegetación circundante es un atractivo natural. A ello se suma la organización de las calles y casas que se imprimen como elemento cultural.

Sin embargo, el principal detonador de la actividad para ingreso relacionada con turismo se finca en el conjunto de cascadas, conocidas precisamente como "las cascadas El Mirador". Otro atractivo inherente es el tramo de más de 700 mts. en un sendero con paisaje de montaña, ya que para llegar al conjunto de cascadas es necesario descender caminando por una vereda acondicionada por los ahora socios de la cooperativa

Imagen 2: Reunión de la cooperativa en sesión de capacitación

Foto: Vázquez y Méndez (2015) Trabajo de campo

Habiendo sido identificados estos elementos desde la conformación del Plan de Desarrollo 2012-2015 (H. Ayuntamiento Municipal, 2012), el área de Medio Ambiente del H. Ayuntamiento intervino directamente con los pobladores con la finalidad de organizar sesiones de trabajo en forma de talleres, para iniciar proceso de involucramiento de la comunidad en los proyectos de turismo. Posteriormente intervino la Delegación de Turismo

del Gobierno del Estado de Chiapas a fin de establecer los lineamientos generales para canalizar recursos financieros que contribuyan a la generación de infraestructura.

Estructura organizativa basada en la asamblea ejidal

Es de relevancia destacar que el proceso de conformación de esta empresa, tiene lugar con base en la organización comunitaria. En este sentido, la asamblea ejidal se constituye en la estructura que contiene a la cooperativa, la cual pasa a ser una comisión de trabajo que se delegará a otras personas de la localidad pasado el tiempo que se defina por la asamblea en su conjunto.

Esto significa que la cooperativa se encuentra subordinada a los tres órganos del ejido: la asamblea, el comisariado ejidal y el consejo de vigilancia. No puede decirse que sea una empresa desvinculada de la vida de la localidad, sino que se organiza de tal manera que aunque solamente algunos sean los inscritos o responsables directos, en realidad es toda la comunidad la que tiene injerencia en ésta, pudiendo opinar e incluso intervenir en las decisiones a través del poder de negociación que se adquiere en la participación en la asamblea ejidal.

Ello es congruente con procesos de conformación de estas empresas en las localidades rurales de Chiapas y otros estados de México.

CONCLUSIONES

Existe evidencia suficiente que muestra la marcada intervención del actor gubernamental local en la figura del H. Ayuntamiento para inducir los procesos de innovación social para la conformación de sociedades cooperativas en Las Margaritas Chiapas. Ello obedece a que no existen capacidades de gestión y construcción de proyectos de empresa que los pobladores de localidades con potencial turístico pudieran emprender por ellos mismos.

Las empresas cooperativas orientadas al turismo rural integradas por pobladores de las localidades, tardarán más tiempo en consolidarse si no existen actores que puedan dirigir

procesos de inducción en diferentes etapas: desde la organización de la estructura básica, la capacitación, la gestión, la implementación de establecimientos de servicios y su operación.

El actor gubernamental local coadyuva como gestor de la actividad turística puesto que considera a ésta como potencial para la mejora de ingresos al cumplir con sus metas de promotor del desarrollo social. También, sirve de enlace con otros actores en forma de dependencias de gobierno estatales como la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Economía.

El H. Ayuntamiento de Las Margaritas planteó la organización de la cooperativa en el año 2014 lo cual se logró, implicando con ello una innovación social. La generación del acta de empresa, es la expresión mínima que evidencia la disposición de las personas en Ojo de Agua a transitar por una ruta que les permita mejorar sus ingresos, pues en otras localidades de Las Margaritas, basta con que un integrante de la asamblea ejidal se niegue a aceptar el proyecto, para que este no tenga lugar. Con el documento de asamblea que muestra la disposición a emprender tareas económicas nuevas, deviene de manera implícita, la necesidad de organización al interior de la cooperativa y desde luego, la articulación con otros actores, dentro y fuera de Las Margaritas e incluso de Chiapas como agencias de viajes, compañías de transportación y hospedaje.

COLOFÓN

Este trabajo se encuadra en la serie de tareas del proyecto de investigación *Innovación social, turismo rural y redes sociales. Contribución para el desarrollo local de Las Margaritas, Chiapas.* El proyecto recibió el auspicio del Fondo para Elevar la Calidad de la Educación Superior (FECES) de la Secretaría de Educación Pública (SEP), recurso canalizado por convocatoria de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) para el año 2015. El trabajo ha estado a cargo del Cuerpo Académico Empresas, Innovación y Regiones UNACH-CA-129 de la Universidad Autónoma de Chiapas con colaboradores de la misma universidad, la Universidad Intercultural de Chiapas (UNICH) y el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE), Universidad Michoacana de San

Nicolás de Hidalgo. Además, la vinculación con el H. Ayuntamiento de Las Margaritas ha resultado vital para el proyecto pues ha permitido favorecer la intervención en las localidades rurales y articular objetivos desde el gobierno local y las instituciones de educación superior en el estado y en el país. Se agradece la participación de:

Ing. Heber Nabarro Mejía (H. Ayuntamiento Las Margaritas, 2012-2015)

Ing. Juan José Ruíz Moreno ((H. Ayuntamiento Las Margaritas, 2015-2018)

Médico Julio García Hidalgo (H. Ayuntamiento Las Margaritas, 2012-2015)

Dr. José Alberto Zarazúa Escobar (ININEE)

Dra. María Gabriela López Suárez (UNICH)

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez (UNACH-Tuxtla Gutiérrez)

Lic. Domitila Méndez Méndez (Tesista UNACH-Comitán)

Lic. Laura Daniela Vázquez López (Tesista UNACH-Comitán)

REFERENCIAS

- 1.- Diario Oficial de la Federación (2013) *Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.* PDF disponible en www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf
- 2.- European Commission (2013). Guide to social innovation. Regional and Urban Policy, European Commission, France. Documento. Traducción al español. PDF 71 págs.
- 3.- Gutiérrez Casas, L.E. (2006) "Teorías del Crecimiento Regional y el Desarrollo Divergente. Propuesta de un Marco de Referencia" en *Noésis.* Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. Agosto-Diciembre. Año/Vol. 15. Número 030. Universidad Autónoma de Juárez. Juárez. Chihuahua. México. PDF disponible en http://www.redalyc.org/redalyc/pdf/859/85903008.pdf
- 4.- Gutiérrez Casas, L.E. (2008) *Potencial de desarrollo y desequilibrio regional en Chihuahua*. Editorial SOLAR-Instituto Chihuahuense de la cultura, México. PDF disponible en: http://www.economia.unam.mx/academia/inae/inae5/514.pdf.

- 5.- H. Ayuntamiento Municipal, Las Margaritas, Chiapas (2012*). Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015*. Documento. PDF. 200 págs.
- 6.- LXI Legislatura, Cámara de Diputados y CESOP (2010) *Indicadores sociales y de opinión pública 2010*. La situación en las entidades federativas. Documento. PDF 128 págs.
- 7.- Malcolm, D. 1999. *Sistemas nacionales de innovación: una aproximación*. Revista de la Escuela de Economía y Negocios. 1(2): 29-39.
- 8.- Méndez Méndez, D. y Vázquez López, L.D. (2015) *Innovación social y calidad en el servicio a los usuarios: Capacidades locales para turismo rural en Cascada el Mirador Ojo de Agua, S.C. de R.L. de C.V. de las Margaritas, Chiapas*. Tesis para obtener el título de Licenciadas en Administración. Universidad Autónoma de Chiapas. Comitán, Chiapas. México.
- 9.- Mesías Rodríguez, M.J. et al (2009) *Chiapas 2015. Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clústeres de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo.* UNWOTO/SECTUR/GOBIERNO DE CHIAPAS/THEMIS. 231 págs.
- 10.- Mir, C; Martí C. y Loyola, D. (2011) *Evaluación en materia de Diseño del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural.* COCOA Consulting and Couching. Gobierno Federal. Secretaría de Turismo. PDF 115 páginas. Disponible en http://www.sectur.gob.mx/wpcontent/uploads/2014/09/Evaluacion_Materia.pdf
- 11.- Morales Barragán, F. et al (2009) *Trayectorias y patrones de evolución económica en los municipios de Chiapas, 1988-2003.* Universidad Nacional Autónoma de México. 235 págs. México, D.F.
- 12.- Peña Sánchez, A.R.(2004) *Las Disparidades económicas intrarregionales en Andalucía*. Tesis doctoral Universidad de Cádiz. Servicio de publicaciones Cádiz, España PDF disponible en http://minerva.uca.es/publicaciones/asp/docs/tesis/pena.pdf.
- 13.- Organización Mundial del Turismo (1995) *Technical Manual No. 2. Collection of Tourism Expenditure Statistics.* World Tourism Organization. “Tourism was defined as: The activities of persons traveling to and staying in places outside their

usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes". Traducción de Gómez Carreto, autora de este trabajo.

- 14.- Rodríguez Herrera y Hernán Alvarado U. (2008*). Claves de la Innovación Social en América Latina y el Caribe de Adolfo Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. PDF 227 Págs.
- 15.- Sánchez Juárez, I.L. (2009) "Teorías del crecimiento económico y Divergencia Regional en México" Disponible en http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a07.pdf.

CONSULTAS EN LÍNEA

- Chiapas. Secretaría de Turismo. Turismo cultural. http://www.colegiomexsur.edu.mx/. Consulta en marzo 2015.
- INEGI. Actividades Económicas. Chiapas. http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/chis/economia/default.aspx?tema=me&e=07. Consulta en marzo 2015.
- Secretaría de Desarrollo Social, SEDESOL (2015). Catálogo de localidades. Ojo de Agua (Anexo Nuevo San Juan Chamula) Chiapas. http://www.microregiones.gob.mx/catloc/indiMarginacLoc.aspx?refnac=070520081
- Secretaría de Economía. Chiapas, actividades económicas. Consultado en http://www.economia.gob.mx/del

4. ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE TAPACHULA, CHIAPAS

Dra. Alma Leslie León Ayala
Mtro. Catarino Mérida Ramírez
Mtra. Susana Patricia García Sampedro
Dr. David Ristori Cueto

Resumen

La falta de financiamiento adecuado para la subsistencia de las Pequeñas y Medianas Empresas, destaca como uno de los problemas principales a los que se enfrentan. Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que los proporcionan, por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes. Por lo que en esta investigación nos planteamos como objetivo general: identificar y analizar las diversas fuentes de financiamiento y proponer una guía que contenga las alternativas más usuales de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Introducción

La falta de financiamientos adecuados para la subsistencia de las Pequeñas y Medianas Empresas, destaca como uno de los problemas principales a los que se enfrentan. Más grave aún es el hecho de que cuando existen fuentes de financiamiento, los empresarios no llegan a utilizarlas por falta de promoción o por desconfianza de las instituciones que los proporcionan, por desconocimiento o falta de interés por parte de los empresarios, o bien, no

son sujetos de crédito por falta de historial crediticio, solvencia económica o garantías suficientes.

Analistas del tema señalan que más del 50 por ciento de las pequeñas empresas mueren a los dos años de vida o antes, ciclo en que un negocio demuestra su capacidad para permanecer en el mercado. Hay problemas que se deben vencer: la cultura del pequeño empresario, que tiene que ver con la falta de formación profesional; la ausencia de una visión de negocios y el empirismo en el manejo del mismo (Molina, 1996).

Actualmente se clasifica a las empresas por su tamaño en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, en algunos países esta clasificación depende exclusivamente del número de empleados, en otros se considera también el monto de sus capitales y/o de sus ingresos o utilidades. Por esto, al querer comparar las estadísticas de las empresas de diferentes países, existe una gran confusión en cuanto a su clasificación pero en general se les llama PyMEs a las pequeñas y medianas empresas, englobando en estos términos a todas las empresas que no son grandes negocios corporativos, entendiendo como tales a aquéllos con más de 100 ó 500 empleados.

A nivel internacional, en la mayoría de los países, las MIPyMEs representan más del 95% del total de empresas, proporcionan entre el 60 y 70% del empleo y contribuyen entre el 50 y 60% del Producto Interno Bruto" (OCDE, 2000). Bajo este contexto, es indispensable promover la investigación acerca de estas empresas, sus principales problemas y sus posibles soluciones.

Por otra parte, varios elementos impiden que las PyMEs acudan a solicitar los recursos financieros que le son tan necesarios para su desarrollo:

- La falta de información tecnológica y administrativa fuertemente arraigada en los mexicanos.
- La falta de capacitación en cuanto a la administración de los recursos.

- La desconfianza de los propietarios para endeudarse, aun cuando los intereses sobre los préstamos han disminuido hasta en 50% desde 2003.
- Falta de promoción de las instituciones (oferentes) o desconocimiento de los empresarios (demandantes) de la existencia de los diversos tipos de productos financieros.

CUERPO PRINCIPAL

Objetivo General

Identificar y analizar las diversas fuentes de financiamiento y proponer una guía que contenga las alternativas más usuales de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) de la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Preguntas de Investigación.

¿Cuáles son los instrumentos para acceder a las fuentes de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas otorgados por las instituciones bancarias?

¿Qué otras alternativas de financiamiento existen para apoyar a la pequeña y mediana empresa?

¿Qué apoyos financieros ofrece el gobierno federal, estatal y municipal para promover proyectos productivos en la pequeña y mediana empresa?

CONCEPTUALIZACIÓN

Pymes

Las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo PyMEs 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 MIPyMEs (acrónimo de "micro, pequeñas y medianas empresas"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

Las pequeñas y medianas empresas 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.2

Ventajas e Inconvenientes de las Pymes

La mayor ventaja de las PyMEs es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

Las PyMEs en México

En México, las PyMEs constituyen el 90% de las empresas, el 42% del empleo, y contribuyen con un 23% del PIB.12 Están definidas por el número de empleados con los que cuenta la empresa. En el artículo 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa del año 2002.

La clasificación anterior de las PyMEs(3) en México se estableció con base en el sector económico y el número de empleados según decreto publicado por la Secretaria de Economía, Como se observa en el cuadro siguiente:

Cuadro1.- México: Clasificación de las PyMES

Sector / Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Microempresa	0-10	0-10	0-10
Pequeña Empresa	11-50	11-30	11-50
Mediana Empresa	51-250	31-100	51-100

Durante las últimas dos décadas ha existido cierta fascinación por las pequeñas y medianas empresas, sin embargo para la mayoría de los empresarios, la realidad de establecerse y gestionar una PyME en el competitivo y turbulento mundo de los negocios es una tarea complicada. Está cargada de dificultades financieras y de presiones sin precedente, por parte del entorno empresarial.

Medios no financieros ni bancarios para hacerse de recursos.

Existen medios para allegarse de recursos no financieros ni bancarios, dentro de este grupo podemos señalar los siguientes:

- Préstamos a particulares.
- Prestamos de familiares.
- Activo fijo susceptible de ser vendido.
- Venta de desperdicio
- Bienes raíces susceptibles de ser vendidos
- Excedentes de mercancías
- Traspaso de local
- Venta de bienes menores (teléfono)
- Empeño de bienes (casa de empeño)
- venta de joyas u objetos de valor
- venta de materia prima
- Reducción del PEA ocupada

- Devolución de mercancías a los proveedores
- Pago de pasivos con activo fijo.
- Inversiones cajas populares de ahorro.
- Suspensión de pagos.

Créditos de la Banca de Primer Piso

Estos préstamos se refieren a los que otorga la banca comercial directamente a sus cuentahabientes haciendo uso de los recursos que maneja. Tales préstamos son los siguientes:

- Quirografarios
- Prendarios
- De habilitación y avió
- De cuenta corriente
- Refaccionario
- Hipotecario Industrial
- Remesa en Camino

Créditos de la Banca de Segundo Piso

Se conocen con este nombre aquellos créditos que siendo investigados por la banca de primer piso, cubriendo una serie de requisitos, y reunida la documentación correspondiente, es turnada a la de segundo piso para que una vez revisada y aprobada, se corran los trámites para ser otorgado.

Los documentos elaborados por la banca de primer piso y firmados por los solicitantes son redes contados en la de segundo piso.

Para este efecto, existen una serie de fondos destinados a los más diversos propósitos o programas, mismos que son constituidos con recursos del gobierno federal.

Estos son los siguientes:

- Programa para la micro y pequeña empresa.
- Programa de modernización.
- Programa de desarrollo tecnológico.
- Programa para de infraestructura industrial.
- Programa de mejoramiento del medio ambiente.
- Programa de estudios y asesorías

Otros tipos de financiamiento

Dentro de este grupo se encuentran los siguientes:

- Arrendamiento financiero
- Factoraje
- Afianzadoras
- Almacenadoras

Dado que frecuentemente surgen nuevos sistemas de financiamientos convendría investigar las novedades que hubiere al respecto.

Fuentes alternativas de Financiamiento

Las fuentes alternativas de financiamiento a las que pueden recurrir las PyMES, son:

- El crédito de proveedores.
- Las tarjetas de crédito de las tiendas departamentales.
- La venta o renta de activos obsoletos o no estratégicos.
- Arrendamiento de activos del fabricante.
- Patrocinio, subsidios y apoyos de proveedores.

Las Instituciones Financieras

De acuerdo a la estructura organizacional del Servicio Financiero Mexicano (SFM), las instituciones que otorgan financiamiento a las empresas se agrupan en dos sectores, el Sector Bancario y las Organizaciones Auxiliares de Crédito, regulados y supervisados por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

La participación del sistema financiero en el financiamiento de la inversión productiva ha recrudecido las diferencias entre empresas grandes y pequeñas.

DISCUSIÓN TEÓRICA

La carencia o escasez de liquidez en las micros, pequeñas y medianas empresas (públicas o privadas) del sector comercial de la ciudad de Tapachula, hace que recurran a las fuentes de financiamiento para aplicarlos en ampliar sus instalaciones, comprar activos, iniciar nuevos proyectos, ejecutar proyectos de desarrollo económico o social, implementar la infraestructura tecnológica, adquisición materia prima e inventarios, para que aseguren las inversiones. Todo financiamiento es el resultado de una necesidad.

Las fuentes de financiamiento

Toda empresa, pública o privada, requiere de recursos financieros (capital) para realizar sus actividades, desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como el inicio de nuevos proyectos que impliquen inversión.

Es importante conocer de cada fuente:

- Monto máximo y el mínimo que otorgan.
- Tipo de crédito que manejan y sus condiciones.
- Tipos de documentos que solicitan.
- Políticas de renovación de créditos (flexibilidad de reestructuración).
- Flexibilidad que otorgan al vencimiento de cada pago y sus sanciones.

- Los tiempos máximos para cada tipo de crédito

Prototipos de fuentes de financiamiento

Existen diversas fuentes de financiamiento, sin embargo, las más comunes son las internas y las externas.

A. Fuentes internas: Generadas dentro de la empresa, como resultado de sus operaciones y promoción, entre éstas se encuentran las siguientes:

a) Aportaciones de los Socios: Referida a las aportaciones de los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad (capital social) o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentar éste.

b) Utilidades Reinvertidas: Esta fuente es muy común, sobre todo en las empresas de nueva creación, y en la cual, los socios deciden que en los primeros años, no repartirán dividendos, sino que estos son invertidos en la organización mediante la programación predeterminada de adquisiciones o construcciones (compras calendarizadas de mobiliario y equipo, según necesidades ya conocidas).

c) Depreciaciones y Amortizaciones: Son operaciones mediante las cuales, y al paso del tiempo, las empresas recuperan el costo de la inversión, porque las provisiones para tal fin son aplicados directamente a los gastos de la empresa, disminuyendo con esto las utilidades, por lo tanto, no existe la salida de dinero al pagar menos impuestos y dividendos.

d) Incrementos de Pasivos Acumulados: Son los generados íntegramente en la empresa. Como ejemplo tenemos los impuestos que deben ser reconocidos mensualmente, independientemente de su pago, las pensiones, las provisiones contingentes (accidentes, devaluaciones, incendios), etc.

e) Venta de Activos (desinversiones): Como la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

B. Fuentes externas: Son las otorgadas por terceras personas tales como:

a) Proveedores: Esta fuente es la más común. Generada mediante la adquisición o compra de bienes y servicios que la empresa utiliza para sus operaciones a corto y largo plazo. El monto del crédito está en función de la demanda del bien o servicio de mercado. Esta fuente de financiamiento es necesaria analizarla con detenimiento, para de determinar los costos reales teniendo en cuenta los descuentos por pronto pago, el tiempo de pago y sus condiciones, así como la investigación de las políticas de ventas de diferentes proveedores que existen en el mercado.

b) Créditos Bancarios: Las principales operaciones crediticias, que son ofrecidas por las instituciones bancarias de acuerdo a su clasificación son a corto y a largo plazo. El financiamiento no gubernamental disponible para las empresas proviene de operaciones bancarias tradicionales, principalmente utilizando pagarés bancarios con fechas de vencimiento, que en algunos casos pueden ser prorrogados. Los pagarés son emitidos por el prestatario para cubrir el préstamo, que normalmente están garantizado por bienes del activo fijo u otras garantías.

Los préstamos de corto y largo plazo están disponibles en las instituciones financieras. En cumplimiento de la política general del gobierno dirigida a reducir la inflación, supervisa el nivel de créditos extendidos por los bancos.

Las instituciones financieras pueden establecer sus propias tasas de interés para las operaciones de préstamo y ahorros. Estas tasas no pueden exceder de la tasa máxima establecida por la Asociación Nacional de Bancos. Debido a las condiciones de la economía del país, la tasa de interés para las operaciones en dólares estadounidenses excede las tasas establecidas en el mercado internacional.

Guía propuesta para solicitar financiamiento con la banca comercial.

La presente guía se elaboró con el objetivo de informar y proponer a las personas morales o personas físicas con actividad empresarial y que por su tamaño pueden catalogarse como empresas micro, pequeñas y medianas, siendo estos los elementos que deberán considerar para la solicitud de un financiamiento con la banca comercial, y que se pueda llevar a cabo sin demora y de forma transparente para ambas partes.

Propósito

La finalidad de esta pequeña guía es que toda empresa solicitante de un crédito ante las instituciones bancarias, tenga la oportunidad de conocer cuáles son los requisitos mínimos indispensables que se le solicitarán para evaluar la posibilidad de otorgarle un financiamiento, antes incluso de acercarse a las instituciones, para que en el momento de realizarlo, el proceso de solicitud de crédito se lleve con agilidad y transparencia.

La Asociación de Bancos de México en conjunto con algunos organismos cúpula empresariales, llevaron a cabo una prueba piloto en la que se evaluó el proceso de crédito que llevan los bancos. Esta prueba piloto arrojó resultados importantes entre los que destaca la dificultad que tiene el solicitante para recabar la documentación necesaria para que el banco evalúe integralmente a la empresa y la solicitud específica de crédito.

El tiempo que invierte el solicitante en recabar la documentación puede llevarle semanas y muchas veces éste abandona el trámite debido a que no tiene el conocimiento de aquella información que deberá generar para que el banco pueda conocer la situación financiera, legal, laboral, etc., de su actividad empresarial.

Por ese motivo, se propone esta guía con el fin de ayudar a todos aquellos empresarios interesados en acercarse a la banca y que esa experiencia sea un éxito en donde el solicitante

obtenga el financiamiento con las condiciones adecuadas a su situación empresarial y la banca otorgue los recursos necesarios con las condiciones apropiadas para asegurar en el tiempo la recuperación de los recursos destinados al crédito y así promover la inversión y el desarrollo económico de la ciudad de Tapachula y a su vez del Estado de Chiapas y del país traduciéndose éste en el crecimiento de la economía nacional, las empresas y el empleo.

A continuación se enumeran los requisitos mínimos indispensables que los bancos requieren para integrar el expediente de crédito del solicitante y efectuar el análisis correspondiente. Cabe aclarar que estos requisitos podrán variar de acuerdo a la institución bancaria a la que se le solicite el crédito.

Perfil Básico General:

- Ser Persona Física o Moral con Actividad Empresarial, con nacionalidad mexicana o extranjera con residencia permanente.
- Tener de 2 a 3 años de antigüedad en la operación con la misma actividad.
- Contar con la posibilidad de proporcionar un obligado solidario o aval, ya sea persona Física o Moral.
- Contar con 5 referencias comerciales y/o bancarias.

Requisitos Mínimos Indispensables:

A. Personas Morales:

- Llenar y firmar por parte del solicitante, obligado solidario o aval (en su caso), el formato de solicitud de crédito otorgada por el banco de su interés
- Copia fotostática del Alta de Hacienda y Cédula de Identificación Fiscal. Para mayor información se puede consultar la página electrónica del SAT.
- Copia fotostática del Acta Constitutiva incluyendo la hoja que contiene los datos de registro en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Cuando dicha

acta cuente con modificaciones y reformas, deberá anexarse una copia fotostática de cada una de ellas.

- Copia fotostática de las actas en la que conste la designación de apoderados. Debido a que se firmará un Contrato de Apertura de Crédito y el Pagaré correspondiente, comúnmente se solicita que los apoderados cuenten con poderes para actos de Administración, Dominio y Títulos de Crédito.
- Copia fotostática de una identificación oficial vigente del representante legal o del apoderado, del obligado solidario o aval (en su caso). Si el obligado o aval es una Persona Física casada por sociedad deberá presentarse la identificación del cónyuge. Las identificaciones de mayor aceptación son la credencial del Instituto Federal Electoral (IFE), el Pasaporte y el FM2 o FM3 en caso de ser extranjero.
- Copia fotostática de un comprobante de domicilio fiscal de la empresa y en su caso del obligado o aval, cuya antigüedad no sea mayor a 2 meses. Los comprobantes comúnmente aceptados son el recibo de agua, luz, predial y el teléfono.
- Información financiera
- Copia fotostática de los estados financieros anuales de la empresa que incluyan Balance General y Estado de Resultados. Dependiendo del banco y tipo de crédito se podrá solicitar hasta los 3 últimos años y los parciales (con antigüedad no mayor a 90 días). Podrán solicitarse algunas relaciones analíticas, la relación de información específica de determinadas cuentas e información auditada.
- Copia fotostática de la última declaración anual de impuestos. Dependiendo del banco se podrá solicitar únicamente la del último ejercicio fiscal, definitiva y/o provisionales.
- Copia fotostática de la declaración patrimonial reciente del obligado solidario o aval (en su caso).
- Autorización del solicitante para solicitar una consulta al Buró de Crédito y en su caso del obligado solidario. Toda empresa o Persona Física con Actividad Empresarial tiene derecho a obtener su Reporte de Crédito Especial de manera gratuita cada 12 meses consultando la siguiente dirección.

B. Personas Físicas con Actividad Empresarial:

- Llenar y firmar por parte del solicitante, obligado solidario o aval (en su caso), el formato de solicitud de crédito otorgada por el banco de su interés.
- Copia fotostática de una identificación oficial vigente del solicitante, obligado solidario o aval (en su caso). Si el obligado o aval es una Persona Física casada por sociedad deberá presentarse identificación de su cónyuge. Los tipos de identificaciones de mayor aceptación son la credencial del Instituto Federal Electoral (IFE), el Pasaporte y el FM2 o FM3 en caso de ser extranjero.
- Copia fotostática del Alta de Hacienda y Cédula de Identificación Fiscal. Para mayor información se puede consultar la página electrónica del SAT.
- Copia fotostática de un comprobante de domicilio del solicitante y en su caso del obligado o aval cuya antigüedad no sea mayor a 2 meses. Los comprobantes comúnmente aceptados son el recibo de agua, luz, predial y el teléfono.
- Copia fotostática de la última declaración anual de impuestos. Dependiendo del banco se podrá solicitar únicamente la del último ejercicio fiscal, definitiva y/o provisionales.
- Copia fotostática de la declaración patrimonial reciente del obligado solidario o aval (en su caso).
- Autorización del solicitante para solicitar una consulta al Buró de Crédito y en su caso del obligado solidario.

Otros requisitos dependiendo del tipo de crédito y banco:

- Copia fotostática de las escrituras que incluyan los datos de inscripción de una propiedad en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio del obligado solidario o aval (en su caso).
- Copia fotostática de hasta 3 estados de cuenta recientes de una cuenta de cheques donde se aprecien los movimientos propios de la actividad empresarial.

Esta guía es un medio de orientación a los empresarios PyMEs, por lo que cada banco está en posibilidad de solicitar cualquier documentación adicional que considere

pertinente y de ninguna forma el cumplimiento de esta guía hace obligatorio el otorgamiento de financiamiento.

CONCLUSIONES

Una de las propuestas más importantes del sexenio anterior, fue la de implementar las medidas de regulación al sistema financiero mexicano y de aumentar los recursos para proyectos productivos a través de la banca de desarrollo, si la banca comercial no presta dinero a los emprendedores mexicanos, dueños de las PyMEs, entonces lo haría el Gobierno Federal.

La falta de créditos tradicionales ha convertido a los diferentes tipos de financiamiento alternativo mencionados (especialmente el crédito de los proveedores), en el principal motor de la economía nacional, pero como en toda cadena, si se revienta un eslabón, se rompe toda la cadena. Cuando uno de los integrantes de la cadena de créditos del proveedor no paga, los demás integrantes no tendrán recursos para pagar a sus propios proveedores y esa cadena se derrumba. Los negocios, con esta base de crédito alternativo, están sujetos a una situación muy precaria y tienden a cerrar sus puertas cuando la falta de crédito se extiende por más de 90 días.

Los profesionistas que ofrecemos nuestros servicios a las empresas, debemos de conocer éstas y todas las alternativas posibles de financiamiento, con el propósito de promover su utilización y aprovechar todas las ventajas posibles para que las PyMEs puedan desarrollarse y crecer.

REFERENCIAS

- Morales Castro Arturo, (2004). PyME's Financiamiento, Inversión y Administración de Riesgos, SISCO Sistemas de información Contable y Administrativa Computarizados, S.A. de C.V., primera edición.

- Molina Aznar Víctor E., (1996). Como sanear las finanzas de las empresas, micros, pequeñas y medianas, Ediciones Fiscales ISEF, S.A., segunda edición.
- Rodríguez Valencia Joaquín. (2002). Administración de Pequeñas y Medianas Empresas, Thompson Editores, S.A. de C.V., quinta edición.
- Small & Medium-Sized Enterprises (Junio, 2000). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Soconusco_(Chiapas).-
- www.ideasparapymes.com.-

5. INGRESOS DE LOS TRABAJADORES Y SU SITUACIÓN ECONÓMICA AL PENSIONARSE BAJO EL RÉGIMEN DE LA LEY DEL SAR DE 1997

Dr. Gustavo Selvas Hernández
Dr. Julio César Pérez Zambrano
Dra. María Del Carmen Cristiani Urbina
Mtra. Liliana Kristell Orozco Macías

CONTENIDO

Introducción
CAPÍTULO I.
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
1.1 Planteamiento del problema
1.2 Objetivo general
1.3 Objetivos específicos
1.4 Preguntas de investigación
1.5 Justificación
1.6 Limitaciones
1.7 Hipótesis
CAPÍTULO II.
MARCO TEORICO
2.1 El sistema de pensiones en México
2.1.1 Regímenes de la Ley del Seguro Social
2.2 Cuenta individual
22.1 Subcuentas y aportaciones
2.3 Modalidades de Pensión
2.4 El hábito del ahorro en México
2.5 Aportaciones voluntarias y complementarias de retiro

2.6 Ingresos de los trabajadores
2.7 Comisiones y rendimientos
2.8 Salario Mínimo
2.9 Canasta básica
CAPÍTULO III
METODOLOGÍA
3.1 Tipo de investigación del estudio
3.2 Diseño de la investigación
3.4 Diseño de la muestra
3.5 Recolección de datos
3.5.1 Instrumento de medición
3.5.2 Variables a considerar
3.5.3 Estructura del cuestionario
3.6 Análisis de datos
CAPITULO IV
4.1 Conclusiones

Glosario de Términos
Referencias
Anexos

RESUMEN

Esta investigación aborda la necesidad de identificar las perspectivas que ofrece la LIMSS de 1997, para los trabajadores con ingresos que oscilan entre 1 y 5 salarios mínimos diarios, con el propósito de conocer el poder adquisitivo que tendrán al pensionarse.

Una de las principales preocupaciones para la sociedad es el retiro de la vida laboral. A través del tiempo se han establecido al momento de su jubilación. Actualmente el sistema

está implementado de manera que cada trabajador tendrá un monto diferente, el cual depende del salario, años de trabajo, aportaciones voluntarias a su cuenta individual y el rendimiento obtenido por la Afore que haya elegido para la administración de su cuenta; de estos factores dependerá que el patrimonio sea mayor o menor al momento de pensionarse.

Se analizan los ingresos y gastos de los trabajadores así como la distribución de su ingreso mensual, a fin de conocer si los trabajadores que reciben los ingresos más bajos tienen posibilidad de ahorrar. Por otra parte, es relevante conocer si los trabajadores que cotizan de 1 a 5 salarios mínimos saben la importancia del ahorro para el retiro y cuántos de ellos están ahorrando.

INTRODUCCIÓN

El análisis del ingreso de los trabajadores y el impacto en su economía al pensionarse bajo el régimen de la Ley del SAR de 1997 proporciona un panorama general de la situación que los trabajadores que cotizan de 1 a 5 salarios mínimos ante el Instituto Mexicano del Seguro Social enfrentarán al pensionarse bajo este régimen. Se observan las necesidades, los ingresos, la distribución del gasto, el ahorro, las fuentes de ingresos y opciones de retiro de los trabajadores; esta investigación proporciona herramientas importantes para llevar a cabo acciones que desde este momento contribuirán a mantener su actual nivel de vida al pensionarse.

Este trabajo consta de cuatro capítulos: Planteamiento del problema, marco teórico, metodología y conclusiones.

En los cuatro capítulos se desarrolla el cuerpo de la investigación. El capítulo uno se presenta el planteamiento del problema; en el capítulo dos se expone el marco teórico; en el capítulo tres se describe la metodología empleada en la investigación; en el capítulo cuatro se muestran los resultados, conclusiones y sugerencias.

I. PLANTEAMIENDO DEL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Con las aportaciones del régimen obligatorio del Seguro Social es casi imposible lograr una pensión que mantenga el nivel de vida de los trabajadores al retirarse. Mayoral (2011) señala que los trabajadores que no empiecen a invertir para su jubilación recibirán un poco más del salario mínimo, que es la cantidad que garantiza el gobierno. La cultura del ahorro en México no está arraigada, asociada a la falta de información de la importancia de aumentar el ahorro voluntario para poder tener una buena pensión.

Somoza (citado por Reyes, 2009) menciona que el resultado de un análisis indico que el "40% de los mexicanos no han empezado a ahorrar para el día en que se jubilen", agregando a esta falta de ahorro de los mexicanos y que el sistema no considera los gastos del trabajador, la inflación que año con año va en aumento y la tasa de reemplazo de la pensión; es importante entender que el régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997 se basa en el monto acumulado durante la vida laboral del trabajador para poder gozar de alguna de las opciones de pensión, por lo tanto, es indispensable el ahorro y realizar un análisis financiero que determine qué trabajadores alcanzarán una pensión que mantenga su nivel de vida bajo el régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997.

Esta investigación aborda la necesidad de identificar las perspectivas que ofrece la LIMSS de 1997, para los trabajadores que obtienen ingresos que oscilan entre 1 y 5 salarios mínimos diarios, con el propósito de determinar el poder adquisitivo que tendrán al pensionarse.

1.2 Objetivo general

Analizar las perspectivas de los trabajadores que perciben ingresos de 1 a 5 salarios mínimos, que cotizan bajo el régimen obligatorio de la LIMSS de 1997, con el propósito de conocer las expectativas de obtener una pensión que mantenga el poder adquisitivo al momento del retiro de la etapa laboral.

1.3 Objetivos específicos

- Explicar el sistema de pensiones del régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997.

- Exponer los requisitos y las opciones de pensión del régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997.
- Determinar si los trabajadores podrían mantener su nivel de vida con una pensión bajo la LIMSS de 1997.

1.4 Preguntas de investigación

- ¿En qué consiste el sistema de pensiones del régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997?
- ¿Cuáles son las opciones de pensión del régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997?
- ¿Cuáles son las variables a determinar para calcular el monto de la pensión?
- ¿Qué trabajadores alcanzaran una pensión cotizando en el régimen obligatorio de la Ley del Seguro Social de 1997?

1.5 Limitaciones

- La investigación abarca a trabajadores que coticen ante el IMSS bajo el régimen obligatorio de la LSS, que perciban de 1 a 5 salarios mínimos diarios.
- No se realizaran proyecciones estimadas con base en los comportamientos de las variables que cuenten con información histórica para su análisis.
- El análisis se enfocara al poder adquisitivo de los trabajadores y a la distribución de sus gastos.
- Para fines de este análisis se tomará en cuenta si la familia tiene otros ingresos del encuestado o su conyugue o demás personas que aporten al hogar.

1.6 Hipótesis

- Si los trabajadores que perciben de 1 a 5 salarios mínimos diarios conocieran el monto de pensión que recibirán cuando se retiren de la vida laboral, les permitiría prever acciones orientadas a mantener su poder adquisitivo similar al de su vida productiva.
- La mayoría de los trabajadores desconocen el monto de la pensión a que tienen derecho por lo que no tienen alternativas para proyectar su futuro.

- La mayoría de los trabajadores no tienen el hábito de ahorrar.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

La pensión es la cantidad de dinero que se entrega a una persona de forma periódica durante un lapso de tiempo o de forma permanente. La pensión puede ser contributiva o no contributiva; las contributivas son aquellas en donde las personas que la reciben contribuyen a través de aportaciones a su establecimiento y las no contributivas constituyen un derecho que nace de la ley. Para fines de este trabajo de investigación se enfoca en la pensión contributiva, la cual es el resultado de un esfuerzo de toda la vida laboral de los trabajadores.

Es importante conocer la normatividad aplicada en el sistema de pensiones en México para conocer que ocurre con este sistema. La Ley del Sistema de Ahorro para el Retiro LSAR (1996) menciona que los sistemas de ahorro para el retiro son aquellos regulados por las leyes de seguridad social, que prevén que las aportaciones tripartitas (aportaciones de los trabajadores, patrones y del Estado) sean manejadas a través de cuentas individuales propiedad de los trabajadores, que se utilizarán para previsión social, obtener una pensión o complementarla.

Uno de los objetivos de la seguridad social es garantizar el otorgamiento de una pensión como medio de subsistencia de los trabajadores para garantizar su bienestar después de terminar su etapa laboral, el cuál es el objetivo de estudio de este trabajo de investigación. En este capítulo se desarrollan los fundamentos de la seguridad social a través de los sistemas de pensiones. A continuación se desarrolla una perspectiva global de los sistemas de pensiones en Europa y América Latina.

2.1 El sistema de pensiones en México

El sistema de pensiones en México ha pasado por varias transformaciones, en 1943 comienza con un sistema de reparto, el cual se traduce en que las aportaciones de los trabajadores activos financiaba el pago de pensiones de las personas inactivas. En 1973 se incorpora el administrando las aportaciones que el patrón realiza a favor del trabajador para obtener un crédito de vivienda.

Según el Manual Único de Capacitación de agente promotores, MUC, de la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro, A.C. AMAFORE (2009) menciona que en 1992 se inicia la reforma al sistema de pensiones estableciendo el SAR 92, en este sistema se agregó un 2% del salario base de cotización de contribución patronal dirigida a una cuenta de retiro, fue el primer intento de un sistema de capitalización. El 1° de julio de 1997 entra en vigor la Ley del seguro social vigente y con ello se crea la Afore y Siefore. Debido al cambio de estructura en la población, caída de las tasas de natalidad y el aumento en la esperanza de vida de la población, el SAR 92 fue insuficiente para cubrir los costos de pensiones.

AMAFORE (2011) menciona que la nueva ley marca el inicio de reformas trascendentales en la seguridad social en México, los cuatro ramos de aseguramiento que administraba el Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS: enfermedades, guarderías, riesgo de trabajo, maternidad, invalidez, vejez, cesantía en edad avanzada y muerte cambia en el nuevo régimen y se resumen en: invalidez y vida (IV), retiro, cesantía en edad avanzada y vejez (RCV), con base en un esquema de ahorro y capitalización individual. La cuenta individual tiene dos subcuentas más, la de vivienda y la de aportaciones voluntarias, considerando RCV con su reciente actualización.

2.1.1 Regímenes de la Ley del Seguro Social

La Ley del Seguro Social amparan dos regímenes: obligatorio y voluntario. Según el MUC (2009) son sujetos de aseguramiento bajo el régimen obligatorio los trabajadores que presten en forma permanente o eventual, un servicio remunerado, personal y subordinado a un

patrón, aun cuando éste, en virtud de alguna ley especial, esté exento del pago de contribuciones.

Para fines de esta investigación se realizara el análisis financiero de la pensión que recibirán los trabajadores que pertenecen al régimen obligatorio.

2.2 Cuenta individual

El sistema de pensiones en México ha sufrido cambios importantes que afectan directamente a los trabajadores que cotizan bajo este sistema y la administración de su dinero a lo largo del tiempo. Con la última actualización de la Ley del IMSS se crea la cuenta individual, donde su principal característica es que es administrada por la AFORE donde los recursos de estas cuentas son invertidos en Sociedades de Inversión de Ahorro para el Retiro.

La LSS (2009) artículo 159 indica "cuenta individual, aquella que se abrirá para cada asegurado en las Administradoras de Fondos para el Retiro, para que se depositen en la misma las cuotas obrero-patronales y estatal por concepto del seguro de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, así como los rendimientos".

Según la AMAFORE (2011) las cuentas individuales son el financiamiento de la pensión de los trabajadores, cada persona sufraga su propia jubilación evitando la problemática del sistema de reparto; las principales variables que determinan el monto de los beneficios de este sistema son:

- La edad de retiro.
- Densidad de cotización.
- Tiempo de Cotización.
- Nivel de Aportaciones.
- Rendimientos.

2.2.1 Subcuentas y aportaciones

LSS (2009) artículo 159 indica "que la cuenta individual se integrará por las subcuentas: de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez; de vivienda y de aportaciones voluntarias", los recursos de la cuenta de vivienda se entregan al Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores INFONAVIT.

El dinero acumulado en la cuenta individual es el resultado de las aportaciones que realiza el trabajador, el patrón y el gobierno federal, por ello, se les llama tripartitas y juntas representan el 6.5% del salario base de cotización (SBC) de los trabajadores.

A partir del 2009 la cuota social aumento 17% para los trabajadores que perciben de 1 a 15 salarios mínimos y se eliminó para aquellos que reciben más de 15 salarios mínimos CONSAR (2013).

2.3 Modalidades de Pensión

La cuenta individual administrada por la AFORE únicamente administra las cuentas de retiro, cesantía en edad avanzada y vejez, los demás seguros son administrados por el IMSS, riesgo de trabajo, enfermedades y maternidad, invalidez y vida, guarderías y prestaciones sociales; sin embargo las cuentas de donde se obtiene una pensión son: riesgo de trabajo, invalidez y vida, retiro y cesantía en edad avanzada y vejez.

Según el artículo 41 de la LSS (2009) riesgo de trabajo son los accidentes y enfermedades a que están expuestos los trabajadores en ejercicio o con motivo del trabajo; en el artículo 119 explica la invalidez cuando el asegurado se halle imposibilitado para procurarse, mediante un trabajo igual, una remuneración superior al cincuenta por ciento de su remuneración habitual percibida durante el último año de trabajo, que la invalidez se derive de una enfermedad o accidente no profesional. Para el ramo de retiro y cesantía en edad avanzada y vejez el artículo 154 de la misma ley indica que para cesantía en edad avanzada existe cuando el asegurado quede privado de trabajos remunerados a partir de los sesenta años de edad, tenga reconocidas ante el IMSS el mínimo de mil doscientas cincuenta semanas

cotizadas. Según el artículo 162 de la misma ley indica que en el ramo de vejez el asegurado deberá tener sesenta y cinco años de edad y mil doscientas cincuenta cotizaciones semanales.

Según la LSS (2009) en los artículo 157 y 164 mencionan que ya sea una pensión por cesantía en edad avanzada o vejez el asegurado tendrán dos alternativas para disfrutar de una pensión: "I. Contratar con la institución de seguros de su elección una renta vitalicia, que se actualizará anualmente en el mes de febrero conforme al Índice Nacional de Precios al Consumidor, y II. Mantener el saldo de su cuenta individual en una Administradora de Fondos para el Retiro y efectuar con cargo a éste, retiros programados" (p.42). La normativa hace una excepción con la renta vitalicia, la cual no será viable si fuera inferior a la pensión garantizada. El artículo 170 de la LSS (2009) define a la pensión garantizada como aquella que el Estado asegura a quienes reúnen los requisitos de este régimen y su monto mensual será el equivalente a un salario mínimo general para el Distrito Federal, en el momento en que entre en vigor esta Ley, esta cantidad se actualizará anualmente de acuerdo al Índice Nacional de Precios al Consumidor, para garantizar el poder adquisitivo de los trabajadores con la pensión.

2.4 El hábito del ahorro en México

Gutiérrez, F(2013) menciona que según la encuesta de conocimiento y percepción del Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) 2013, de un total de 3,221 personas encuestadas, el 66% no tiene el hábito de ahorrar y sólo 34% guarda una parte de sus ingresos para utilizarlos en un futuro, arriba 3.5 puntos porcentuales en comparación de la encuesta 2006. La encuesta realizada por la CONSAR menciona que el 7.2% ahorra pensando en su vejez y 2.6% de los encuestados realizó aportaciones voluntarias. Desconocimiento y desconfianza son las principales causas por las que 97.4% no hizo ninguna aportación. La población más proclive a realizar aportaciones voluntarias es la que muestra un mayor conocimiento sobre el sistema de ahorro, el 51% de la muestra no ha considerado de qué va vivir en su vejez, el 33% piensa vivir de su pensión y el 16% tiene un negocio propio o dinero ahorrado. Otro dato importante que cabe recalcar es que el 88.3% de la muestra considera que cuando se pensione, su ingreso será igual o mayor a su salario actual.

2.5 Aportaciones voluntarias y complementarias de retiro

La CONSAR (2012) menciona que el trabajador puede realizar cuatro tipos de aportaciones voluntarias; la primera es la aportación voluntaria a corto plazo (AV) son las aportaciones que pueden retirar cada dos o seis meses es la que mayor disponibilidad de recursos tiene y con atractivos intereses. Las características de esta aportación son que los recursos son invertidos en una SIEFORE adicional, si la administradora no cuenta con una se invierte en la SIEFORE básica que el trabajador elija. El segundo tipo son las aportaciones a largo plazo (ALP) pueden retirarse hasta que hayan transcurrido cinco años del primer depósito a la subcuenta para que aplique el estímulo fiscal a que están sujetas. Al transcurrir dicho periodo de tiempo el trabajador puede renovar la deducción de impuesto ISR por otros cinco años sin aumentar el monto del ahorro, o no renovar la deducción y las ALP serán tratadas como AP. El estímulo fiscal que tienen estas aportaciones es que el trabajador podrá restar de su ingreso anual los depósitos que realicen en el ejercicio fiscal en que hagan el depósito respectivo, el importe de los depósitos no debe excederse de $152,000 al año; los recursos depositados como ALP son considerados parte del ingreso anual hasta el año en que el trabajador retire sus aportaciones y se aplica la tasa de Impuesto sobre la Renta vigente en el momento del retiro.

El tercer tipo de aportaciones voluntarias poseen una perspectiva de ahorro a largo plazo (AVLP); es decir, quedan disponibles al trabajador cuando realiza su trámite de pensión o negativa de la misma, si el trabajador realiza un retiro antes de tiempo la administradora de su cuenta realizará una retención del 20% de los recursos retirados como impuesto anual del trabajador. Y por último las aportaciones complementarias de retiro (ACR) se pueden retirar al momento de pensionarse, al obtener la negativa de pensión o al menos tener cumplidos 65 años de edad su único propósito es aumentar el monto de la pensión; la tasa de ISR que se aplica al momento de retirar los recursos es del 0.6% sobre el total de intereses generados, este tipo de aportación es deducible de impuestos hasta por 10% del ingreso acumulable sin exceder cinco veces el salario mínimo anual CONSAR (2012).

Según la CONSAR (2012) lo primero que tiene que tomar en cuenta un trabajador es que el ahorro voluntario ayuda a tener una mejor pensión y la misma depende de tres factores: las aportaciones que son los depósitos obligatorios o voluntarios a la cuenta individual; el rendimiento que es lo que paga la afore por el dinero que tiene la cuenta individual y la comisión que es el cobro de la afore por administrar la cuenta.

2.6 Ingresos de los trabajadores

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo ENOE (2012) realizada por la CONSAR, la Secretaria del Trabajo y Previsión Social STPS, la Comisión Nacional de Población CONAPO y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI fue realizada a personas de 18 a 54 años en localidades con 100,000 habitantes o más; con un tamaño de muestra de 5,225 que representa a 22, 593,009 personas, da un panorama general de la situación actual del país al respecto. Indica que en promedio un trabajador recibió 2.9 salarios mínimos por empleo. Para las mujeres 2.4 y los hombres recibieron 3.4 salarios. (ENOE, 2012).

Al llegar la vejez los encuestados piensan solventar sus gastos con su pensión, sus ahorros, aún no lo saben, de ingresos de su trabajo, de ayuda de familiares, etc.

Otra variable importante a analizar son los rendimientos que se obtienen al tener sus recursos en determinada AFORE. La Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro CONSAR (2010) menciona que los rendimientos "Son las ganancias o intereses que obtienes durante el periodo en que tu ahorro está en la Afore". Estos recursos son invertidos en las SIEFORES y cada una tiene un régimen de inversión. El artículo 43 de la LSAR (1996) indica que el objetivo es otorgar la mayor seguridad y rentabilidad de los recursos de los trabajadores.

La pensión es el resultado de la acumulación de recursos a lo largo de la vida laboral y depende directamente del salario que se perciba en este periodo, por ello la importancia de analizar esta variable. El monto de la pensión dependerá de tres elementos fundamentales: las aportaciones más el rendimiento menos las comisiones; por lo tanto es importante que el trabajador tome en cuenta el rendimiento neto ya que es el resultado del rendimiento menos las comisiones CONSAR (2013). El Índice de Rendimiento Neto refleja el desempeño

obtenido por las inversiones de cada SIEFORE; la siguiente figura muestra el indicador de rendimiento promedio de las SIEFORE en un plazo de 37 meses, cabe destacar que los indicadores incluyen la deducción de las comisiones y se incorpora información sobre la rentabilidad en horizontes a largo plazo que se incrementará de manera gradual hasta llegar a 60 meses el 30 de Junio del 2014 CONSAR (2013).

2.7 Salario Mínimo

El salario es una variable fundamental para desarrollar el análisis. Hernández (2000) lo define como la retribución que debe pagar el patrón por el trabajo, se deduce que incluye todas las prestaciones que el patrón promete dar al trabajador. De este salario depende el porcentaje que se aportará a su cuenta individual. Según el artículo 90 de la Ley Federal del Trabajo LFT (2011) "el salario mínimo es la cantidad menor que debe recibir en efectivo el trabajador por los servicios prestados en una jornada de trabajo" dicho salario deberá satisfacer las necesidades de un jefe de familia en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos.

Para fines de esta investigación es importante considerar el análisis del aumento en el salario mínimo vigente en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez en los últimos diez años como se muestra en la Tabla 2.

2.8 Canasta básica

"La canasta básica es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una persona pueda cubrir sus necesidades básicas a partir de su ingreso; algunos productos que forman parte de la canasta son: Aceites, agua embotellada, arroz, atún, azúcar, carne, café soluble y tostado, cerveza, chocolate, electricidad, gas doméstico, servicios telefónicos, detergentes, jabones, medicamentos, pasta de dientes, refrescos, gasolinas, transporte colectivo, computadoras, Internet, refrigeradores, televisores, cine, cuadernos y lápices entre otros." Procuraduría Federal del Consumidor PROFECO (2013).

El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL (2013) mide el nivel de pobreza en México utilizando dos líneas de ingreso: la línea de bienestar mínimo que equivale al valor total de la canasta alimentaria por persona al mes; y la línea de bienestar que equivale al valor total de la canasta alimentaria y la canasta no alimentaria por persona al mes. Para actualizar el valor de las líneas de bienestar y de bienestar mínimo utiliza el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) publicados por el INEGI. La canasta básica no alimentaria incluye transporte público, limpieza y cuidados de la casa, cuidados personales, educación, cultura y recreación, comunicaciones y servicios para vehículos, vivienda y servicios de conservación, prendas de vestir, calzado y accesorios, cristalería, blancos y utensilios domésticos, cuidados de la salud, enseres domésticos y mantenimiento de la vivienda, artículos de esparcimiento entre otros gastos. Para fines de este análisis se considera la canasta básica no alimentaria urbana.

La inflación influye de manera significativa en el poder adquisitivo de los trabajadores, es necesario garantizar un monto con un valor real de cantidades que con el paso del tiempo aumentan. Heyne (1998) "La inflación es básicamente una caída en el valor o el poder adquisitivo del dinero. El costo de obtener algo es el valor de lo que hay que sacrificar para obtenerlo" (p. 112).

En la Figura 8 se muestra una gráfica comparativa del comportamiento de la canasta básica y los salarios mínimos y en la Figura 9 la tendencia de crecimiento de estos conceptos; la cual refleja un aumento de los mismos con una mayor distancia entre el aumento de los salarios mínimos y el aumento en la canasta básica.

III. METODOLOGÍA

En este capítulo se desarrolla la metodología para generar la información que se utiliza para realizar el análisis financiero. El proceso da inicio con la búsqueda de información, recolección de datos, análisis e interpretación de los datos arrojados en la encuesta.

La metodología de la investigación consta de los siguientes puntos:

- Tipo de investigación a realizar

- Fuentes de datos a recolectar
- Diseño de la investigación
- Muestra
- Recolección de datos
- Análisis de datos

3.1 Tipo de investigación de este estudio

En el análisis financiero se realizan diseños transeccionales descriptivos, porque este estudio tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores que se manifiestan en una o más variables Hernández (1998). Se busca indagar la incidencia y los valores que se manifiestan en las variables, así como cuales tienen mayor impacto y como se relacionan en el análisis de los ingresos de los trabajadores y el impacto en su economía al momento de pensionarse,

3.2 Diseño de la investigación

El tipo de investigación de este análisis es no experimental porque no se manipulan las variables y se observa en un contexto natural, el diseño es transeccional descriptivo porque se investiga la incidencia de más de dos variables en un grupo de personas, que para fines de este estudio serán los trabajadores asegurados ante el Instituto Mexicano del Seguro Social que cotizan de 1 a 5 salarios mínimos en Tuxtla Gutiérrez.

3.4 Diseño de la muestra

De acuerdo a los objetivos de investigación la unidad de análisis serán los trabajadores asegurados al IMSS que perciben de 1 a 5 salarios mínimos en Tuxtla Gutiérrez. Hernández (1998) menciona que la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. No existe una cifra que nos indique a cuánto asciende el número de trabajadores asegurados al IMSS que perciban de 1 a 5 salarios mínimos en Tuxtla Gutiérrez; sin embargo se determina la muestra de acuerdo a las siguientes conclusiones: según el Instituto Mexicano del Seguro Social el número de trabajadores permanentes y eventuales urbanos en Tuxtla Gutiérrez corresponde al 55.9% del total de trabajadores en Chiapas. Para Julio del 2013 el número de trabajadores Ascendió a 206,517

asegurados al Instituto Mexicano del Seguro Social en el estado. Por lo tanto el número de trabajadores en Tuxtla Gutiérrez afiliados al IMSS corresponde a 115.443. Según Hernández (1998) el tamaño de la muestra se calcula con las siguientes fórmulas:

$s^2 = p(1-p) = 0.9(1-0.9) = 0.09$

$V^2 = se^2 = (0.015)^2 = 0.000225$

$n' = s^2/V^2 = 0.09/0.000225 = 400$

$n = n'/ 1 + (n'/N)$

$n = 400/1 + (400/115\,443)$

n= 398 afiliados al IMSS

N= tamaño de la población (115,443 afiliados)

$\hat{Y}$= valor promedio de una variable = 1 afiliado

se= error estándar= 0.015

V^2= varianza de la población al cuadrado

s^2= varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de $\hat{y}$

p= 0.9

n´= tamaño de la muestra sin ajustar

n= tamaño de la muestra

Como no se conoce el porcentaje de trabajadores que cotizan de 1 a 5 salarios mínimos diarios de los 398 a encuestar, se llevará a cabo la clasificación durante la encuesta en el apartado III Conocimiento del ingreso, donde el encuestado seleccionará el número de salarios mínimos diarios que percibe. Del total de encuestados se tomaran en cuenta para el análisis a 100 trabajadores que coticen en el rango que se requiere para la investigación.

Según Hernández (1998) la muestra es un subgrupo de la población, para esta investigación la muestra será probabilística porque todos los trabajadores que perciben de 1 a 5 salarios mínimos asegurados ante el IMSS en Tuxtla Gutiérrez tendrán la misma probabilidad de ser elegidos y además que se realizará por medio de encuestas y los elementos muéstrales tendrán valores muy parecidos al resto de la población de la investigación.

3.5 Recolección de datos

La recolección de datos considera tres actividades; la primera es seleccionar un instrumento de medición disponible, aplicar dicho instrumento y preparar las mediciones obtenidas. La recolección de datos para esta investigación se obtuvo de la aplicación de cuestionarios a los trabajadores que perciben de 1 a 5 salarios mínimos que cotizan ante el IMSS en Tuxtla Gutiérrez.

3.5.1 Instrumento de medición

El instrumento de medición a utilizar es el cuestionario.

El cuestionario consta de una pregunta abierta y dieciocho cerradas que contienen categorías o alternativas de respuesta delimitadas, algunas de ellas son dicotómicas, es decir, presentan dos opciones, otras presentan más de dos opciones y pueden marcar una u otra, son totalmente excluyentes.

3.5.2 Variables a considerar

Se determinaron las variables de relevancia para esta investigación; la primera fase son los datos generales de los trabajadores:

- Edad
- Sexo
- Número de personas que conforman su hogar
- Cotización ante el Seguro Social
- Ingresos (salarios mínimos diarios)

La segunda fase comprende la información sobre ingresos y egresos del hogar del encuestado.

- Gasto familiar
- Ahorro mensual
- Opciones de ahorro
- Fuente de ingresos a futuro

- Pensión IMSS

IV. CONCLUSIONES

- Los montos de pensión que percibirán los trabajadores al momento de terminar su vida laboral no alcanzarán para mantener su nivel de vida.
- La mayoría de los pensionados desconoce cuál sería el monto de pensión que recibirán al concluir su vida laboral.
- El salario es insuficiente para cubrir sus gastos familiares, por lo tanto, la mayoría tiende a buscar la forma de obtener ingresos extras para cubrir sus necesidades y algunos de ellos comenzar a ahorrar
- De acuerdo a las edades de los encuestados que alcanzaran una pensión con el Régimen de la Ley del Seguro Social de 1997, que son entre 24 a 51 años de edad, cabe mencionar que los trabajadores arriba de esa edad pueden determinar con qué régimen desean pensionarse.
- Los trabajadores encuestados integran familias jóvenes y pequeñas, hogares conformados en su mayoría por tres o cuatro integrantes.

GLOSARIO DE TERMINOS

AFORE.- Administradoras de Fondos de Ahorro para el Retiro.

AMAFORE.- Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro.

CONAPO.- Comisión Nacional de Población.

CONASAMI.- Comisión Nacional de Salarios Mínimos.

CONEVAL.- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

CONSAR.- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.

ENOE.- Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo.

IMSS.- Instituto Mexicano del Seguro Social.

INPC.- Índice Nacional de Precios al Consumidor.

LIMSS.- Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social.

LFT.- Ley Federal del Trabajo.

LSAR.- Ley del Sistema de Ahorro de para el Retiro.

LSS.- Ley del Seguro Social.

MUC.- Manual Único de Capacitación de agentes promotores.

PIB.- Producto Interno Bruto.

PROFECO.- Procuraduría Federal del Consumidor.

SAR.- Sistema de Ahorro para el Retiro.

SIEFORE.- Sociedades de Inversión Especializada en Fondos para el Retiro.

STPS.- Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

REFERENCIAS

- Alba, J., (2005). Marco legal y normativo del sistema financiero Mexicano (1ª. Ed). México: Ediciones Ruz.
- AMAFORE, (2011). Asociación mexicana de administradoras de fondos para el retiro A.C. Antecedentes del sistema de ahorro para el retiro. Recuperado en enero 11 2011, disponible en http://www.amafore.org.mx:8080/swb/es/Amafore/antecedentes
- AMAFORE, (2009). Manual de capacitación único. México.
- BBCMUNDO, (2003). Pensiones: ¿Futuro asegurado?. BBC Mundo.com. Recuperado en enero 24 2011 disponible en http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/specials/newsid_2969000/2969180.stm
- CEIEG, (2013). Comité Estatal de Información Estadística y Geográfica.
- Estadísticas de trabajadores asegurados al IMSS (2012). Recuperado en agosto 29 2013, disponible en http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/wp-content/uploads/downloads/productosdgei/info_estadistica/EstadisticasIMSS/Estadisticas_IMSS_Septiembre_2012.pdf
- CONASAMI, (2013). Comisión Nacional de los Salarios Mínimos. Salarios Mínimos Generales por Áreas Geográficas 1992-2013. Recuperado en agosto 13 2013, disponible en http://www.conasami.gob.mx/pdf/salario_minimo/sal_min_gral_area_geo.pdf

- CONSAR, (2013). Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro. Ley de los sistemas de ahorro para el retiro. Recuperado en enero 10 2011, disponible en http://www.consar.gob.mx/normatividad/pdf/normatividad_ley_sar.pdf
- CONSAR, (2013). Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro. Información para trabajadores. Recuperado en agosto 19 2013, disponible en http://www.consar.gob.mx/principal/info_gral_trabajadores-imss_tripartita.shtml
- González, S., (2007). Es caro e inequitativo el sistema de pensiones en México. La Jornada. Recuperado en enero 27 2011, disponible en http://www.jornada.unam.mx/2007/02/11/index.php?section=politica&article=021n1pol
- Gutiérrez, F., (2013). Prevalece la cultura del no ahorro en mexicanos. El Economista Recuperado en agosto 7 2013, disponible en http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2013/08/06/prevalece-cultura-no-ahorro
- Hernández, M., Díaz, E., (2011). Afores al Asalto. Proceso.com.mx. Recuperado en enero 17, 2011 disponible en http://www.proceso.com.mx/rv/modHome/detalleImpreso/150471
- Ley federal del trabajo., (2011). (27ª ed.). México: Editorial Porrúa.
- Ley del instituto mexicano del seguro social., (2009). México: Pacj.
- López, J., (2004). Análisis comparativo y cálculo individualizado de las distintas Afores en México. Universidad de las Américas Puebla. Recuperado en enero 19 2011, disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lat/lopez_b_j/
- Malhotra, N.K, (1997). Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. (Trad. V. de Parres). México: Prentice-Hall.
- Mayoral, I.,(2011). De sólo un poco más del mínimo serán la mayoría de las pensiones SAR 97. ABC Dinero Finanzas que te cambian la vida. Recuperado en enero 10 2011, disponible en http://www.abcdinero.org.mx/afores17.html
- Medina, F., (2011). Sólo 9% gana más de 5 salarios mínimos: INEGI. El punto Crítico. Recuperado en enero 25 2011, disponible en http://www.elpuntocritico.com/economia-nacional/6842-solo-9-gana-mas-de-5-salarios-minimos-inegi.html

- Piñera, J., (2001). La revolución mundial del sistema de pensiones. El cato. Recuperado en enero 27 2011, disponible en http://www.elcato.org/publicaciones/ensayos/ens-2001-06-19.html
- PROFECO, (2013). Brújula de compra. Procuraduría Federal del Consumidor. Recuperado en Agosto 14 de 2013, disponible en http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula.asp
- Reyes, R., (2009). Pocos mexicanos ahorran para el retiro. Cnnexpansión.com. Recuperado en enero 10 2011, disponible en http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2009/03/24/pocos-mexicanos-ahorran-para-el-retiro
- SHCP, (2006). Panorama general de los sistemas de pensiones en México. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, pp. 1,9. Recuperado en enero 27 2011, disponible en http://www.ciss.org.mx/caaf/pdf/Jose_Antonio_Glz.pdf
- Soto, C., (2006). Crítica propositiva al sistema de ahorro para el retiro en México. Ejecutivos de finanzas, pp. 2,5. Recuperado en enero 27 2011, disponible en http://www.red-mat.unam.mx/foro/volumenes/vol025/Carlos-Soto-Seg-Social.pdf

6. EMPRESA-FAMILIA: CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO REGIONAL

Dra. María Eugenia Estrada Álvarez
Mtra. Ligia Margarita Domínguez Castañón.
Mtro. Nasario García Álvarez
Mtra. Blanca Flor Esquinca Castillejos.

Resumen:

En el contexto de la intensidad de los intercambios económicos, a nivel mundial, denominado globalización económica, particularmente las micro y pequeñas empresas locales, —generalmente organizadas en estructuras familiares—, enfrentan grandes retos de competitividad ante los arreglos organizacionales, estructuras de poder y control de mercado impuestos por grandes empresas de alcance mundial. Por lo tanto, en este trabajo la atención se centra en el potencial de la empresa familiar productora de quesos "La Ordeña, S. A.", y cómo su visión empresarial en el largo plazo ha estructurado un marco de desarrollo con fuertes componentes endógenos para hacer frente a los vaivenes del entorno económico y la competitividad en el mercado impuesta por el avance del neoliberalismo.

Palabras clave: desarrollo local, empresa familiar, Chiapas

Introducción

En el entorno actual caracterizado por la intensidad de los intercambios económicos a nivel global y libre mercado, muestra cada vez mayor complejidad y dinamismo; se buscan respuestas a una gran interrogante, vigente en la historia del pensamiento económico, en lo referente a la determinación de ¿cuáles son los factores que articulan grado de bienestar socioeconómico de una comunidad en un territorio determinado?

Entre las múltiples respuestas, destaca con un peso específico, la participación de los actores sociales y productivos en la organización de la producción. De manera particular, el uso adecuado de sus recursos, físicos, económicos, humanos y el desarrollo o aplicación de tecnologías se presenta como una fórmula idónea en el intento de alcanzar mayor productividad y rentabilidad empresarial, a la vez el aumento del ingreso y la calidad de vida de una comunidad especifica.

En la presente comunicación se comparte con el lector los resultados de un estudio preliminar centrado en conocer los estrategias construidas por la empresa familiar productora y comercializadora de quesos "La Ordena, S. A.", localizada en Tonalá, Chiapas, con el fin de enfrentar los retos de competitividad en una economía de libre mercado. Se indaga sobre su historia, los procesos de reestructuración, la visión empresarial transmitida de generación en generación, donde se destaca la importancia de los valores familiares en la protección de un patrimonio familiar, los conocimientos profesionales en áreas específicas y estratégicas para el desempeño y crecimiento empresarial. Se trata de un estudio regional, en la búsqueda de elementos explicativos que propician el desarrollo local.

Para lograr este objetivo, en un primer momento se presenta un breve marco teórico explicativo del enfoque desarrollo regional y la conceptualización de empresa familiar. Esta propuesta teórica señala la importancia que hoy se concede a la participación de los actores sociales y productivos, el desarrollo de capacidades y habilidades para utilizar sus recursos territoriales, en la construcción de estrategias para aumentar los niveles de bienestar de una comunidad. La parte central del trabajo se encuentra en el siguiente apartado, se utiliza la crónica como recurso discursivo para ilustrar la trayectoria histórica de los procesos de organización, estrategias de competitividad y respuestas para afrontar de manera creativa, los rápidos cambios del entorno económico, de la empresa familiar "Quesos La Ordeña, S. A. de C.V., con domicilio principal en Tonalá Chiapas.

Desarrollo Local

Una de las grandes interrogantes de la humanidad es la búsqueda de los medios o cómo alcanzar el crecimiento económico y el bienestar para los miembros de una comunidad. Abundan las discusiones teóricas al respecto, sin embargo, para efectos explicativos, en

este documento se retoma la conceptualización del desarrollo desde la perspectiva local. . Antonio Vázquez Barquero, uno de los teóricos emblemáticos de este enfoque señala:

> El desarrollo local es un conjunto de procesos de crecimiento y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población, mejorar su nivel de bienestar económico social y cultural; proponen el aumento del empleo y la disminución de la pobreza estimulando el aumento de la competitividad de la economía y de las empresas en los mercados locales e internacionales (Vazquéz, 2000:5).

De acuerdo con Vázquez, para lograr el bienestar de la comunidad y disminuir la pobreza, se precisa aumentar la productividad en todos los sectores productivos, es decir, aumentar la producción en las actividades agrarias, industriales y de servicios, utilizando la misma o menor cantidad de trabajo. Esta mejora en los rendimientos de los factores productivos es la que permite diversificar la producción y satisfacer las nuevas demandas de productos manufacturados y de servicios.

El aumento de la productividad depende de cómo se combinan el trabajo y los demás factores productivos, en función de los bienes de equipo, la maquinaria y los métodos de producción que se utilizan en el proceso productivo; de manera específica la aplicación de innovaciones tecnológicas en los procesos de fabricación y del conocimiento tecnológico que realizan los trabajadores para generar el producto final, utilizando las materias primas y los bienes de equipo existentes y disponibles. Los cambios tecnológicos permiten la introducción de nuevas combinaciones de factores productivos, las cuales producen el aumento de la productividad del trabajo, y esto a su vez genera el crecimiento de la renta.

Así también, Vázquez Barquero considera el crecimiento y cambio estructural resultado de la utilización del potencial de recursos existentes en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población en una localidad o una región" (Vázquez, 2000).

En los procesos de desarrollo, un actor fundamental es el territorio, se integra recursos naturales, humano, políticos, sociales, en el cual los actores interactúan entre sí, desarrollan habilidades y capacidades empresariales y relacionales, generan conocimientos y desarrollos tecnológicos, infraestructura productiva, así también, elementos de identidad, cultura y tradición, especialización productiva relacionada con el mercado de trabajo, con mano de obra especializada, en entornos innovadores e instituciones (Iglesias, 2005).

Las comunidades locales tienen una identidad propia que les impulsa a lanzar iniciativas y estrategias de acción para el desarrollo de la comunidad local (Vázquez, 2005). Desde esta perspectiva, la comunidad local es capaz de liderar y generar procesos de cambio estructural con el fin de lograr mejores niveles de satisfactores y prosperidad.

En el mismo sentido, Arocena, señala, más allá de un producto automático de las relaciones de mercado, destaca la articulación de un conjunto de factores que propician el desarrollo, uno de esos factores son las acciones que planean, diseñan e implementan los actores locales y regionales para alcanzar sus objetivos (Arocena, 1995).

El desarrollo local y regional busca disminuir la desigualdad y aumentar la calidad de vida de una sociedad, aprovechando las potencialidades de los individuos como iniciadores de ideas innovadoras que causan impacto económico y social, posibilitando el crecimiento progresivo del empleo, la producción, la economía y el bienestar social en las comunidades (Amartya Sen, 1997). El emprendimiento suele considerarse como una alternativa para lograr éstos desarrollos.

La forma como los actores territoriales utilicen sus recursos, puede potencializar el desarrollo y crecimiento económico de las regiones, como afirma Garofoli, los actores locales tienen la capacidad de transformar el sistema socioeconómico, en base a sus conocimientos, grado de inversión de capital financiero, habilidad para reaccionar ante los desafíos externos del entorno competido en condiciones de mercado y la promoción de aprendizaje social (Garofoli, 1991).

Oliva e Isunza (2008) consideran que estos componentes se desarrollan en un proceso histórico y como resultado configura individuos insertos en una sociedad local con capacidad estratégica para resolver los desafíos del medio ambiente

A lo anterior se suma, un elemento esencial descrito en las experiencias de desarrollo regional, el factor conocimientos. El espacio local va a ser diferenciado, no sólo por sus recursos naturales, sino también por la capacidad de organización de los sujetos que convergen en él, como afirma Vázquez

Las capacidades humanas se componen de todo conjunto de actitudes necesarias para el desarrollo de una actividad productiva desde la competencia profesional, hasta la habilidad en los negocios. Algunas de ellas son de tipo general, es decir, son comunes a todas las ocupaciones y por lo tanto, pertenecen a todas las actividades productivas; otras en cambio son especializadas, es decir, son características de una ocupación específica y por lo tanto, pertenecen a una industria específica (Vázquez 2007:105).

En el mismo orden de ideas, Stevenson (2000) señala la importancia el entorno en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución, para el desarrollo de la actitud del individuo emprendedor.

El desarrollo del espíritu emprendedor tiene una estrecha relación con el hecho de proceder de un núcleo familiar empresarial (López, Montillo y Briceño, 2007), a lo anterior, agregamos el significado del legado emprendedor, con él se busca compartir y transmitir la filosofía, trayectoria histórica, retos y dificultades superadas, factores de éxito, a las siguientes generaciones con el fin de perpetuar el objetivo empresarial, implica crear una estrategia de emprendimiento transgeneracional, impulsar una educación acorde al negocio, alentar el crecimiento y las iniciativas personales o de grupo, y finalmente, el proceso de la transferencia de la administración, el control y el patrimonio de la empresa.

Como indican Letablier y Nicolás (1994), culturalmente, el territorio aporta tipicidad al ligar la producción y/o el consumo de un producto y costumbres o representaciones colectivas en torno al mismo; la dimensión histórica de la tipicidad viene representada por el anclaje o asentamiento en el tiempo de las prácticas, métodos o conocimientos sobre el producto.

Las pequeñas y medianas empresas familiares

Los procesos de desarrollo de una localidad o región no se vinculan exclusivamente a la presencia de grandes corporativos, por el contrario, destaca la importancia y contribución de las pequeñas y medianas empresas familiares a la generación de empleos y fuentes de ingresos para los miembros de una comunidad local.

La coexistencia de empresas de diferentes tamaños compitiendo en el mismo mercado es una evidencia empírica. Por ello, la supervivencia de la micro y pequeña y mediana empresa, MIPyME familiar depende en buena medida, de su capacidad para desenvolverse en su entorno, de acuerdo a la serie de ventajas y desventajas respecto a las grandes empresas que debemos considerar. La generalidad supone que mientras las grandes empresas tienen una mayor experiencia, conocimientos y poder de mercado, facilidad para introducir innovaciones en productos y procesos de fabricación al disponer de más recursos financieros, cuentan con personal mejor cualificado (Gutiérrez, 2006) las pequeñas y medianas empresas carecen o cuentan con poco de estos recursos, pero resulta interesante observar como las PYMES familiares en el territorio a menudo muestran su capacidad de explotar ventajas derivado de los vínculos relaciones construidos en el tiempo, cercanía geográfica, comunicación interna, conocimientos, especialización, cultura, conocimientos técnicos y productivos, motivación para la consecución de resultados construidos en los procesos evolutivos de relevo generacional, sumados de capacidad de adaptabilidad y flexibilidad, para responder a los cambios del entorno.

Una empresa familiar es aquella en la cual la propiedad y las decisiones están dominadas por los miembros de un grupo de afinidad afectiva (Carsrud 1994, citado por Neubauer y Lank 1999); en la práctica la entidad está controlada por una familia Barry, 1989,

citado Neubauer y Lank 1999), por lo tanto, señala Nogales (2008) las empresas familiares y las familias empresarias están conformadas por una vasta red de relaciones psicológicas, sociales y económicas complejas. La complejidad resulta de la conjunción de dos entidades: La empresa —unidad productiva— y la familia —institución integrante de la sociedad—. El reto de este tipo de organizaciones es armonizar el ámbito familiar con un trabajo eficiente (Martínez, 1984, citado por De la Rosa, 2009).

La empresa familiar y su contribución al desarrollo local

En este apartado se revisa la trayectoria histórica de la empresa familiar productora de lácteos "Quesos la Ordena, S.A. de C.V., con el fin de identificar sus estrategias para enfrentar los retos de competitividad los cambios del entorno, político, social y tecnológico derivado de los procesos de globalización de la economía.

Se utiliza la narrativa técnica discursiva para mostrar aspectos relevantes conocidos mediante entrevista personal realizada a tres integrantes de la empresa familiar, el día 15 de octubre 2015, en las instalaciones ubicadas en Tonalá, Chiapas.

La historia de esta empresa, data de los primeros años de 1970, con la conformación de la familia Escobar García. La Sra. Elsa Guadalupe García Ortiz y el Sr. Eduardo Escobar Vázquez, iniciaron formalmente el negocio, atendiendo los consejos padre del Sr. Eduardo Escobar, oriundo de la región y con experiencia en actividades de la ganadería, producción y comercialización de leche, además del conocimiento para la elaboración de quesos, trasmitido de generación en generación.

De manera artesanal, en la casa familiar, en pequeña escala, la producción diaria de tres quesos se vendía a la Sra. Eva para su comercialización al mayoreo en la zona del Istmo de Oaxaca. Después, en 1976 compran un terreno en calle Almendros No. 4. Col. Ferrocarrilera, en Tonalá Chiapas, lugar donde instalan la empresa productora de quesos y su domicilio familiar.

Data de los años 1981-1985 la compra de los terrenos aledaños, facilitó la expansión de las instalaciones, áreas de acopio de materia prima, producción, conservación y control de calidad, estacionamiento del equipo de transporte para el acopio de leche, equipo de reparto de productos procesados y espacio para la tienda comercializadora.

"La lucha no ha sido fácil", comenta con nostalgia la Sra. Elsa, " se contrataban créditos bancarios, no había en ese entonces, programas de ayuda por parte del gobierno. Aunque pasaron malos ratos, nunca desistieron y continúan como hasta hoy, en pie de lucha".

Un valor primordial en la familia, es la disciplina, responsabilidad y compromiso, con el trabajo y la sociedad. "Desde pequeños, a mis hijos, los despertaba temprano y les asignaba tareas en la empresa, además de labores de casa y escuela. Aprendieron a cuidar y trabajar para fortalecer el patrimonio familiar".

Así también, un elemento relevante es el factor conocimientos, 3 integrantes de la empresa-familia —hijos— , se capacitaron profesionalmente en instituciones particulares de reconocido prestigio, como el Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, han radicado en localidades fuera de su ciudad natal, Tonalá e incluso en el países extranjero,y en practican lo aprendido en beneficio de su empresa, se encargan de los aspecto jurídico, procesos tecnológicos de lácteos, ventas y mercadotecnia.
En las palabras de Quesos la Ordeña, su misión es ser:

> Una empresa consolidada y reconocida a nivel nacional, así como un emblema del estado de Chiapas, en el sector lácteo, lograr alimentar cada día a más personas no solo de Chiapas sino también de México y el mundo, formar parte de proyectos e investigaciones con escuelas y gobierno para mejorar la industria de productos lácteos, buscando ser autosustentables líderes en innovación.

Viven la visión de:

> Elaborar productos lácteos de la mejor calidad, manteniendo siempre la inocuidad como punto de equilibrio y el sabor como base del éxito con un ambiente laboral excelente, brindando una importante fuente de empleo para Tonalá y el estado de Chiapas en general.

Los integrantes de la empresa familia, manifiestan con alegría y emoción, paulatinamente se hace realidad lo propuesto, siguiendo rutas estratégicas, entre ellas, destaca el registro de marca "La Ceiba", el lema; "Amor y tradición por el queso" y logotipo ante el Instituto de Protección Industrial Mexicano. Las redes sociales vía internet, es un medio de comunicación actual para promocionar los productos lácteos de la marca.

En cuanto a la calidad e inocuidad del producto, el empaque a alto vacío, se aplica a un 90% de la producción y 10% en una presentación económica, con cubiertas de polipapel; en cuanto a la mejora continua, la innovación y desarrollo de una gama de productos, ha requerido la asesoría de especialistas en diversas fases de los proceso productivo y la implementación de maquinaria e instalaciones con nuevas tecnologías.

Por otra parte, aunque, el queso de sal es el tradicional en la región Costa de Chiapas, la producción oferta crema liquida y gran variedad de quesos: de crema, Gourmet, tipo Oaxaca, Cotija, panela y botanero. La demanda y producción se concentran en el tipo Oaxaca, seguido del Cotija.

Las sucursales en Tonalá, Arriaga, Tuxtla Gutiérrez y la entrega a domicilio se proponen como estrategias de expansión de mercado, además, de comercializar otros comestibles, tostadas, curtidos, dulces regionales, entre otros. De igual forma, contribuye la externalización de las actividades por medio de agentes independientes, en ventas al mayoreo, comercializadores en las ciudades de Chiapas, como, San Cristóbal de las Casas, Ocozocoautla, Cintalapa, así también, en Cancún Quintana Roo.

A la fecha la empresa genera empleos 82 empleos directos, 70 en el área producción y 12 en la administración; así también, de manera indirecta contribuye al ingreso de las

familias mediante el acopia diario de la producción de leche en las comunidades aledañas en Tonalá y Arriaga.

Conclusiones

Los resultados de la presente investigación, han permitido hacer una revisión de la trayectoria histórica y las estrategias construidas por la empresa familiar productora de lacteos "Quesos la Ordeña, S. A. de C.V. localizada en el municipio de Tonalá, Chiapas, se evidencia un fuerte componente, donde los actores sociales y productivos, integrantes de la empresa familiar son los constructores de su propio desarrollo, mediante un proyecto empresarial, en base a un recurso territorial, sobre el cual se conservado y desarrollado todo un saber – hacer local, una cultura de trabajo, conocimientos trasmitidos de generación en generación para la producción de quesos con reconocimiento por su calidad y sabor.

Al realizar las consideraciones anteriores y observar el objeto de estudio, fue posible identificar que el valor primordial que los fundadores tratan de transmitir es el *Espiritu de Familia* para mantener en la empresa un buen clima laboral. El siguiente valor es la *Orientación da la empresa,* entendida como una buena predisposición al proyecto empresarial

Sus estrategia se sostienen en el desarrollo y conservación de una **las** actividades tradicionales de la región Costa de Chiapas, como es la producción de quesos con características regionales, sumadas de procesos tecnológicos innovadores para aumentar su conservación y garantizar la inocuidad del producto. Constituye fuente importante en la preservación de la identidad local e ingreso para la familia y la comunidad.

En la empresa familiar "Quesos La Ordena", las innovaciones en las diferentes fases se han orientado al mejoramiento de la calidad y costo de los productos para competir en los mercados locales Destaca el interés por la conservación de sus actividades tradicionales como parte de su identidad, mediante la participación de los miembros de las familia, quienes coinciden en considerar que las innovaciones en su actividad a corto y mediano plazo deben

orientarse a logro del mejoramiento de los canales de comercialización, incremento de las inversiones y ampliación de las líneas de producción.

Lo cual muestra que los retos de la competitividad y reestructuración productiva son enfrentados con los recursos locales existentes y las actividades de la empresa contribuyen de manera directa e indirecta a la generación de ingresos y el aumento de la calidad de vida entre los miembros de la comunidad, productores, comercializadores y el público consumidor.

Este tipo de respuestas locales muestran como los integrantes de la empresa familiar quesos la ordeña, de la ciudad de Tonalá, Chiapas, enfrentan los retos de competitividad impuestos en una economía de libre mercado y contribuyen al desarrollo local.

Lo anterior reafirma la teoría del desarrollo local, particularmente, lo señalado por Vázquez (2009) en cuanto, al uso adecuado de los recursos territoriales, a las innovaciones tecnológicas, la infraestructura y el trabajo, permiten el cambio estructural, el incremento de la rentabilidad, contribuyen al incremento del ingreso de los miembros de una comunidad y por lo tanto, al desarrollo local.

Referencias

- AROCENA, J. (1995). *El Desarrollo Local: Un desafío contemporáneo*. CLAEH, Universidad Católica de Uruguay, Nueva Sociedad. Venezuela.
- BOISIER, S.(2003). *"¿Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica?*", en Revista del CLAD Reforma y Democracia No. 27. Octubre. Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). Caracas, Venezuela, pp.11-29.
- DE LA ROSA A, Lozano O & Ramírez J. (2009), *Organización, Empresa y Familia: de la Empresa Familiar a la organización Familia*, Revista Gestión y Estrategia Núm. 36, Julio / Diciembre 2009.

- GAROFOLI, G. (1991). *Desarrollo económico, organización de la producción y territorio*, en http//moraleseconoia.zxq.net/blog_de_moraleseconomia. Consultado el 5 julio de 2015.
- GUTIÉRREZ, A. (2006) *La empresa trasnacional en la reestructuración del capital producción y trabajo*. UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas
- IGLESIAS, D. (2005). *Configuración económica y territorial de la actividad industrial en el marco de la dinámica mundial actual*. *Quivera*, 7(1), México, pp. 36-55. Recuperado de http//www.redalyc.org/articulo.oa?id=40170102.
- OLIVA, A. & Isunza A. (2008). *La Hegemonía en el Poder y Desarrollo Territorial.* Revista Pueblos y Fronteras, Digital No. 6, diciembre 2008– mayo 2009. Iniciativa empresarial y desarrollo local en América Latina, en http//www.pueblosyfronteras.unam.mx/a08n6/pdfs/n6_art04.pdf. Consultado el 5 junio de 2015.
- SEN, A. (1997) *Desigualdad y desempleo en el Europa Contemporánea*. Revista Internacional del Trabajo Vol. 136. Nro. 2.
- Stevenson (2000)
- VÁZQUEZ, A. (2000). *Desarrollo Endógeno y Globalización*. Revista EURE, diciembre, año/Vol. XXVI, No. 079, Pontifica Universidad Católica de Chile. Santiago, Chile, pp. 35
- VÁZQUEZ, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo.* Universidad Autónoma de Madrid, Editorial Antonio Bosh Editor, España, pp. 92
- VÁZQUEZ, A. (2007). *Surgimiento y transformación de los clusters y milieus en los procesos de desarrollo*. Revista EURE, Vol. XXXII, N° 95, mayo, Santiago de Chile, pp. 75-93. (Consultado en junio de 2015, en http//

7. LA PEQUEÑA EMPRESA CONSTRUCTORA CHIAPANECA: ACTUALIDAD Y PERSPECTIVAS

Mtro. Arcadio Zebadúa Sánchez.- Responsable
Dra. Karla Beatriz García Arteaga
Mtro. Fredy Humberto Caballero Rodríguez

RESUMEN

La industria de la construcción en México y principalmente en Chiapas representa una de las fuentes de empleo más importante, ya que con la derrama económica que se da en el desarrollo de proyectos de construcción, se generan empleos directos e indirectos de gran magnitud. Sin embargo, el tipo de ingresos que tienen depende en gran medida de recursos públicos, por lo que el acceso a ellos depende de la política gubernamental y del tráfico de influencias que se suscita en el medio.

A continuación, se presenta las condiciones bajo las cuales se desenvuelve una muestra de las pequeñas empresas constructoras afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), diagnosticando y caracterizando a este tipo de empresa en el estado de Chiapas, las cuales corresponde en gran medida a empresas familiares, las cuales son propiedad de un grupo reducido de personas.

Es por esto que en la presente investigación, nos concentramos en el diagnóstico de aspectos administrativos, enfocándonos al de su constitución legal, a los procesos de Planeación y Organización y al manejo de sus Controles, elementos que se consideran esenciales para la permanencia en el mercado y con lo que pudiera establecer una plataforma de estabilidad que les permitiera crecer.

Introducción

En el trabajo se presentan las condiciones bajo las cuales se desenvuelve una muestra de las pequeñas empresas constructoras afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), diagnosticando, identificando y caracterizando a este tipo de empresa en la localidad de referencia, misma que en gran medida corresponden a **empresas familiares que tienen un único propietario o son propiedad de un grupo reducido de personas**, es por esto que surge el interés por investigarlas, ya que en ellas, se suelen implementar conceptos administrativos basados en experiencias acumuladas de sus dirigentes, pero con poco o escaso conocimiento teórico en su accionar cotidiano, lo que llega a representar una problemática en el sector, ya que son precisamente este tipo de empresas, por su condición de empresas que muchas de ellas pretenden crecer trascendiendo de micro, a pequeña y de ahí a mediana, pasando por grande y posteriormente a gigantes. Esto podría ser posible, si además de tener un ritmo de contrataciones crecientes, se consoliden desde el aspecto financiero, legal y administrativo.

Es por esto que en la presente investigación nos concentramos en el diagnóstico de aspectos administrativos, enfocándonos al de **constitución legal**, a los procesos de **Planeación y Organización** y al manejo de sus **Controles**, elementos que se consideran esenciales para la permanencia en el mercado y con lo que pudiera establecer una plataforma de estabilidad que les permitiera crecer.

Antecedentes

El sector de la construcción juega un papel sumamente importante en el desarrollo de un país, por una parte se crean las bases de la infraestructura o de satisfactores de servicios básicos o complementarios y por otra, la gran derrama económica que se da en casi todas las ramas económicas de un país, ya que participa en 37 de las 73 ramas económicas totales de México (CMIC, 2014), es decir que representa el 50.68%, además es uno de los grandes generadores de empleo directos con el 8% del total del país, además de los empleos indirectos y el 7.7% del PIB (INEGI, 2014).

En la República Mexicana la industria de la construcción se dedica principalmente a la obra pública, es decir a contratar obras y servicios con dependencias o empresas del gobierno federal, estatal o municipal, en el estado de Chiapas, la dependencia de este sector, representa el 95%.

Debido a la gran dependencia que tienen las empresas constructoras, estas se ven afectadas por los vaivenes económicos y presupuestarios destinados para la creación de obras y servicios, lo que ocasiona crisis severas en el sector y en caso de las pequeñas empresa aún más, ya que las empresas gigantes, grandes y medianas se pelean los pocos contratos con el afán de sobrevivir.

La pequeña empresa constructora se ve afectada por la inestabilidad de la economía del país, estados o municipios, y además es un nicho que normalmente es sumamente competido ya que entran otros actores de mayor tamaño a competir. El ámbito de la industria de la construcción chiapaneca vive una realidad como lo establece Barroso-Tanoira (2012): la "sobre dependencia hacia la obtención de contratos gubernamentales en lugar de buscar algún tipo de diversificación para adaptarse mejor a su medio, dejando a un lado la creatividad" (pág. 142).

La pequeña empresa constructora chiapaneca tiene características peculiares en cuanto a su afiliación gremial, ya que las empresas no afiliadas a algún organismo empresarial,

normalmente son las de menos formalidad y de reciente apertura. En el estudio presentado se observa a las empresas pequeñas afiliadas a la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), con el fin de analizarla desde el enfoque organizacional.

En el estudio se puede observar comportamientos de orden tradicional. Vemos en su seno lógicas y acciones muy propias de este grupo de organizaciones, encontramos manifestaciones de supervivencia y adaptabilidad, formas de organizaciones que superponen la ganancia económica con la solidaridad familiar (Lozano Carrillo, Cisneros Martínez & Niebla Zatarain, 2009).

Características de la Pequeña Empresa Constructora Chiapaneca

Las empresas constructoras en México, se clasifica en Micro, Pequeña, Mediana, Grande y Gigante, y a diferencia de los otros sectores de la economía que su clasificación responde al número de empleados, en el caso de la industria de la construcción corresponde al nivel de ingresos anuales (Zebadúa Sánchez, 2008, pág. 50). Se toma el nivel de ingreso en lugar del número de empleados, ya que en la industria de la construcción se da mucho la contratación temporal, ya que al tener su fuente de ingreso en proyectos que normalmente no superan los doce meses, su personal es contratado por obra y además al contar con una buena proporción de personal no muy calificado y a las condiciones que se les procura, la rotación del personal es elevada.

Los niveles de ingresos se describen a continuación:

Tabla 4. Rango de estratificación de la empresa constructora en México (miles de pesos)

Empresas	Límite	
	Inferior	Superior
Gigantes	74,381.0	En adelante
Grandes	41,510.0	74,380.9
Medianas	23,139.5	41,509.9
Pequeña	13,572.5	23,139.4
Micro	**1.0**	**13,572.4**

Fuente: (Zebadúa Sánchez, 2008, pág. 51)**.**

En la tabla 1, podemos observar el rango de contratación para la pequeña empresa constructora la cual va de los $13,572,500.00 a los $23,139,400 pesos, lo que refleja un margen bastante amplio, lo que marca una gran diferencia cuando se analizan empresas que se encuentran cercanas al límite superior con respecto a las del límite inferior.

De acuerdo a la investigación realizada, las pequeñas empresas constructoras chiapanecas presentan las siguientes características:

Con respecto a la antigüedad en la industria de la construcción de este segmento, se encontró que oscilan de tres a 17 años, con un promedio de 9 años.

En cuanto a la forma como están constituidas se reporta que el 53% están constituidas como sociedades anónimas y el resto como Personas Físicas. Dentro de las sociedades anónimas se observó que el 66% cuenta con dos socios (todos ellos con una relación familiar cercana), lo mínimo establecido por la Ley correspondiente. Lo que se puede observar a diferencia de las microempresas que su mayoría son personas físicas, en este segmento la mayoría son sociedades mercantiles, lo cual, se puede explicar que, debido al volumen de facturación y a

la antigüedad en el mercado se buscan una forma de mayor protección del patrimonio personal.

El nivel de facturación lo obtienen en un 98% del Sector Público (Entidades Federales, Estatales y/o Municipales), desarrollando principalmente construcciones de obra civil, servicios públicos y/o espacios educativos.

El perfil del Director General de la empresa tiene en su mayoría una carrera universitaria relacionada con la construcción (Ingenieros y Arquitectos), aunque en menor nivel existen otras profesiones con el 13%.

El Director de la empresa es hombre orquesta, ya que se promueve para conseguir contratos de obra o de servicios relacionados con la construcción, una vez que los obtiene, cuenta con un pequeño equipo de trabajo con los que lo dirige y administra.

En cuanto al personal contratado de manera permanente, cuentan en promedio con alrededor de diez personas, algunos de ellos son familiares (30%).

Sus procesos contables y fiscales son atendidos en su mayoría por un contador, apoyado de un despacho externo, no siempre con la suficiente experiencia y especialización en la Industria de la Construcción, lo que conlleva a que las recomendaciones no siempre son las más acertadas en los aspectos contables, financieros, legales, fiscales, etc.

Se observó que la mayoría no cuenta con **procesos administrativos y/o organizacionales** bien definidos, ni con objetivos, estrategias, políticas, presupuestos, niveles de ingresos, etc. plasmados de manera escrita, debido a que la mayoría establece sus objetivos de manera verbal, y no son muy claros, ni bien plasmados, son del tipo “contratar más obras”, “mantener los mismos niveles de ingresos del año anterior”, “conseguir alguna obra”, etc.

Otro de los hallazgos es que no cuenta con procesos en cuanto a la **planeación**, con respecto a la **organización** cuentan con organigrama y funciones más o menos definidas, pero todo de manera verbal, el reclutamiento (integración) del personal es de manera informal en su mayoría, la **dirección** es llevada a cabo por el Director en todos los niveles, auxiliándose de algún personal, principalmente en la dirección de obras, en cuanto al **control** es muy superficial, teniendo como consecuencias perdidas económicas, como lo establece Suárez Salazar (2005) el cuidar los aspectos administrativos es fundamental para la buena marcha de las empresas constructoras.

En cuanto a uno de los principales problemas lo reflexiona Barroso-Tanoira (2012):

> En diversas empresas, entre las cuales se incluye a las constructoras, pueden existir problemas relacionados con la falta de visión a largo plazo y una tendencia a la concentración en operaciones inmediatas o cortoplacistas que lleven a ganancias rápidas, corriendo el riesgo de satisfacer necesidades que el mercado no requiere.

Perspectivas

Una de las grandes dificultades a la que se enfrenta la pequeña empresa constructora Chiapaneca es la falta de trabajo; más del 95% de las empresa constructoras no cuentan con algún contrato. En esos momentos el peligro mayor es la sobrevivencia. Hay acuerdos con el gobierno estatal de otorga contratos a empresas locales, ya que se ha visto que se han favorecido a empresas foráneas y de nueva creación. Sin embargo, el panorama no ha sido alentador.

Una vez superado el problema de la contratación de obra, se enfrentaran a reconstruir su planta laboral, ya que en la mayoría de los casos tuvieron que liquidarlos.

En cuanto a debilidades de este segmento es grande ya que la falta de una administración formal, las vuelve muy vulnerable: debido a la llegada de empresas de otros estados al mercado local, el desplazamiento que hacen a las gigante, grandes y medianas empresas chiapanecas redunda en una mayor competencia hacia la búsqueda de contratos de menores

montos en busca de la sobrevivencia, lo que repercute en las pequeñas y microempresas ya que son las desplazadas hasta niveles de extinción.

Es necesario que se tengan procesos administrativos de manera descriptiva por escrito, ya que las diferentes dependencias, solicitan que se cuente de manera documentada con los aspectos administrativos. Además para poder contar con acreditaciones, certificaciones, etc. se requieren que todos los aspectos se tengan documentados.

Uno de las grandes dificultades que se enfrentan, es la falta de recursos, por lo que se debe de capacitar y gestionar a los empresarios para la búsqueda de programas de financiamiento más flexibles, sin muchos requerimientos y a intereses bajos.

Es necesario que este segmento busque la especialización y certificaciones con el fin de poder formar parte de padrones o directorios especializados, con lo que podrían contratar proyectos u obras con empresas privadas o públicas.

Como lo indica Barroso-Tanoira (2012):

> Las organizaciones que deseen sobrevivir y desarrollarse serán las que se adapten mejor a su medio ambiente. Los competidores se están haciendo cada vez más fuertes además de que se están acortando los ciclos de vida de productos, negocios y estrategias empresariales, los cuales pueden pasar de meses a tan solo semanas, por lo que la principal preocupación para cualquier empresa debe ser evitar la irrelevancia. Esto enfatiza la necesidad de emprender nuevas formas para hacer las cosas para satisfacer completamente a los clientes y conservarlos, pues la permanencia en el mercado está basada en la voluntad y la capacidad de las empresas para adaptarse al cambio. (pág. 141)

Un aspecto que las pequeñas empresas constructoras podrían explotar lo describen en su obra Clegg y Birch (2001), al decir que las ventajas competitivas estarán basadas en el desarrollo humano más que en la tecnología o en los recursos financieros. Lo que le daría una gran

ventaja a estas organizaciones donde el personal podría buscar la especialización y/o certificación.

Se debe de observar las ventajas de la planificación, por parte de las empresas de este segmento, con respecto a nuevos proyectos por realizar como lo establece Barber Lloret (2001):

- Obligar a un estudio más profundo de los medios a emplear en cada unidad de obra, obteniendo una precisión en los precios unitarios y plazos de ejecución.
- Menor variación posterior en los presupuestos, con menos imprevistos.
- Mejor aprovechamiento de los recursos y coordinación de los trabajos, etc. (pág. 38).

En cuanto a los controles Suarez Salazar (2005) reflexiona de la siguiente manera: "Una empresa sin control de costos está destinada al fracaso, en consecuencia tendremos al planearla, que decidir cuándo y dónde llevaremos el control de costos, el cual dependerá primordialmente de la forma de contratación dominante…" (pág. 69).

Conclusiones

Se observa que la principal amenaza que tienen hoy en día las Pequeñas empresas constructoras es la falta de contratos, lo que amenaza con su desaparición de un buen número de ellas.

Se requiere que las organizaciones constructoras se diversifiquen en cuanto al tipo de obra y con quien lo contrata. Por otro lado se debe de buscar la especialización, de preferencia buscar acreditaciones externas con el fin de poder contratar con empresas que solicitan que estén acreditados sus procesos.

De acuerdo al párrafo anterior, una de las posibles salidas que pudieran tener estas empresas, sería la diversificación de sus clientes, ya que al depender del 95% de la obra pública, se enfrentan a un factor que da como consecuencia, el no conseguir contratos. Por lo que se considera que es deseable que este segmento busque la especialización y certificaciones con el fin de poder formar parte de padrones o directorios especializados, con lo que le abrirían las puertas a nuevos clientes y con la posibilidad de tener mejores remuneraciones al realizar proyectos u obras con empresas privadas.

Habrá que trabajar en los aspectos administrativos-organizacionales para promover que sean empresas con mayores posibilidades de permanencia en el mercado, ya que son administradas y dirigidas de manera poco formal, ya que se detectan rasgos en su organización, dirección, control, etc. En donde prevalece la casi nula documentación en sus procesos. La dirección es llevada de manera lógica e intuitiva por el dueño-gerente-director general.

Referencias

- Barber Lloret, P. (2001). *La empresa constructora programación y control de obras.* Madrid: Editorial Club universitario.
- Barroso-Tanoira, F. G. (2012). Importancia y aplicaciones de los conceptos de la creatividad en empresas constructoras. *Ingeniería–Revista Académica de la Facultad de Ingeniería, Universidad Autónoma de Yucatán*, 141-149.
- Clegg, B., & Birch, B. (2001). *Creatividad al instante.* México: Editorial Granica.
- CMIC. (25 de 03 de 2014). *Datos estadisticos y económicos en la industria de la construcción*. Obtenido de http://www.cmic.org/cmic/economiaestadistica/pef2004/comunicados_G_E_F/overview%20construcci%C3%B3n_12feb10.pdf
- Herrera A, J. (2013). *Administración de la empresa constructora.* Santo Domingo: Lulu.com.
- INEGI. (24 de 08 de 2014). *Actividades ecocómicas*. Obtenido de http://cuentame.inegi.org.mx/economia/secundario/construccion/default.aspx?tema=E
- INEGI. (29 de 09 de 2014). *Indicadores economicos de coyuntura del tercer trimestre*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/notasinformativas/pib_precr/NI-PIBCR.pdf
- Lozano Carrillo, O., Cisneros Martínez, L. F., & Niebla Zatarain, J. C. (2009). *Empresa familiar (casos).* México D.F.: Hess.
- Suarez Salazar, C. (2005). *Administración de empresas constructoras.* México, D.F.: Limusa.
- Zebadúa Sánchez, A. (2008). *Evaluación administrativa de las medianas empresas constructoras en el estado de Chiapas.* México, D. F.: ITC.

8. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES COMO EMPRESAS FAMILIARES EN TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
Mtra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández
Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez
Mtro. Mario José Gutiérrez Hernández

ABSTRACT

En la industria turística las agencias de viajes juegan un papel muy importante, debido a que se les considera como la parte intermediaria entre los servicios turísticos y el cliente, por lo que hoy en día se han venido expandiendo aceleradamente, es por ello que en la presente investigación, nos permitirá conocer la situación actual de las AV en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, pero ante todo analizar cuantas de ellas pertenecen al modelo de empresas familiares.

Actualmente las empresas familiares es un tema de interés debido a que en México un gran porcentaje de ellas contribuyen con más del 50% al producto interno bruto, es por esa razón que se elige este tema ya que las nuevas tendencias en los mercados turísticos junto con la mayor exigencia por parte de los consumidores, las innovaciones tecnológicas y la calidad en los servicios, hacen necesario un esfuerzo constante en el planteamiento de nuevos enfoques para las empresas, siendo entonces estas ejemplo de la necesidad de continuo desarrollo de mejores servicios y productos centrados en la calidad y satisfacción al cliente.

Así mismo se hará mención de algunos conceptos y clasificaciones de empresa familiar, agencias de viajes, organismos involucrados en la actividad turística y otros conceptos que permitirán comprender la importancia de este servicio en la industria turística, concluyendo con los resultados que se obtengan de la metodología empleada en la investigación.

PALABRAS CLAVE: Agencias de viajes, Empresas Familiares, Servicios Turísticos, IATA

INTRODUCCIÓN

Tuxtla Gutiérrez, capital del estado de Chiapas es una ciudad que se ha preocupado por contar con una infraestructura turística de primer orden que permita satisfacer todas las necesidades de los visitantes, contando con los servicios turístico necesarios tales como: hoteles, restaurantes, líneas aéreas, agencias de viajes entre otros.

Las agencias de viajes se han dedicado de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender, organizar viajes y otros servicios. Esto las hace de suma importancia dentro del campo turístico ya que estas funcionan como intermediarias entre las personas que demandan los bienes y servicios turísticos, sin embargo en los últimos años se ha notado el desarrollado de manera acelerada lo que traído como consecuencia la falta de seriedad y seguridad al ofrecer sus servicios, debido a que algunas de estas no estén afiliadas a los organismos vinculados con la actividad turística.

Es por esto que se elige el tema a investigar el cual permitirá conocer en qué situación se encuentran las AV en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez y cuantas de ellas pertenecen a un modelo de empresa familiar, comprobando con los resultados obtenidos que como un modelo de empresa familiar ofrece un servicio de calidad y confianza a los clientes, así mismo determinar la importancia que se tiene al estar afiliadas a un organismo que los regule y puedan cumplir con los estándares establecidos.

Por todo lo antes mencionado en esta investigación se hará mención en el marco teórico referencia a temas relacionado con las agencias de viajes y empresas familiares empleando

una metodología que permita obtener los resultados esperados del análisis situacional de estas empresas.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO.

1.1 Servicios Turísticos

"El servicio turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística".

El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. Constituye política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción optimas de necesidades de un segmento determinado de consumidores.

El servicio turístico está directamente mandado a satisfacer la corriente turística, cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las rutinas.

1.1.1 Clasificación de los servicios turísticos

Aguirre (1997) clasifica a los servicios turísticos de la siguiente manera:

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Guía de Turista
- ✓ Servicio de Salud
- ✓ Servicio de Restauración
- ✓ Servicio de Alojamiento

- ✓ Servicio de Transportación
- ✓ Servicio de Información
- ✓ Servicio de Intermediación

2.2 Servicio de Agencias de Viajes

Las Agencias de viajes han sido definidas o conceptualizadas de diversas formas, sin embargo cada una de estas resume a las mismas características, fungen como una empresa turística con fines de lucro que actúa como agente intermediario activo entre sujetos de desplazamientos turísticos y prestadores de servicios específicos.

Una Agencia de Viajes es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes como por ejemplo: Transportistas (aerolíneas, Cruceros), servicio de alojamiento (Hoteles), con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

Acerenza (2010) la define como "Una empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes, y venta de servicios sueltos, u organizados en forma de paquetes, en carácter de intermediario entre las empresas llamadas a prestar los servicios y el usuario final, para fines turísticos, comerciales o de cualquier otro índole" ; es decir, las agencias de viajes se manejan y desarrollan como una empresa para el sector turístico ya que prestan cada uno de sus servicios para el desarrollo de la corriente turística, puesto que a través de ello, agiliza todo lo que implica el viaje, así como la promoción de cada uno de los servicios turísticos que incluyen el alojamiento, la restauración de alimentos y bebidas y el servicio de trasporte, o arrendadoras de autos.

Las agencias de viajes tienen tres funciones básicas: asesora, mediadora y productora".

2.2.1 Clasificación de las Agencias de Viajes

De acuerdo al libro Agencias de viajes, operación y plan de negocios, "Las agencias de viajes tiene tres clasificaciones la primera en función del tipo de intermediación que lleva acabo, la segunda de acuerdo con la orientación de sus actividades y por ultimo de acuerdo a la forma como operan el negocio", a continuación se describirá cada una de ellas y sus sub-clasificaciones.

2.2.1.1 En función del tipo de intermediación que se lleva a cabo

El autor Acerenza Indica que "Según el tipo de intermediación que llevan a cabo en el proceso de distribución de viajes y turismo, las agencias de viajes se clasifican en mayoristas y minoristas."

- ✓ Las agencias de viajes mayoristas contratan en grandes volúmenes los servicios independientes de los proveedores de servicios turísticos en especial de las líneas aéreas y de los hoteles, por lo cual se obtienen precios más bajos y se realizan paquetes turísticos que más tarde venden en el mercado a través de las agencias de viajes detallistas.

En Europa, algunas agencias de viajes mayoristas han adoptado la forma de tour operadores, pero a diferencias de las mayoristas convencionales, estas agencias los vende directamente al público en sus propios locales de venta y a través de las agencias de viajes detallistas, otra característica de los tour operadores es que operan sus productos en los destinos turísticos que venden.

- ✓ Las agencias de viajes detallistas, venden directamente al cliente final, estas solo son intermediarias entre el cliente y los proveedores de los servicios independientes (líneas aéreas, hoteles, arrendadoras, etc.), recibiendo por ello una comisión por parte de los proveedores.

2.2.1.2 De acuerdo con la orientación de sus actividades

Según Acerenza "Las agencias se clasifican en tres tipos: emisoras, receptoras y de actividad mixta."

- ✓ Las agencias de viajes emisoras: se orientan al envío de viajeros hacia el exterior del lugar donde se encuentran instaladas, también conocidas como "Agencias de viajes exportadoras" (outgoing).
- ✓ Las agencias de viajes receptoras: estas están orientadas a traer viajeros de otras áreas geográficas al lugar donde se encuentran instaladas, por esa razón se les conoce como "agencias de viajes importadoras" (incoming).
- ✓ Las agencias de viajes mixtas: se orientan tanto al envío como a la recepción de viajeros, desarrollan sus actividades en los 2 sentidos.

2.2.1.3 De acuerdo con la forma que operan el negocio

De acuerdo con este criterio Acerenza lo clasifica en dos: "Las agencias físicas y las virtuales".

- ✓ Las agencias de viajes físicas, son las que se encuentras instaladas en un local para la atención al público, y estas a su vez pueden ser de dos tipos :

  1.- Agencias de viajes propias: en la que todas las actividades y operaciones son planeadas, organizadas, dirigidas y controladas por sus propios dueños.

  2.- Agencias de viajes franquiciadas: Estas agencias como lo dice su nombre compran la

  licencia a una franquicia y estas les concede los derechos de explotar la marca, la imagen y el

  know how de la empresa, así como la capacitación del personal, el marketing a utilizar y su

  sistema administrativo.
- ✓ Las agencias de viajes virtuales: debido a la globalización y la evolución de internet, estas agencias operan online a través de una página web, en el cual ofrecen sus servicios a los consumidores finales.

2.3 Organismos Vinculados con la Actividad Turística.

2.3.1 Organismos Internacionales

- ✓ **IATA (International Air Transport Association)**

"Es un organismo que opera a nivel mundial, cuyos objetivos son fomentar el transporte aéreo en forma segura, regular y económica; representa la culminación de las etapas sucesivas que marcaron la organización y evolución del transporte aéreo".

Es una organización no oficial a la que cualquier compañía aérea puede asociarse, si pertenece a un Estado miembro de la OACI (Organización de Aviación Civil Internacional) y ha sido autorizada por su gobierno para operar una línea regular.

Los objetivos de IATA son :

a) Fomentar, para beneficio de todos los pueblos del mundo, el transporte aéreo en forma segura, regular y económica. Estimular el comercio aéreo y estudiar los problemas relacionados con dicha actividad.

b) Crear los medios de colaboración entre las empresas del transporte aéreo dedicadas directa e indirectamente a este servicio en el ámbito internacional.

c) Cooperar con la OACI y demás organizaciones internacionales. Los miembros son activos y asociados. Ambos prestan un servicio aéreo público y regular debidamente autorizado para el trasporte retribuido de pasajeros, correspondencia o cargo.

IATA, al ser un organismo internacional, opera el transporte aéreo de manera segura y confiable para el tráfico de viajeros que realizan viajes fuera de su entono habitual para desplazarse a destinos internacionales, razón por la cual se ve en la necesidad de incrementar el comercio y con las actividades que conlleva.

- ✓ OMT (Organización Mundial del Turismo)

De la Torre(2010),dice que esta "Organización depende de la ONU, sucesora de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), creada en la Asamblea General Extraordinaria, celebrada en México en septiembre de 1970, adoptándose sus estatutos el 28 del mismo mes".

EL objetivo fundamental de esta organización consiste en "Promover el desarrollo del turismo, para coadyuvar al desenvolvimiento económico, la comprensión internacional, la paz, la prosperidad, el respeto universal y la observancia de los derechos humanos, así como las libertades fundamentales para todos, sin distinción de raza, sexo, lengua o religión".

Su sede se localiza en Madrid, España.

La Organización Mundial del Turismo, es un organismo internacional importante para el desarrollo en el ámbito turístico, porque se encarga de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos; lo que implica, a su vez, el apoyo para contribuir al crecimiento económico y a la sostenibilidad ambiental, además de ofrecer liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas.

De acuerdo a la SECTUR se reconoce al "Turismo como pieza clave del desarrollo económico de México. Diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados. Impulsar a las empresas turísticas a ser competitivas a nivel nacional e internacional. Desarrollar el turismo respetando los entornos naturales, culturales y sociales".

Lo que cabe mencionar, es un rasgo característico para el impulso económico del país, específicamente porque a través de una parte del organismo que es la Secretaria de Turismo se reconoce la labor y la función de la actividad turística para prevalecer como fuerza sobresaliente ante demás destinos internacionales.

Por lo tanto la OMT, es un organismo dirigido al sector Turismo, a manera de generar los beneficios necesarios de cada destino por medio de la preservación del mismo y de los ingresos que trae condigo; dando a conocer el patrimonio de los distintos lugares y de su propia gente.

- ✓ OACI (Organización de Aviación Civil Internacional)

También se conoce como Organización Internacional de Aeronáutica Civil, OACI (o ICAO, por sus siglas en inglés International Civil Aviation Organization).

Este organismo fue creado en la ciudad de Chicago durante una reunión intergubernamental que se celebró del 1 de noviembre al 7 de diciembre de 1944. Es un organismo oficial de la ONU, cuya sede está en Montreal, Canadá; "Establece la normalización técnica que rige los

servicios aéreos internacionales y fomenta las Convenciones legales aéreas que son de aplicación al transporte aéreo internacional".

La OACI, además; de fomentar la navegación aérea en la aviación civil internacional, satisface las necesidades de los pueblos del mundo en lo que se refiere a transportes aéreos seguros, eficientes y económicos, garantizando la seguridad internacional de los vuelos en la navegación aérea internacional así como su desarrollo.
El organismo es importante porque plantea el hecho de que viajar en avión de un país a otro sea más seguro y fácil de realizar; ya que a través de sus normas y regulaciones internacionales garantiza la seguridad, eficiencia y regularidad del transporte.

- ✓ UFFTA (Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes)

En 1966, al fusionarse la Federación Internacional de Agencias de Viajes (IFTA, por sus siglas en ingles) y la Organización Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (UOTAA) se creó la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (FUAAV) que en 2003 se transformo en la UFFTA. Hoy día, constituye la única Federación mundial de asociaciones de agencias de viajes y de turismo y las representa en todo el mundo.
Está constituida por aproximadamente 100 asociaciones nacionales de agencias de viajes agrupadas en federaciones regionales de todas partes del mundo.

La UFFTA tiene como misión "Ser un foro internacional para tratar cuestiones relacionadas con la industria mundial de viajes, representar y defender los intereses de la actividad de los operadores de turismo, emisor y receptivo, de las agencias de viajes y turismo, ante organismos gubernamentales, proveedores y otros de ámbito internacional, así como fortalecer la imagen de sus miembros y fomentar la industria de viajes y turismo mundial" .

2.3.2 Organismos y Asociaciones Nacionales No Gubernamentales

- ✓ AMAV (Asociación Mexicana de Agencias de Viajes)

La asociación Mexicana de Agencias de Viajes fue fundada en 1945, por el señor Daniel Ramírez, no fue hasta 1955 cuando se realizó la primera reunión anual de este organismo el ex director Héctor Manuel Romero, es cuando se inició la etapa institucional de esta asociación.

De acuerdo con De la Torre (2010) los fines de la AMAV son los siguientes:

a) Unir es una asociación a las agencias de viajes que se ocupen profesionalmente de actividades turísticas, así como otras empresas relacionadas con ellas.

b) Proteger y fomentar la unidad y cooperación entre todos los asociados en beneficio de sus mutuos intereses.

c) Velar por que se establezcan y mantengan las normas de ética comercial en las relaciones de los asociados.

d) Estimular al público el deseo de viajar.

e) Fomentar el desarrollo del turismo nacional e internacional.

f) Combatir toda competencia desleal o ruinosa para la industria turística.

g) Proponer la creación de asociaciones filiales entre las agencias de viajes de la República Mexicana.

h) Designar representaciones ante las dependencias oficiales para proponer que se realicen reformas a las leyes, reglamentos, circulares o disposiciones que puedan beneficiar, o afectar, los intereses de los asociados.

i) Intervenir en todos los asuntos que afecten los intereses de los asociados en los que, a juicio del Consejo Directivo, deba actuarse institucionalmente

j) representando a los mismos, bien sea individual o colectivamente, ante toda clase de autoridad o particulares

k) Aplicar, a sus asociados, aquellas sanciones y medidas correctivas que señalen estos estatutos y sus reglamentos.

l) Crear comités, representaciones y organismo de toda índole que tengan por objeto promover y desarrollar programas, o realizar actividades, en beneficio de los asociados y en defensa de sus intereses.

m) Constituir asociaciones mutualistas o de carácter similar que tengan por objeto brindar ayuda y protección a los asociados.

n) Recabar fondos mediante la cooperación de los asociados, para el logro de fines beneficien a la asociación

o) Desarrollar todas aquellas actividades necesarias para lograr los fines anteriores y otros que le sean conexos.

ñ) Adquirir en propiedad los bienes muebles e inmuebles necesarios para el adecuado desempeño y funcionamiento de la asociación.

- ✓ AMA (Asociación Mexicana Automovilística)

De la Torre (2010) señala que la Asociación Mexicana Automovilística "Es una institución civil no lucrativa al servicio del automovilista mexicano" , fundada en 1929; tiene diversas funciones entre ellas está el auxilio vial, la tramitación de toda clase de documentos relacionados con el automóvil, así como a la promoción del turismo y el deporte automovilístico en sus múltiples y variadas especialidades.

2.4 Empresas familiares

Las Empresas Familiares se es aquella organización en la cual la propiedad de los medios instrumentos y/o la dirección se hayan operativamente en manos de una familia, se caracterizan principalmente por mezclar y convertir en uno solo, la propiedad, el negocio y la familia.

Para muchos hablar de "Empresa Familiar" implica a una pequeña o mediana empresa, con un enfoque local en lo que respecta a su mercado objetivo, sin embargo, la realidad es que este tipo de organizaciones empresariales varían en su tamaño, desde micro a grandes empresas e incluidas algunas con operación doméstica y otras con presencia internacional que operan en distintas industrias y simultáneamente en varias de ellas. Las empresas que hoy son grandes, también fueron pequeñas, su perseverancia y constancia las llevó, y no con

poco esfuerzo, a ser referentes no solo de mercados nacionales sino también en el ámbito mundial.

Según Treviño (2010) el adjetivo "familia" es el que define por sí mismo al tipo de negocio y el que nos muestra si una empresa debe o no considerarse como "Empresa Familiar".

Villanova (2000) citado por Sánchez (2005) menciona que la Empresa Familiar es aquella cuya propiedad está en manos de los miembros de una familia que tiene la intención de que las relaciones de propiedad y control directivo estén basados en lazos familiares y en donde cree que se puede dar una transferencia de la empresa a un miembro de la siguiente generación de esa familia.

2.4.1 Modelos de Empresas Familiares.

Los modelos de Empresas Familiares sirven para identificar a qué tipo de empresa estamos investigando para con ello encontrar sus características, ya que ninguna familia es igual a otra y lo mismo sucede con las empresas.

Gimeno (2011) propone seis modelos:

a) Modelo Capitán: empresa gestionada por el fundador.

b) Modelo Emperador: cohesión entre familia y empresa dirigida por un líder.

c) Modelo Equipo Familiar: familia extensa trabajando en una empresa pequeña.

d) Modelo Familia profesional: una empresa compleja dirigida por una familia muy pequeña.

e) Modelo Corporación: familia compleja gobernante de una empresa compleja.

f) Grupo de Inversión Familiar: familia compleja con inversión en conjunto.

CONCLUSIÓN.

Tuxtla Gutiérrez siendo la capital de estado de Chiapas cuenta con un gran número de empresas familiares que se dedican a la venta de productos y servicios turísticos en las cuales se sigue un patrón de comportamiento administrativo y estructural que no siempre es planeado. Los modelos familiares no son exclusivos, estos pueden ser aplicados a empresas de servicios así como a la industria.

De acuerdo a la investigación realizada y tomando en cuenta la metodología empleada, se puede concluir que las agencias de viajes juegan un papel estratégico en el desarrollo y explotación racional del sector turístico en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, debido a que promueve un alto ingreso de divisas, es decir, permite además dar a conocer los atractivos y recursos turísticos, la cultura, costumbres y tradiciones características de cada lugar, dan a conocer el patrimonio; por lo que su labor dentro del sector laboral, resulta ser de gran importancia, sin embargo se pudo constatar que la mayoría de estas, se encuentran operando sin estar inscritas o afiladas a IATA (International Transport Association), organismo que regula el servicio de transportación turística y esto representa el hecho de no poder fomentar un transporte aéreo en forma segura, regular y económica y de esta manera otorgar un servicio de calidad.

Así como también se determinó que son pocas que cumplen con el patrón de modelo de empresas familiares, debido a que se han ido aperturando por jóvenes sin experiencia que suponen que por ser intermediarias ante los servicios turísticos obtendrán elevadas ganancias, por lo tanto se considera que con el paso del tiempo desaparezcan.

BIBLIOGRAFIA.

- Acerenza Miguel Ángel. (2010).Agencias de viajes, operación y plan de negocios. México: editorial Trillas.
- Beltrán Blanca Aguirre (1997).Servicios Turísticos, España: Editorial S.A. SGEL.
- De la Torre F. (2006). Agencias de viajes, estructura y operación, (5ª Edición). Trillas. México.
- Gimeno A. Baulenas G., Cros J. (2009). Modelos de empresa familiar: soluciones prácticas para la familia empresaria. Deusto. España
- Martínez J. (2010). Empresas familiares: reto al destino. (1ª Edición). Granica. Argentina.
- Mc Intosh Robert w., Goeldner Charles R. y J.R, Brent Ritchie (2004), Turismo, planeación, administración y perspectivas, México: Editorial Limusa.
- Piñole Isabel Albert (2005), Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes. Editorial centro de estudios Ramos Areces S.A.
- Treviño R. (2010). Empresas Familiares: Estructura, gestión, crecimiento y continuidad. Pearson. México.

BIBLIOGRAFÍAS ELECTRÓNICAS:

- www.uftaa.org
- www.turismochiapas.gob.mx/sectur/tuxtla-gutirre
- •www.cis.es/cis/encuestas
- •www.inegi.org.mx/inegi
- •www.tuxtla.gob.mx