

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



TESIS

**Diagnóstico de Necesidades de Capacitación en Gestión Empresarial de las  
Microempresarias Comercializadoras de Alimentos, en la Colonia  
Independencia de Mexicali, B. C.**

Que para obtener el grado de:

**MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

Presenta:

**ERIKA ESTRADA OLIVAS**

Director de tesis:

**M. Ed. Cruz Elda Macías Terán**

Mexicali, Baja California, México

Abril de 2009

## Reconocimiento

El presente trabajo fue realizado con la supervisión académica de la M. Ed. Cruz Eida Macías Terán

**Con inmenso amor a mi hijo Enrique**

*Porque en ti encuentro mi inspiración para vivir y para ser mejor cada día...*

*Me equivoqué cuando dije que gracias a ti mi vida tienda un nuevo color...*

*A nueve años, hoy se que...¡Gracias a ti mi vida está llena de nuevos colores...!*

*Tiamo mi Tarzán*

***Con la gratitud infinita de siempre a mis padres Enrique y Amparito***  
*Por haber me dotado de fuerza y valor... Por ser mi abrigo y mí remanso*  
*Por enseñarme que no hay caídas, ni fracasos, solo pausas para ver*  
*en donde estamos parados antes de continuar el camino...*  
*Los amo siempre y por siempre...*

## Agradecimientos

Debo agradecer en primera instancia al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por la distinción que me brindaron como becaria en este programa de calidad, alto compromiso que me enorgullece en la búsqueda de la mejora continua.

La presente investigación, no hubiera sido posible sin el apoyo de innumerables personas que de alguna u otra manera me impulsaron y proporcionaron conocimientos e información determinante para la conclusión exitosa de la misma. Mi profundo agradecimiento al M.A.I. Hilario de la Torre Pérez y al Lic. José Oscar Abraham Castro, por su determinante apoyo e impulso, que me permitieron cristalizar el sueño de estudiar la Maestría en Administración.

De manera especial, al M. Ed. Daniel Olivas Beltrán, por su confianza en la realización de este trabajo y por motivarme para concluir exitosamente esta etapa de mi vida profesional.

Mi gratitud a la M. Ed. Cruz Elda Macías Terán, mi directora de tesis, por su orientación científica y su invaluable tiempo, así como su alto compromiso con esta investigación; a mis Maestros M.A. y M.R.H. Rafael López Oñate y M. Ed. Gonzalo Llamas Bañuelos por sus enseñanzas que fueron pilares de conocimiento para el presente trabajo.

Agradezco a mi amigo Carlos Figueroa Ayala, compañero en esta larga aventura de la búsqueda del conocimiento, por toda su experiencia compartida y por su compromiso con la excelencia que nos caracterizó en todos y cada uno de los proyectos en común, y a mi entrañable amigo Ernesto Alonso Pérez Maldonado,

extraordinario ser humano, punto de equilibrio en circunstancias adversas porque con su compromiso hicimos la diferencia dentro del aula.

Esta investigación se concretó con el apoyo de un grupo de entusiastas jóvenes, Arturo Aguilar Cano, encargado de la producción del video documental que complementa la exposición de este estudio, Sarahí Castro Segura, Alejandro Hernández y María Isabel Banda Santoyo, a los cuatro gracias infinitas por su entrega, pasión y compromiso con este proyecto, que hicieron suyo con su creatividad.

A mis Maestros que de manera significativa apoyaron mi formación profesional con sus conocimientos, por su valiosa entrega y generosidad, quienes como facilitadores convirtieron la experiencia enseñanza–aprendizaje en una gran oportunidad de crecimiento, a ellos mi gratitud y reconocimiento siempre. Agradezco también a aquellos que con su actitud poco facilitadora templaron en circunstancias adversas mi carácter y me retaron a superarme y a ser no solo mejor profesional, sino mejor ser humano., aprendiendo que el conocimiento nos hace grandes solo cuando lo compartimos con los demás con respeto, humildad y generosidad.

Finalmente, a todos los que de alguna u otra manera enriquecieron mi vida con su generosidad, especialmente a mi familia y a las personas que se tomaron unos minutos de su tiempo para proporcionarme información, más aun a las mujeres empresarias, pilares de esta investigación.

## Resumen

El tema de la presente investigación es la capacitación empresarial, bajo el planteamiento ¿Qué necesidades de capacitación presentan las Microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia, de Mexicali, Baja California? *con* el propósito del identificar a las microempresarias dentro de su campo de estudio, especificar variables para caracterizarlas como grupo, en función de su perfil individual y colectivo, y detectar con qué fuerza estas variables influyen en sus necesidades de capacitación cognoscitiva, psicomotriz y afectiva. Investigación cuantitativa de diseño tipo descriptivo transversal. Se realizó un censo en la Colonia Independencia de Mexicali conformando el universo de 172 microempresas comercializadoras de alimentos y los sujetos de la investigación son las empresarias propietarias de estos negocios, que están establecidas en la informalidad. El instrumento, elaborado constó de 24 ítems y los datos obtenidos se analizaron con dos métodos la Escala de Likert y la estadística descriptiva. Se identificaron deficiencias en áreas como planeación, organización y control, y la percepción que las microempresarias tienen de sí mismas como administradoras. La conclusión de la investigación es que una tercera parte de las microempresas comercializadoras de alimentos son dirigidas por mujeres que requieren ser capacitadas en Gestión Empresarial. Finalmente surgió un hallazgo al menos el 30% de las microempresarias son generadoras de empleo.

## INDICE

Reconocimiento .....	i
Dedicatorias .....	i
Agradecimientos .....	iii
Resumen .....	v
Índice .....	vii
Lista de Graficas .....	x
Lista de tablas .....	xi

## CAPITULO I

INTRODUCCION .....	1
Planteamiento del Problema .....	.7
Hipótesis .....	9
Objetivos .....	9
Importancia del Estudio .....	10
Limitaciones del Estudio .....	12
Definición de Términos .....	13

## CAPITULO II

MARCO TEORICO .....	15
2.1 La Microempresa en México .....	16
2.1.1. Concepto de Empresa .....	17
2.1.2. Tipos De Organización .....	20
2.1.3. Clasificación de las empresas .....	22
2.1.4. Antecedentes de la Microempresa en México .....	25
2.1.5. Características de las Microempresas en México .....	30
2.1.6. Entorno de las Microempresas en México .....	31

2.1.7. Marco legal y apoyos para las Microempresas en México .....	33
2.1.8. Fortalezas y Debilidades de la Microempresa en México .....	37
2.1.9. Situación actual de las microempresas en México .....	42
2.2. Contexto actual de la Mujer Microempresaria en México .....	44
2.2.1. Empresario y emprendedor .....	45
2.2.2. Evolución de la participación de las mujeres en la Microempresas ....	48
2.2.3. Participación de las mujeres en el sector empresarial en México.....	51
2.3. Funciones de Gestión Empresarial relativas a la Microempresa .....	55
2.3.1. Concepto de Gestión Empresarial .....	55
2.3.2. Importancia de la Gestión Empresarial en las microempresas .....	60
2.3.3. Funciones de la Gestión Empresarial para las microempresa .....	61
2.3.4. Comunicación Organizacional .....	65
2.4. Capacitación empresarial .....	68
2.4.1. Concepto de capacitación .....	69
2.4.2. Historia de la capacitación .....	72
2.4.3. Marco legal de la capacitación en México .....	77
2.4.4. Capacitación de microempresarias comercializadoras de alimentos	81
2.4.4.1. Adquisición de conocimientos .....	82
2.4.4.2. Formación en habilidades y aptitudes .....	84
2.4.4.3. Desarrollo de actitudes .....	86
CAPITULO III	
METODOLOGIA .....	92
3.1. Sujetos .....	93
3.2. Material .....	94
3.3. Procedimiento .....	111

CAPITULO IV	
RESULTADOS .....	116
4.1. Variables de actitud .....	117
4.2. Variables de caracterización .....	124
4.3. Variables de proceso administrativo .....	132
CAPITULO V	
DISCUSION .....	145
5.1. Interpretación .....	146
5.2. Conclusiones .....	158
5.3. Recomendaciones .....	161
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	163

## Lista de Tablas

Numero		Pagina
1	Evolución histórica de la empresa	19
2	Clasificación de las empresas por actividad y tamaño	25
3	Evolución histórica de los planes y Programas de Gobierno Federal para apoyo a las MIPYME's	28
4	Marco legal de las Microempresas en Baja California	35
5	Análisis FODA de las Microempresas en México	38
6	Conquistas jurídicas de la mujer mexicana	50
7	Características principales de los enfoques de gestión	59
8	Funciones de Gestión Empresarial para las microempresas	61
9	Tipos de educación y aprendizaje	71
10	Clasificación de las definiciones de cultura	88
11	Variables e ítems y su naturaleza	95
12	Correlación de variables e ítems con los objetivos de la investigación	100
13	Instrucciones del cuestionario	104
14	Ítems de variables de actitud	118
15	Hoja 1 de codificación de frecuencias de la variable Razón de inicio de la empresa	119
16	Hoja 2 de codificación de la variable actitud	121
17	Hoja 3 de codificación de frecuencias de la variable actitud	123

## Lista de Graficas

Numero		Pagina
1	Escala No. 1 sobre la actitud de la microempresaria respecto de la relación con su familia	120
2	Escala No. 1 sobre la actitud de la microempresaria respecto de la percepción que tiene de sí misma	122
3	Escala No. 1 sobre la actitud de la microempresaria respecto de la apertura de su negocio	124
4	Sexo de los encuestados	125
6	Puesto que ocupan los encuestados en la microempresa	126
7	Sexo del propietario de la microempresa	127
8	Rango de edad de las microempresarias	128
9	Estado civil de las microempresas	129
10	Nivel de escolaridad de las microempresarias	130
11	Aporte económico de la microempresaria al ingreso familiar	131
12	Conocimiento de la microempresaria para determinar las ganancias de su negocio	132
13	Conocimiento de la microempresaria para calcular el precio de su producto	133
14	Conocimiento de la microempresaria sobre los créditos otorgados por el gobierno	134
15	Conocimiento de la microempresaria acerca de los requisitos para formalizar su negocio	135
16	Conocimiento de la microempresaria en el uso de la computadora	136
17	Uso de herramientas para el control de sus ventas	137
18	Frecuencia con que establece metas en su negocio	138
19	Actividades del negocio cuya descripción se encuentra por escrito	139

20	Frecuencia con que planea sus compras	140
21	Persona que soluciona los problemas del negocio	141
22	Persona que supervisa el funcionamiento del negocio	142
23	Establecimiento de mecanismos para conocer la opinión de sus clientes	143
24	Establecimiento de métodos para garantizar la calidad del producto	144

## **CAPITULO I**

### **INTRODUCCION**

La capacitación existe desde el inicio de los tiempos, cuando el hombre primitivo, instruía al resto de la tribu respecto de la manera de realizar las tareas de la comunidad, sin duda con el paso del tiempo, ésta se ha convertido en una de las herramientas más importantes del ser humano para adquirir el conocimiento, destrezas y habilidades necesarias en la realización de su trabajo.

Si pudiésemos partir de un supuesto, quizá las primeras mujeres fueron adiestradas en sus labores por las mismas matriarcas de las hordas, con la finalidad de preservarse, y en la búsqueda, quizá no plenamente científica pero, no por ello menos importante, de las respuestas a las necesidades y problemas de la comunidad.

Hablar de la participación femenina en el ámbito laboral nos remonta a tiempos muy antiguos, la mujer ha sido un importante agente económico para el desarrollo no solo de nuestro país sino del mundo, en todos los sistemas económicos, y en las distintas etapas históricas.

En el surgimiento de la Comunidad Primitiva, como primer sistema económico o modo de producción, la mujer ya jugaba un rol trascendente "era ella quien se hacía cargo de la distribución del producto del trabajo de los miembros de la tribu, los niños recolectaban frutos, mientras que los hombres se encargaban de la caza y de la pesca" (Méndez, 2002).

Más tarde, el hombre dejó de ser nómada y se asentó en un solo lugar se dedicó a la agricultura y ganadería, y la mujer se fue relegando a actividades preponderantemente dentro del hogar, limitando así su potencial y posibilidad de desarrollo, hecho que no era muy notorio, puesto que sólo era requerida para tareas domésticas y cumplía con ese papel a la perfección.

Las distintas culturas se caracterizaron por integrar a la mujer en actividades económicas sencillas, pues tanto en la cultura griega como en la romana la mujer era considerada como un objeto bajo la tutela del padre, del marido, del hermano o del jefe de familia. En ambas civilizaciones, registros históricos muestran que la mujer era adiestrada principalmente en labores propias de su sexo, que en aquellos tiempos eran las exclusivas a labores domésticas, y todas aquellas que hicieran de la mujer un ser lleno de gracia y pulcritud.

Por su parte, en nuestro país desde el tiempo de los aztecas, la mujer fue separada del hombre para su educación, aún y cuando se les capacitaba en los templos, se les consideraba un ser de carácter inferior a los varones y su enseñanza giraba en torno a tareas de la casa, servicio religioso y elaboración de telas.

En ese sentido, se identifica a la mujer como eje central de la familia y a la actividad económica que pueda ella realizar como solo complementaria, y en algunos casos, inexistente.

El auge de las fábricas textiles en el Siglo XIX en todo el mundo dio a la mujer la posibilidad de salir de sus hogares a desempeñar otro tipo de tareas, esto, sin dejar de realizar las que dentro de la casa seguían siendo su responsabilidad.

Mientras tanto, en México, las ideas liberales de Benito Juárez, Sebastián Lerdo de Tejada y Vicente Riva Palacio, coincidían en la necesidad de la creación de instituciones para la educación de las mujeres. Fue así como Juárez, a favor de los establecimientos educativos y de la secularización de la enseñanza, el 20 de enero de 1861, en su programa de gobierno estableció la secularizando de los establecimientos de utilidad pública y atención a la educación de las mujeres, dándoles la importancia que merecen por la influencia que ejercen en la sociedad.

Sin embargo, es hasta 1953, que al adquirir la mujer el derecho a votar, y ser votada, surge su emancipación y las perspectivas de un nuevo escenario para el sexo femenino.

Debido a los antecedentes presentados, la autora de esta tesis consideró importante realizar la presente investigación sobre el tema Capacitación de empresarias, ya en particular un Diagnostico de Necesidades de las Microempresarias Comercializadoras de Alimentos de la Colonia Independencia en Mexicali, Baja California, atendiendo a la importancia de la participación de la mujer en la economía familiar, regional y nacional, así como de la relevancia del conocimiento para el alcance de las metas y objetivos de la misma y sus empresas.

Según la Organización Internacional del Trabajo (2005) entre el 25% y el 30% de las empresas en el mundo están dirigidas por una mujer.

Actualmente, la mujer empresaria participa de manera significativa para la economía de su familia y su estado, aportando ideas, recursos económicos y participando activamente en la mejora del bienestar de su sociedad.

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía informan que en México, las mujeres representan el 32% de la Población Económicamente Activa y que son aproximadamente 2.7 millones de hogares en que la mujer es el principal proveedor, y sustento de la economía familiar.

Ante los retos que asume la mujer empresaria, es necesario buscar alternativas que impulsen el crecimiento y desarrollo de sus negocios, en ese sentido, la capacitación se vuelve una gran estrategia para brindar a las microempresarias herramientas viables que le permitan diseñar planes de acción que garanticen un mejor desempeño y una adecuada toma de decisiones.

Se hace conciencia que a la fecha se han realizado investigaciones sobre el tema los cuales sirvieron de fundamentos para la presente investigación, tal es el caso de investigaciones realizadas por el Colegio de la Frontera Norte, y por la Universidad Autónoma de Baja California a través de Estudios Fronterizos revelan que las microempresas coinciden en varios puntos comunes siendo uno de ellos la falta de planeación en sus operaciones y las características de empresa de subsistencia.

Por su parte, el Sistema de Información Empresarial Mexicano muestra a través de sus estadísticas que en Mexicali, capital de Baja California del 2002 al 2006 se ha presentado una pérdida de empresas de 2.8 % por año.

Información proporcionada por la OIT en la década más reciente, indica que las microempresas constituyen para las mujeres, el segmento en el que se pueden encontrar empleos de mejor calidad dentro del sector servicios en comparación con otro tipo de trabajos en la industria o en el sector agropecuario, y que el 86% de las empresarias en México se enfrentan a barreras sociales que les impiden el alcance de sus metas y su desarrollo profesional.

Por su parte la Asociación Latinoamericana de Micros, Pequeños y Medianos Empresarios (ALAMPYME) indica que en la actualidad hay cuatro millones de micro, pequeñas y medianas empresas en la formalidad, contra 12 millones que operan en la informalidad.

Otro dato relevante, es proporcionado por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), en la industria restaurantera mexicana, laboran 435 mil 243 mujeres, lo que representa un 54% del personal, mismo que ejerce actividades administrativas, como empleadas y un sector importante como dueñas o pequeñas empresarias, esto en cuanto a los negocios formales, sin considerar todas aquellas microempresas comercializadoras de alimentos informales.

En este contexto, la participación de la mujer, como agente económico es innegable.

El propósito de esta tesis, es detectar las necesidades de capacitación que en materia de gestión empresarial, tienen las microempresarias, en particular las dedicadas a la comercialización de alimentos y en específico las microempresas de la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California.

La metodología que se utilizó en la investigación realizada tuvo un corte cuantitativo y de diseño tipo descriptivo de corte transversal.

Una de las limitantes del estudio es que no se cuenta con un padrón completo de microempresarias, esto debido a que la mayoría de ellas trabajan en la informalidad por lo que no se encuentran registradas ni en CANIRAC, ni en la Secretaría de Economía o de Desarrollo Social, por ello fue necesario realizar una estimación del universo para poder determinar el tamaño de la muestra.

Debido a la premura del tiempo y a la escases de recursos económicos para el desarrollo de la investigación, esta se limitó a una colonia de Mexicali, tras un análisis se seleccionó la Colonia Independencia que se ubica al sureste de la ciudad, una colonia representativa de Mexicali, importante en cuanto a su dimensión geográfica,

## **Planteamiento del Problema**

Así pues, el entorno exige una mayor participación femenina en la toma de decisiones, en la incursión a nuevos mercados laborales, y las convierten incluso en generadoras de empleos no solamente propios.

Un espacio que ha permitido a las mujeres compaginar el rol de madre, esposa y empresaria al mismo tiempo han sido las microempresas comercializadoras de alimentos, permitiendo que el aporte de la mujer al presupuesto familiar ayude de manera significativa a superar la pobreza.

Las empresas, sin importar su tamaño o el giro comercial al que pertenecen, requieren de la toma de decisiones importantes oportunas, que pueden tener trascendencia a corto plazo; como aquellas relacionadas con el capital, inversiones en activos fijos, contratación de personal, adquisición de tecnología o estrategias de mercados; las decisiones importantes requieren planteamientos a largo plazo, futuristas, e incluso de ser posibles anticipativos, basados en el conocimiento de la administración.

Sin embargo, la mayoría de las microempresas se enfrentan a cortos periodos de vida, mismos en los cuales no alcanzan a consolidarse para convertirse en empresas exitosas; determinar los factores que orillan a una empresa a cerrar, sería una larga tarea, en la presente investigación se pretende identificar las necesidades de capacitación de la alta gerencia de las microempresas comercializadoras de alimentos dirigidas por mujeres y diseñar un Plan Maestro de Capacitación en el área de Gestión Empresarial, que les proporcione a éstas, las herramientas administrativas para un mejor manejo de su negocio.

En cuanto al contexto económico, las microempresas comercializadoras de alimentos surgen de dos premisas: el autoempleo informal y la pobreza, que influyen a su vez en la falta de preparación y conocimiento de las empresarias para desarrollar sus negocios.

La importancia de este tema, radica en detectar las áreas de oportunidad en materia de capacitación en gestión empresarial, por medio de herramientas eficaces para las empresarias, poniendo a su disposición la aplicación del conocimiento científico en sus pequeños negocios.

Los resultados de esta investigación, permiten establecer, las prioridades a resolver en cuanto a capacitación cognoscitiva, psicomotriz y afectiva, desde la óptica de las propias empresarias, que se beneficiarían con la creación de un programa de capacitación en gestión empresarial adaptado a sus propias necesidades de negocio, siendo ellas y sus empresas los principales demandantes y beneficiarios de la presente investigación.

En ese sentido, por lo anteriormente expuesto, la presente investigación se desarrolla partiendo del siguiente planteamiento:

¿Qué necesidades de capacitación presentan las Microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia, de Mexicali, Baja California?

## **Hipótesis**

La presente investigación se plantea bajo la siguiente hipótesis:

Un diagnóstico de necesidades de capacitación de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California, permite identificar sus deficiencias en el área de Gestión Empresarial.

## **Objetivo General:**

En relación con el problema de investigación planteado, a continuación se presenta el objetivo general de este estudio:

Analizar las necesidades de capacitación en términos de gestión empresarial, de las microempresarias comercializadoras de alimentos, en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California.

## **Objetivos específicos:**

Siguiendo los señalamientos de Rojas Soriano (1981) a continuación se enumeran los objetivos específicos de esta investigación:

1. Caracterizar a la microempresa y los elementos de su gestión empresarial.
2. Identificar microempresas comercializadoras de alimentos dirigidas por mujeres en campo de estudio.
3. Establecer las características de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California.

4. Diagnosticar necesidades de Capacitación en términos de gestión empresarial, de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California.

### **Importancia del estudio**

Las microempresas en nuestro país, y en particular en la ciudad de Mexicali, cada día cobran mayor importancia, prueba de ello es el convenio firmado por La Universidad Autónoma de Baja California (UABC) con el Gobierno Estatal a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), para trabajar en forma conjunta en el Programa de Asistencia para la Protección y Generación de Empleo en Microempresas de Baja California (Encuentro29, 2009), cuyo propósito principal es dar asistencia y acompañamiento técnico a microempresarios de la base social por parte de jóvenes asesores estudiantes universitarios.

La presente investigación proporciona información importante para fijar estrategias de asistencia en materia de capacitación en el área de Gestión Empresarial, a las microempresarias comercializadoras de alimentos.

En marzo de 2009, se llevó a cabo en Mexicali el Primer Panel de Mujeres Empresarias (Periódico Industrial Siglo 21, 2009) en el que se concluyó la importancia de la mujer en el ámbito laboral estableciendo que la persona como individuo también tiene una misión de servicio a los demás, y por ello es importante promover que la persona cuente con elementos para desempeñarse con éxito en las 4 dimensiones de la vida personal, familiar, social y negocio.

Proporcionar a las empresarias capacitación para que sus negocios sean más eficientes, no debe quedar solo en una buena intención, para poder garantizar que la capacitación que recibe en verdad será provechosa para su empresa, es necesario establecer a partir de un diagnóstico las necesidades de la misma.

En ello radica la importancia de este estudio, pues permite conocer con certeza las deficiencias que en administración presentan las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, lo cual servirá de base para en un futuro diseñar un adecuado programa de capacitación para ellas.

En cuanto a los nuevos conocimientos aportados, a través de este estudio se conocen las necesidades de capacitación de las mujeres microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California, información de la cual no se cuenta con antecedentes, ni estudios previos,

Respecto de los sujetos que se pueden beneficiar con los resultados de la investigación que se presenta, sin duda las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California son las beneficiarias directas de la investigación, pues al identificar sus necesidades es más fácil diseñar programas de capacitación estratégicos para sus empresas.

Beneficiarios indirectos del estudio son instituciones universitarias, cámaras de comercio y organismos gubernamentales con programas dirigidos al apoyo de las microempresas pues, esta información les será de utilidad para crear programas de capacitación adecuados a las necesidades específicas de las microempresarias comercializadoras de alimentos.

Referente a la solución de problemas, con esta investigación se presenta información importante respecto al número de microempresas informales establecidas en la zona, lo cual sienta un precedente para futuras investigaciones.

## **Limitaciones del estudio**

Una de las mayores limitaciones del presente estudio, es la falta de información suficiente que facilitara el diagnostico de necesidades de capacitación de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, así como la carencia de un padrón confiable que permitiera identificar el numero de microempresas, su ubicación y la representatividad de las mujeres como propietarias de las mismas.

Otro de los aspectos que limitó el presente estudio, es que muchos de los empresarios del sector de las microempresas comercializadoras de alimentos son comerciantes establecidos de manera informal en la Colonia Independencia de la ciudad de Mexicali, Baja California, por lo que la identificación de los mismos, y el contacto con ellos estuvo sujeto a la presencia en la zona, que en ocasiones variaba dependiendo de los días entre semana o fin de la misma, y de los horarios.

Otro de los grandes retos, fue afrontar la falta de estudios previos en la materia de investigación al no contar con valiosa información previa, que aportara elementos de conocimiento de la zona y de los sujetos de estudio.

Aunado a las anteriores limitaciones, se encontró una más, el escepticismo de los encuestados que en algunos casos, de inicio se mostraron desconfiados de proporcionar información de sus empresas, aunque esta desconfianza desapareció a medida que se avanzo en la aplicación del cuestionario.

## **Definición de términos**

Capacitación Proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos. (Chiavenato 2000)

Capacitación Empresarial Se entenderá por Capacitación Empresarial el proceso de enseñanza-aprendizaje orientado a los propietarios de un negocio, para dotarlos de conocimientos, desarrollar habilidades y adecuarles actitudes para el alcance de los objetivos que les permitan lograr empresas competitivas.

Competencia Por competencia se entenderá el conjunto de saberes, basados en conocimientos, habilidades y actitudes que se adquieren en el proceso de capacitación, y que pueden ser transferidos y aplicados por la microempresaria en el desempeño de su labor.

Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) Proceso que permite establecer las insuficiencias del personal en cuanto a los conocimientos, habilidades y las actitudes que debe dominar para el correcto desempeño de sus responsabilidades (Pinto 2004).

Gestión empresarial Se entenderá por Gestión Empresarial, la actividad empresarial que busca a través del recurso humano mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios, para este estudio, esta actividad se caracteriza por ser realizada por el empresario propietario del negocio.

Gestión Estratégica Acción y efecto, por parte de la gerencia, de crear las estrategias adaptativas que requiere el negocio para sobrevivir a corto plazo y las estrategias anticipativas para ser competitivos a mediano y largo plazo. (Betancourt 2006)

Empresario Persona que arriesga su dinero, tiempo y esfuerzo, para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador (Ferrel, Hirt, Adriaenses, Flores y Ramos 2004)

Microempresa Unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL 2005).

Microempresas Comercializadoras de Alimentos Se entenderá por microempresa comercializadora de alimentos, a aquellas unidades económicas que cuenten con un máximo de diez empleados, y que se dediquen a la elaboración, producción, y/o venta de cualquier tipo de alimentos elaborados en forma casera o poco tecnificados, incluidos postres y bebidas.

Sector Informal. Todas aquellas actividades generadoras de ingreso, pero no reguladas, en un medio donde actividades similares si lo están” (Portes, 1995).

**CAPITULO II**  
**MARCO TEORICO**

En el presente capítulo se revisan varios temas importantes para la investigación, en primer lugar la microempresa en México identificando el concepto de empresa y tipos de organización, la evolución de la microempresa en nuestro país, su marco legal y entorno en que se desenvuelve, así como las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas a que se enfrenta.

Se observa el contexto actual de las microempresarias en México partiendo de conceptos básicos como empresario y emprendedor, caracterizando a las microempresarias y estudiando su participación en la evolución de la economía.

Se aborda también el tema de Gestión Empresarial, sus alcances, y sus funciones principales en relación con la microempresa y finalmente se mencionan aspectos importantes de la capacitación y la evolución de la misma en lo general y relativa a mujeres y microempresarias en particular.

## **2.1 La Microempresa en México**

Es importante determinar los conceptos relativos a la microempresa en México, establecer el concepto de empresa y clarificar los tipos de organización, para identificar el modelo al que pertenecen las microempresas comercializadoras de alimentos.

De igual manera se estudiarán las características que dan vida a las microempresas, así como la situación actual que estas enfrentan, sin dejar de lado identificar su marco legal y realizar un análisis FODA de las mismas.

### **2.1.1. Concepto de Empresa**

A través de los tiempos, los individuos han buscado la satisfacción de sus necesidades, para ello se han dedicado a actividades productivas, como consecuencia de la necesidad surge en la comunidad la empresa desde sus orígenes primitivos hasta la actualidad en que variables como la eficiencia, competitividad, globalización, calidad y excelencia se convierten en un indicador que determina la sobrevivencia de las mismas.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la empresa es “La entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a las actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad”.

Empresa es un término con varias acepciones, para Rodríguez, desde el punto de vista jurídico, es el “concepto de una persona jurídica colectiva como un posible sujeto de derechos privados” (2002).

Kotler la define para el marketing, como “una entidad que obtiene ciertas ganancias de mercadotecnia, producción, investigación y desarrollo” al establecerse en lugares estratégicos y que satisface las necesidades de los clientes(1998).

La teoría administrativa también define la organización como “todo un grupo estructurado de personas reunidas, para cumplir ciertas metas que no podrían cumplir individualmente” (Hellriegel, 1998).

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado; su razón de ser es satisfacer las necesidades y

expectativas de los accionistas y clientes a largo plazo. La base de sustentación son la eficiencia, el cumplir objetivos, el liderazgo, en definitiva los resultados.

También la empresa evoluciona, cambia sus necesidades de acuerdo a la etapa de crecimiento en que se encuentre, en las últimas décadas las organizaciones han sido más innovadoras, con una mayor visión para adaptarse a los nuevos escenarios económicos y tecnológicos, de igual manera, se convierten en un importante eslabón del desarrollo del país por su capacidad para generar empleos e impulsar el surgimiento y desarrollo de nuevos productos. (Ver detalles en Tabla 1)

Una vez determinada la evolución histórica de la empresa, es importante señalar el conjunto de factores de que está constituida la empresa, que a su vez, materializan la actividad económica de la misma. Bueno Campos (2001) califica estos factores en dos grupos: Los factores pasivos que pueden ser elementos tangibles o materiales y elementos intangibles y los factores activos.

En esta clasificación, podemos identificar a los factores pasivos como aquellos recursos económicos clásicos, tierra y capital que se integran por elementos tangibles que pueden ser duraderos o no duraderos pero que constituyen el patrimonio de la empresa y se ven reflejados en su balance.

Por otra parte, los elementos intangibles, se integran por diversos elementos que dan a la empresa un valor especial como lo es el capital humano.

Cuando se habla de factores activos, se observa a las personas que forman parte de la empresa, como los propietarios, empleados y administradores de la misma.

**TABLA 1 EVOLUCION HISTORICA DE LA EMPRESA**

<b>MODELO DE EMPRESA</b>			
<b>ETAPA</b>	<b>ESTRUCTURA BASICA</b>	<b>DEFINICION</b>	<b>SISTEMA ECONOMICO</b>
<b>Empresa primitiva</b>	Unidad de economía de subsistencia empresarial artesanal de base familiar	Unidad técnica de transformación Trueque	<b>Feudalismo</b>
<b>Empresa comercial</b>	Unidad simple, organizada, de base familiar o no	Unidad técnico-económica Monedas-medio de pago	<b>Mercantilismo (Capitalismo mercantil)</b>
<b>Empresa industrial</b>	Unidad compleja, organizada, societaria y funcional (concepción)	Unidad económica de producción a escala	<b>Capitalismo industrial</b>
<b>Empresa como organización</b>	Unidad compleja, organizada, multisocietaria, divisional y multinacional.	Unidad de decisión y de dirección	<b>Capitalismo financiero e internacional</b>
<b>Empresa del futuro</b>	Empresa virtual, empresa en red (networks) Sistemas de Empresas Empresa como sistema de gestión del conocimiento	Unidad de gestión del conocimiento	<b>Sociedad del conocimiento</b>

### **2.1.2. Tipos de organización**

Los seres humanos vivimos en comunidad, tendemos a organizarnos con otros para la realización de objetivos comunes como la satisfacción de necesidades.

Respecto de la empresa, es necesario establecer estructuras, y organizar las funciones de la misma, su jerarquía y los roles de quienes la integran, fijar tareas, responsabilidades y la manera de evaluar el logro de las mismas.

La palabra organización tiene tres acepciones; la primera, etimológicamente, proviene del griego *organon* que significa instrumento; otra se refiere a la organización como una entidad o grupo social; y otra más que se refiere a la organización como un proceso.

La organización es una unidad social coordinada, consciente, compuesta por dos personas o más que funciona con constancia con el fin de alcanzar una meta o una serie de metas comunes.

Reyes Ponce establece que organización es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados.

El concepto de organización cuenta con elementos como estructura, que es el marco fundamental en el que habrá de operar el grupo social, sistematización que consiste en la coordinación de todas las actividades y recursos de la empresa para facilitar el trabajo, un tercer elemento es la jerarquía consistente en establecer niveles de responsabilidad dentro de la empresa y la simplificación de funciones a través de las cuales se implementan los métodos más sencillos en la organización.

Hay distintos tipos de organizaciones, atendiendo a las características de las mismas, estas pueden ser informales, formales, lineal, funcional y lineal-staff, que se explican a continuación.

La organización informal es caracterizada por una actividad colectiva que no está orientada específicamente hacia objetivos definidos de la empresa, este tipo de organización emerge de manera espontánea y naturalmente entre las personas que ocupan posiciones en la organización formal y a partir de las relaciones que establecen entre sí como ocupantes de cargos.

Se forma a partir de las relaciones de amistad o de antagonismo o del surgimiento de grupos informales que no aparecen en el organigrama, o en cualquier otro documento formal.

La organización informal se constituye de interacciones y relaciones sociales entre las personas situadas en ciertas posiciones de la organización formal.

Por su parte la organización formal: es la que determina los estándares de interrelaciones entre los órganos, definidos por medio de las normas, directrices y reglamentos de la organización; medio del que se sirve una organización cualquiera para conseguir con eficiencia sus objetivos.

Es la organización basada en una división del trabajo racional, en la diferenciación e integración de los participantes de acuerdo con algún criterio establecido por aquellos que manejan el proceso decisorio. . Es generalmente aprobada por la dirección y comunicada a todos a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos, etc. En otros términos, es la organización formalmente oficializada.

La forma estructural más simple y más antigua es la organización lineal, en esta existe una jerarquización de la autoridad, en la cual los superiores son obedecidos

por sus respectivos subalternos, las decisiones son centralizadas y su estructura es en forma piramidal.

En cuanto a la organización funcional: es el tipo de estructura que aplica el principio de la especialización de las funciones para cada tarea, cuenta con una autoridad dividida y líneas directas de comunicación.

Finalmente en la organización lineal-staff: se trata de reducir las desventajas de la organización lineal y funcional, estos dos tipos de organizaciones son fusionadas incrementando así sus ventajas,. Esta organización cuenta con órganos de línea, esto es, órganos de ejecución; y de asesoría, es decir, de apoyo y consultoría, que mantienen relaciones entre sí.

### **2.1.3 Clasificación de las empresas**

Existen distintos tipos de empresas, dependiendo de la finalidad para la que fueron creadas o su tamaño, según Carrasco Dávila (2005) en su artículo 'La micro y pequeña empresa mexicana' algunos de los principales criterios de clasificación de empresa son: la actividad o Giro a que se dedica, esto en razón de si pertenece a la industria mediante la producción de bienes materiales o en su caso la extracción o transformación de materias primas.

En esta clasificación también se incluyen las empresas dedicadas al comercio establecen relaciones basadas en la compraventa de productos terminados, las de servicios son las que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

Entre las empresas de servicios está la de transporte, turismo, instituciones financieras, educación, hospitales, entre otras.

En cuanto al origen del Capital, señala, que estas se determinan en razón del origen de la aportación del capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, y pueden clasificarse en empresas públicas y privadas, en las primeras el capital pertenece al estado y generalmente buscan satisfacer necesidades de carácter social, por su parte en las privadas el capital es propiedad de inversionistas privados y pueden tener fines lucrativos o altruistas.

Según Puente y Calvo (1970) la clasificación de las sociedades mercantiles en base a la Ley Mercantil Mexicana establece una clasificación legal integrada por la sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita por acciones, sociedad cooperativa y la sociedad de responsabilidad limitada de interés público. Además, la Ley General de Sociedades Mercantiles, en sus artículos 1o. fracción VI, último apartado, y del 213 al 221, reconoce una categoría especial dentro de la clasificación de las sociedades reconocida como la sociedad de capital variable.

Mussons(1997) presenta la clasificación de Patrick Liles, aduciendo a que la importancia de estas tres categorías de empresas, radica en que permiten conocer el motivo de la rotación de las mismas.

Así, para Liles en primer lugar se encuentran las empresas que llama Marginales, pues no poseen ningún rasgo diferencial o creatividad, nada que les confiera una ventaja competitiva apreciable.

En segundo lugar ubica a las empresas que tienen algo diferencial, una cierta personalidad que les da una ventaja competitiva; se trata generalmente de empresas fundamentadas en las habilidades de una persona o un grupo, estas empresas son conocidas como diferenciadas,.

En la tercera categoría, se encuentran las empresas con potencial, que son aquellas pequeñas empresas cuya característica común es haber descubierto algo (producto o servicio) realizando una aportación importante a la calidad de vida, convirtiéndose en una empresa que puede clasificarse como de nivel mundial.

Las empresas, también suelen clasificarse en base a su magnitud, el tamaño de la empresa depende de numerosos factores como el financiero, la cantidad de personas que trabajan en ella, su producción y sus ventas,

Para esta investigación atenderemos a la clasificación mexicana por tamaño de empresa, que las divide en micro, pequeña mediana y grande, según los criterios publicados en el Diario Oficial de la Federación en diciembre del 2002, los cuales fueron determinados con base en los datos censales obtenidos en nuestro país en años anteriores.

Estos criterios establecen diferentes tamaños de empresas en función del personal ocupado y las actividades que desarrollan, ya sean de manufacturas, comercio o servicios, quedando clasificadas como se presenta a continuación:

1. Microempresas. Empresa que ocupa hasta 10 personas y realiza ventas anuales hasta de 80 millones de pesos.
2. Pequeñas empresas. Empresa que ocupa de 16 hasta 100 personas y realiza ventas hasta de mil millones de pesos al año.
3. Mediana empresa. Empresa que ocupa de 101 a 250 personas con ventas hasta de 2000 millones de pesos al año.
4. Gran empresa. Empresa que ocupa más de 250 trabajadores y tiene ventas superiores a los 2000 millones de pesos anuales.

Conforme a la información del Diario Oficial de la Federación (2002), las empresas se clasificarían como aparece en la siguiente tabla:

**TABLA 2 CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS POR ACTIVIDAD Y TAMAÑO**

<b>Tamaño o Actividad</b>	<b>Industria</b>	<b>Comercio</b>	<b>Servicios</b>
	No. de personas		
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-199
Grande	Más de 251	Más de 101	Más de 101

Como se observa en la tabla anterior, tanto en las empresas de la industria, el comercio y los servicios, las microempresas son aquellas que tienen hasta 10 personas ocupadas; después de este rango, el tamaño de la empresa varía según el sector económico que se trate.

#### **2.1.4 Antecedentes de la Microempresa en México**

Para Regalado Hernández (2007) El origen de estas empresas contempla dos facetas; la primera se integra por las empresas propiamente establecidas las que contemplan una forma de organización, una estructura y una remuneración. Estas se desarrollan dentro de un sector formal de la economía y representan el 59% de los establecimientos. El segundo grupo involucra al 41% de los establecimientos que contemplan una forma de administración netamente familiar en el que solo les interesa la supervivencia sin prestar atención al costo de oportunidad del capital o

a la inversión. Este grupo carece de visión de estrategias y por tanto el crecimiento es muy lento.

La forma cómo han evolucionado las MIPyMES se debe a los factores internos de las propias empresas, su recursos humanos, su departamento de operación, ventas y finanzas.

Las microempresas desempeñan un papel importante en el desarrollo económico de las naciones, tanto en los países industrializados, como en los de menor grado de desarrollo; como es el caso de México.

En México ha sido difícil ubicarlas correctamente a través del tiempo, puesto que las variables e indicadores que se han tomado en cuenta para clasificarlas han cambiado constantemente. Además, de manera tradicional, se han utilizado parámetros económicos y contables para clasificarlas, tales como: el número de trabajadores, el total de ventas anuales, los ingresos y los activos fijos de las empresas.

A pesar de ello, ha existido durante mucho tiempo el término denominado PYME, el cual ahora se ha actualizado por el de MIPYME que agrupa a las micro, pequeñas y medianas empresas, entendiendo por medianas, a una buena parte de organizaciones de tamaño corporativo.

Carrasco (2005) establece que antes de la Revolución Industrial, todos los negocios eran pequeños, pero que a partir de la invención de la máquina de vapor los grandes negocios han tomado auge, pero que aun así las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen el centro del sistema económico del país.

Información presentada por el Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado (2002) fue en abril de 1954 cuando por primer vez la Secretaría de Hacienda consideró como pequeños y medianos industriales aquellos cuyo capital contable

no fuera menor de 50,000 y tampoco mayor de 2,500,000 pesos. Para 1961 se tomó en cuenta un capital contable con mayor margen: desde 25,000, hasta 5 millones de pesos para clasificar a las pequeñas y medianas industrias. Y en 1963, la Secretaría de Hacienda modificó las reglas de operación y comenzó a considerar como pequeñas y medianas empresas a las que tuvieran un capital contable no mayor de 10 millones de pesos.

Si nos remontamos al nacimiento de éste núcleo de empresas denominadas MIPYMES, encontramos dos formas de surgimiento de las mismas.

Primeramente, se encuentran aquellas que se originaron como empresas propiamente dichas, en las que se distingue claramente una organización, una estructura, una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo remunerado.

Por otro lado, están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizado por una gestión a la que sólo le preocupó su supervivencia, sin prestar demasiada atención a temas como: el costo de oportunidad, de capital o la inversión que permitiera el crecimiento.

A través de métodos propios, la autora de esta tesis elaboró un concentrado partiendo de la información histórica presentada en el 2002 por el Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado, en ella se integra información destacada respecto a la evolución de los programas de gobierno en apoyo a las MIPYME's, hasta la actualidad. (Ver tabla 3).

En cuanto a la evolución de las MIPYMES en México, éstas han tenido tres etapas de evolución perfectamente definidas:

**TABLA 3 EVOLUCION HISTORICA DE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE GOBIERNO FEDERAL PARA APOYO A LAS MIPYMES**

<b>PERIODO</b>	<b>ATENCION GUBERNAMENTAL AL DESARROLLO DE LAS MIPYMES</b>	
<b>José López Portillo (1976-1982)</b>	<i>Plan Nacional de Desarrollo Industrial</i>	Financiamiento y estímulos fiscales para que los grandes empresarios canalizaran al exterior una mayor proporción de su producción y operaran mediante subcontratos con la pequeña y mediana industria.
<b>Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988)</b>	<i>Programa Nacional de Sustitución de Importaciones</i> para reducir la dependencia con el exterior.	Promoción de las compras de sector público hacia el mercado interno a través de la concertación con el sector privado, en especial con la pequeña y mediana empresa industrial, proveedoras potenciales de organismos gubernamentales.
<b>Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)</b>	Programa para la Modernización y el Desarrollo de la industria Micro, Pequeña y Mediana	Se crearon fondos estatales de fomento industrial, se otorgaron garantías para mejorar la liquidez de estas industrias, mediante el <i>Programa de Apoyo Integral a la Micro Industria</i> .
<b>Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000)</b>	<i>Programa de Política Industrial y Comercio Exterior,</i>	Se creó la Red Nacional de Centros Regionales para la Competitividad Empresarial para atender a la micro, pequeña y mediana empresa, esta red tenía la tarea de dar información, asesoría, diagnóstico y alternativas de solución a sus necesidades.
<b>Vicente Fox Quezada (2000-2006)</b>	Sistema Nacional de Financiamiento PYME	Programas de formación empresarial y capacitación en las MIPYMES, con base en el desarrollo de las habilidades administrativas, laborales, productivas, y de vinculación al desarrollo y la innovación tecnológica, a fin de mejorar su productividad y de que puedan acceder a los mercados nacionales e internacionales en mejores condiciones de

		competitividad.
<b>Felipe Calderón Hinojosa (2006-2009)</b>	Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012	Establece estrategias de atención a las MIPYMES a partir de un esquema conformado por cinco segmentos empresariales emprendedores, microempresas, pequeñas y medianas empresas, empresas gacela y empresas tractoras, que serán atendidos por el Gobierno Federal en forma integral a través del financiamiento y la capacitación.

La primera se refiere a que las MIPYMES en general y sobre todo las dedicadas al sector industrial, comenzaron a adquirir importancia en los años 50's y 60's primeramente dentro de la economía argentina, y después en México durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones, tan criticado como admirado por los distintos autores especializados.

Para el caso de las MIPYMES en México, el modelo de sustitución de importaciones exhibió gran dinamismo, lo que les permitió, en un contexto de economía cerrada y mercado interno reducido, realizar un "proceso de aprendizaje" con importantes logros, aunque también con algunas limitaciones en materia de equipamiento, organización, capacitación e información, principalmente.

Tales limitaciones impidieron que las MIPYMES alcanzaran la productividad y la calidad, alejándolas de los niveles de competencia internacionales y provocando que durante los 70's, época de inestabilidad macroeconómica, se preocuparan únicamente por la supervivencia, debido a la profunda crisis que continuó en la

década de los 80's. Esta sería entonces la segunda etapa en la historia de la evolución de las MIPYMES.

Por el contrario, en la tercera etapa, a partir de los cambios que se introducirían en los 90's, en lo referente a disponibilidad de financiamiento externo y estabilidad económica interna, comienza una nueva etapa para las MIPYMES, con algunos obstáculos que aún deben superarse.

### **2.1.5 Características de las Microempresas en México**

Partiendo de la información publicada en el Diario Oficial de la Federación (2002), las microempresas, sin importar su actividad económica serán aquellas en las cuales el número de personas que intervienen no superan a las 10.

Así pues, la microempresa puede ser considerada como una entidad independiente, que no excede de 10 empleados, que se dedica a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad a la que pertenece, cuya actividad económica puede no ser preponderante y si muy competitiva.

La microempresa, cuenta con características propias que la distinguen de las pequeñas, medianas y grandes empresas, el perfil que se presentara a continuación es respecto de las microempresas mexicanas.

En un gran número de las microempresas, su organización es de tipo familiar, esto es que constantemente la fuerza laboral de la empresa es la propia familia, distinguiéndose por participar de una u otra manera, en la producción o prestación de servicios.

También la microempresa se caracteriza porque el dueño es quien proporciona el capital. y en muchas de las ocasiones, es el mismo, quien dirige y organiza su negocio, la mayoría de las veces de manera empírica, basando su administración en corazonadas, y en la propia experiencia adquirida, que les proporciona amplio conocimiento y dominio de su producto. La principal fuente de financiamiento son los ahorros del propietario, en pocos casos se hace uso de créditos, de préstamos bancarios o de la participación de inversionistas.

Respecto del mercado que atiende, la microempresa domina y abastece mercados pequeños, principalmente locales y en muy contados casos atiende al mercado regional. Su capacidad para abastecer mercados mayores es limitada.

Su producción, o la elaboración de sus productos, es básicamente artesanal, esto es que no es muy maquinada, ni utiliza gran tecnología. Como su grado de mecanización y tecnificación es bajo, depende en alto grado de la mano de obra directa para el alcance de sus metas,

La mayoría de las microempresas son de carácter informal, pero en los casos en que es formal, para el pago de impuestos son considerados como causantes menores

### **2.1.6 Entorno de las Microempresas en México.**

Las organizaciones existen en un lugar y en un momento histórico determinado, por ello tienden a reproducir los elementos de su propio contexto social (Burel y Hearn 1990) así pues, lo que sucede o no en torno de la empresa es determinante para la misma.

Antes de identificar el entorno de las Microempresas en nuestro país, es importante clasificarlos en dos tipos principales, que afectan directamente a la empresa y que son el entorno próximo y el entorno general.

Entorno próximo es el término que se utiliza para definir todos aquellos factores de producción y distribución próximos a la empresa como la mano de obra, entidades financieras, proveedores y, por supuesto, el mercado objetivo para la promoción y venta de sus productos. Este entorno también comprende las organizaciones de tipo económico, gremiales y sindicales, la comunidad autónoma a la que pertenece y las empresas de la competencia. La empresa tendrá además que relacionarse con los organismos oficiales que tengan relación con su actividad económica.

El entorno general es el que tiene efectos directos e indirectos en la gestión general de la empresa, y es interesante conocer bien estas interrelaciones, porque pueden aportar a la empresa oportunidades de negocio en otras áreas geográficas, tanto del propio país como de otras comunidades internacionales.

En cuanto al entorno de las Microempresas en nuestro país, la entrada de México al GATT en 1986, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994 y la firma de tratados y acuerdos de complementación económica con la Unión Europea, Colombia, Japón, Chile y Uruguay, entre otros países, han impulsado en gran medida el comercio exterior en nuestro país, sin embargo las microempresas han disminuido aunque no drásticamente pero sí afectando la generación de empleos.

La desaparición de Micro, Pequeñas y Medianas empresas se ha presentado en casi todos los sectores, textiles y confección, madera y muebles, papel e imprentas, materiales no metálicos y maquinaria y equipo; el sector menos afectado es el de alimentos y bebidas.

Ante las nuevas exigencias de un mundo global, las microempresas reflejan sus principales debilidades como la carencia de planes y programas a mediano y largo

plazo, los propietarios cumplen con varias funciones a la vez y en sus negociaciones es difícil encontrar fuerza de trabajo calificada y especializada.

Según INEGI (2005) el 98% de las empresas en México se encuentran en la categoría de MIPYME`s mismas que generan más del 60% del empleo en nuestro país y contribuyen en gran medida al PIB nacional.

Las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas, tienen como reto no sólo ser competitivas a nivel nacional sino que también a nivel internacional, esto es tener la capacidad de poder interactuar con otros actores externos como son competidores, proveedores y clientes, en ese sentido el manejo de la información y del conocimiento son claves para el éxito de estas empresas.

En particular, en el caso de las microempresas en México, los esfuerzos por alentarlas se han visto reflejados con la creación de diversos programas de apoyo y fomento, pero a la fecha esos programas no han dado los resultados esperados, antes bien, las problemáticas que enfrentan para poder sobrevivir frente a las grandes empresas, los desequilibrios económicos y volverse más productivas y eficientes, son cada vez más notorias.

### **2.1.7 Marco legal y apoyos para las Microempresas en México**

El sector empresarial, particularmente el relacionado con la micro, pequeña y mediana empresa se encuentra regulado por: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, la Ley de Comercio Exterior, la Ley de Concursos Mercantiles y la Ley de la Inversión Extranjera, así como por distintas leyes Fiscales, entre otras.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 25 la obligación del Estado para planear, conducir, coordinar y orientar la

economía nacional y llevar a cabo la regulación y fomento de las actividades que demande el interés general, como es el caso de las MIPYMES.

Para ello se apoya en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, define las funciones y atribuciones de los organismos de la Administración Pública Federal, como es el caso de la Secretaría de Economía quien regula y fomenta el desarrollo de las empresas.

Por su parte la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones norma la constitución y funcionamiento de las Cámaras de Comercio, de Industria y de las Confederaciones que las integran, así como al Sistema de Información Empresarial Mexicano.

La Ley de Concursos Mercantiles tiene por objeto la conservación de las empresas y evitar que el incumplimiento generalizado de las obligaciones de pago ponga en riesgo su viabilidad y de las demás con las que estas empresas tengan una relación de negocios.

De manera especial debe hacerse mención de la Ley para el Desarrollo de la competitividad de la Micro, pequeña y Mediana Empresa publicada en el Diario Oficial de La Federación el 30 de Diciembre de 2002 y reformada en el 2006, que busca promover el desarrollo económico nacional mediante las MIPYMEs.

Las leyes fiscales son también aplicables en el ámbito de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Sin embargo, como el régimen fiscal que corresponde a cada caso en particular es muy variable, ya que depende de la naturaleza, giro y magnitud de cada empresa, y por lo tanto, implicaría mucho tiempo su análisis, es por ello que en este estudio no se hace un desglose de las leyes fiscales que pudieran estar involucradas, ya que el objetivo de la presente investigación en este capítulo, es caracterizar las microempresas en nuestro país. .

**TABLA 4 MARCO LEGAL DE LAS MICROEMPRESAS EN BAJA CALIFORNIA**

<p><b>Ley de Fomento Económico para el Estado de Baja California</b></p>	<p>Se encarga de fomentar y promover el desarrollo económico de la entidad a través de: alentar a las empresas a generar nuevas fuentes de empleo, estimular el desarrollo económico en las actividades identificadas como estratégicas para el estado y atraer inversiones Señala que las micro, pequeñas y medianas empresas son sujetos de los incentivos económicos estatales para que puedan crear más y mejores fuentes de empleo.</p>	
<p><b>Plan Estatal de Desarrollo Baja California</b></p>	<p>Establece la visión y fija el rumbo del desarrollo de la entidad, Define los principios rectores de la administración pública estatal y es el documento base del cual se derivan programas y proyectos para lograr el desarrollo del estado. Para consolidar el proceso de crecimiento económico de Baja California, y de responder a las demandas de mayores y mejores oportunidades de empleo para la población, se reforzarán las acciones de promoción y fomento en: promoción de la inversión privada y de las exportaciones, la integración regional, el apoyo a la micro y pequeña industria, la desregulación y descentralización administrativa e impulsar la infraestructura económica.</p>	
<p><b>Consejos y Comisiones para el Desarrollo Económico</b></p>	<p>Comité Estatal de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.</p>	<p>Su finalidad es brindar capacitación empresarial, alentar el asociacionismo, promover a las microempresas así como también nuevos esquemas de</p>

		financiamiento.
	Comisión Consultiva de Fomento Económico	Órgano de consulta y apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado.

Históricamente el Gobierno mexicano se ha caracterizado por brindar apoyo para el financiamiento de la microempresa. En la Secretaría de Economía existe una dependencia destinada al fomento de la micro, pequeña y mediana empresa, y una Coordinación General del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario, esta dependencia como su nombre lo indica, ofrece opciones de financiamiento a este tipo de empresarios.

Las Microempresas en nuestro país, reciben apoyos que han sido instrumentados principalmente por el Gobierno Federal y que se otorgan no sólo por instituciones del sector público, sino también por instituciones privadas. Asimismo, hay diferentes opciones de financiamiento que van desde microcréditos, apoyo para adquisición de equipo, de insumos, de maquinaria, asistencia técnica y capacitación, entre otros.

Las diferentes opciones de financiamiento se encuentran respaldadas por diferentes instituciones privadas o por políticas del gobierno a través de fondos especiales de apoyo a las Microempresas

### **2.1.8 Fortalezas y Debilidades de la Microempresa en México**

A través de la herramienta de Diagnostico de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se presenta un análisis estratégico, en el que se analizaron los elementos internos y externos que afectan a la microempresa mexicana en general. Los factores internos son considerados por tanto controlables y los factores externos, considerados no controlables.

El diagnóstico, mejor conocido como FODA SWOT (por sus siglas en inglés), es una técnica de planeación estratégica, la cual permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo. El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

La información concentrada del análisis FODA de la Microempresa mexicana, puede observarse en la tabla 5.

En las fortalezas encontramos aquellos elementos internos y positivos que caracterizan a la microempresa y la diferencian de otro tipo de empresa de mayor tamaño.

Por su parte en las oportunidades se encuentran aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas por la organización para su crecimiento, desarrollo, competitividad y fortalecimiento.

En las debilidades se señalan problemas internos de la microempresa, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

**TABLA 5 ANALISIS FODA DE LAS MICROEMPRESAS EN MEXICO**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p>Bajos costos de operación                      Unidades productivas familiares                      Creatividad comercial                      Capacidad de generar empleo                      Producción local y de consumo básico                      La planeación y organización no requiere de mucho capital                      Producen y venden artículos a precios competitivos , pues sus gastos no son muy excesivos                      Flexibilidad frente al mercado</p>	<p>Falta de tecnología de punta                      Muchas de ellas se integran en la informalidad                      Cultura empresarial deficiente                      Carencia de marcas corporativas                      Falta de acceso a la información o uso de internet                      Les afecta con mayor facilidad los problemas del entorno económico                      Limitadas por la falta de recursos financieros                      Administración empírica regularmente realizada por el dueño</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>Celebración de acuerdos comerciales                      Globalización                      Alta demanda de productos no tradicionales                      Organismos de cooperación internacional                      Desarrollo regional, por su establecimiento en diferentes regiones                      Asesoría y capacitación de instituciones de asistencia técnica</p>	<p>Producción a gran escala de potencias industriales                      Falta de credibilidad del sector                      Establecimiento de grandes marcas comerciales                      Exigencia de alta tecnología en el mercado                      La inflación y la devaluación                      Políticas del gobierno que dan prioridad a sectores de mayor poder económico</p>

Y finalmente, en las amenazas se ubican situaciones negativas, externas a la empresa, que pueden atentar contra ésta, por lo que llegado al caso, es necesario ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Atendiendo pues al escenario que enfrentan las microempresas en México podemos considerar que sus principales fortalezas radican en, sus bajos costos de operación, esto debido principalmente a la elaboración artesanal de sus productos, a menor tecnología menor inversión. Su producción local y de consumo básico, no requiere de grandes inversiones, por el contrario, con un mercado plenamente identificado el microempresario cubre las demandas del mismo.

Un punto importante, radica en que al tratarse de artículos y productos que no requieren gastos o inversiones excesivos, el microempresario puede manejar precios competitivos, que le permitan mantener un mercado cautivo, ante el que puede actuar de manera flexible y adaptarse fácilmente a sus necesidades.

Por otra parte, estas empresas se caracterizan como ya se menciono por ser empresas familiares, partiendo de la cultura y la idiosincrasia del mexicano esta puede ser vista como una fortaleza debido al compromiso de todos los miembros de la familia por sacar adelante el sueño común de la empresa exitosa.

Los negocios de menor escala, son dirigidos con una pasión característica del microempresario que en todo momento imprime gran creatividad a su empresa, en ocasiones esta creatividad comercial es consecuencia de los bajos recursos económicos con que se cuenta.

Así mismo, es indudable que las microempresas se han convertido en los últimos años en generadoras de empleo, debido a ello las políticas gubernamentales han buscado impulsar su crecimiento y desarrollo a través de microcréditos, financiamiento y la propia capacitación y asesoría que requieren.

En ese sentido, atendiendo a todas las fortalezas anteriores, la planeación y organización no requieren de mucho capital, para que la organización funcione exitosamente.

Respecto a las debilidades, lo que puede verse como una fortaleza debido a los bajos costos, que es el poco uso de tecnología en sus procesos de producción o elaboración de productos, se convierte en una debilidad frente a la cada vez más agresiva competencia, el microempresario no hace uso de tecnología de punta, su falta de acceso a la información, el uso de la red o internet, de los avances en comunicación y tecnologías de la información, lo coloca varios pasos atrás de la competencia.

Aun y cuando en sus procesos productivos no requieren de grandes inversiones, las limitaciones de recursos financieros se convierten en un problema cuando la microempresa busca expandirse o cautivar nuevos mercados.

Muchas de las microempresas, principalmente las que nos ocupan en este estudio, las comercializadoras de alimentos se integran en la informalidad, por lo mismo no hace uso de los beneficios que existen para ellas, tales como créditos, asesorías técnicas y apoyos gubernamentales.

Por tratarse de micro negocios, y muchos de ellos integrados en parte por familiares, cuentan con una cultura empresarial deficiente, aun cuando se cuenta con empleados externos a la familia, se carece de programas motivacionales, que den al trabajador sentido de pertenencia y le permitan sentirse parte de la organización.

Una de las debilidades características de la microempresa es que carecen de marcas corporativas, los microempresarios administran el negocio de manera empírica, guiados por su intuición o su experiencia, sin sujetarse a una planeación estratégica ni un análisis y control de sus resultados.

Por su misma naturaleza, a las microempresas les afecta con mayor facilidad los problemas del entorno económico,

Sin embargo un escenario de oportunidades se presenta frente a las microempresas, la posibilidad de celebrar acuerdos comerciales que les permitan dar a conocer sus productos hacia el exterior, o posicionarlos en la región es una realidad debido a los programas gubernamentales.

La globalización más que una amenaza o riesgo para los microempresarios, puede ser aprovechada como una gran oportunidad de atender nuevos mercados, con productos artesanales de valor agregado, mismos que son altamente demandados en la actualidad y que adquieren un alto valor económico principalmente en países extranjeros, un papel importante juegan en este punto los organismos de cooperación internacional para fomentar el comercio.

La oportunidad que se presenta a las microempresas, con la asesoría y capacitación de instituciones de asistencia técnica, permite que estas hagan más eficientes sus procesos, mejoren la calidad de sus productos y sean más competitivas frente a mercados mayormente exigentes,

Todo ello puede llevar a la microempresa a mejores escenarios que permitan su desarrollo regional, esto es, el establecimiento en diferentes regiones, la conquista de nuevos mercados y con ello el crecimiento de su negocio.

No pueden dejarse de lado las amenazas detectadas, frente a la producción artesanal de las microempresas se observa la producción a gran escala de potencias industriales, que con productos a mas bajo costo abarrotan el mercado en detrimento de lo micro y pequeños negocios.

La falta de credibilidad del sector, de la mano de políticas del gobierno que dan prioridad a sectores de mayor poder económico, amenazan a las microempresas provocando incertidumbre respecto a su permanencia en el futuro.

Como se había mencionado, entre las debilidades la falta de una marca corporativa por parte de las microempresas, se suma a la amenaza del establecimiento de grandes marcas comerciales, no solo regionales, sino nacionales y extranjeras, que resultan más atractivas para el consumidor y poner en riesgo la estabilidad de las microempresas.

La propia globalización, exige empresas más competitivas, mejor preparadas, con mayor exigencia de alta tecnología en el mercado, frente a este escenario, las microempresas se ven altamente amenazadas, por carecer de los recursos financieros para adquirir mejor tecnología.

Finalmente, aspectos económicos como la inflación y la devaluación, afectan con mayor fuerza a las microempresas, que se caracterizan por ser de las llamadas economías de subsistencia, con ganancias al día, sin planeación estratégica, sin proyecciones a largo plazo, y sin la capacitación necesario para ser más competitivas frente a este mundo globalizado.

En síntesis: las fortalezas deben utilizarse, las oportunidades deben aprovecharse, las debilidades deben eliminarse y las amenazas deben sortearse.

### **2.1.9 Situación actual de las microempresas en México**

Las microempresas se enfrentan a una problemática formada por diversos elementos, por ello se ven limitadas debido a la falta de conocimientos empresariales, la carencia de una buena administración del negocio, los bajos salarios y bajo poder adquisitivo de la población en general. Según resultados publicados por el Consejo Nacional de Población el promedio nacional de escolaridad de los empresarios, en las MIPYME`s en México es de sólo seis años.

Aunado a ello las MIPYME`s no pueden competir con las grandes empresas, por eso ofrecen salarios muy bajos, y lo que trae consigo la volatilidad de los empleos, que difícilmente son duraderos, debido a los bajos salarios y falta de prestaciones, toda vez que las pequeñas empresas no pueden mantener salarios más elevados, por sus bajas ventas.

Las microempresas, para que sean eficientes deberán ser dirigidas profesionalmente, invertir en la capacitación de sus recursos humanos y des familiarizar a la organización en pro de su crecimiento y desarrollo, más aún en estos tiempos en que la competencia es férrea.

Los programas de financiamiento no son la única solución para la microempresa, quizá los empresarios requieren de capacitación y preparación para administrar no solo los recursos de apoyo económico financiero que le son otorgados, sino también proporcionarle las herramientas que le permitan ser gestores en su organización.

La simplificación administrativa en las dependencias públicas que sirven de apoyo a la microempresa, es indispensable para las subsistencias de la misma, no es posible que el empresario deba enfrentar una excesiva traumatología incluso en los más sencillos procedimientos, que se carezca de la asesoría adecuada y oportuna y que no se le proporcione la información necesaria y expresa.

Fomentar la formación del empresario, es ir más allá de procurarle créditos o programas de financiamiento, más aún de los cursos que le indican como emprender un negocio y que características y habilidades debe desarrollar para ser un emprendedor, es otorgarle los mecanismos suficientes para crecer junto con su empresa y llevarla de lo micro a lo macro, lo que sin duda le significa mayores ganancias al empresario y la capacidad de una mayor generación de empleos que impulsa el desarrollo de la sociedad.

La gran mayoría de las empresas familiares son micro, pequeñas y medianas empresas, muchas de las que denominan tiendas. La empresa familiar, es aquella en que los dueños y los que la operan toman decisiones estratégicas y operativas, son miembros de una o varias familias, Se entienden aquellas en las que un núcleo familiar controla la mayoría del capital.

El trabajador de la empresa familiar sabe a la perfección que su puesto está asegurado y garantizado. Esto implica que no exista uno de los principales motores de la motivación e implicación en la empresa. Si su trabajo no se evalúa, en principio no realizará grandes esfuerzos en la superación profesional. Las jerarquías, además, en la empresa profesionalizada quedan delimitadas y ordenadas en función del cargo que se desempeña, en cambio, en la empresa familiar, se diluyen en función de quienes ostentan ciertos cargos y pertenecen a la familia propietaria.

La mentalidad de la empresa familiar debe abrirse al uso de herramientas modernas de gestión, de Marketing, de investigación y, en definitiva, en todos los ámbitos operativos. La empresa familiar no se escapa y su futuro desarrollo depende de ello. En este caso, los cambios preceden a los cambios generacionales, en los que, tras un periodo de transición en el que las dos generaciones colaboran juntas, los más jóvenes comienzan a utilizar nuevas herramientas de gestión.

## **2.2 Contexto actual de la Microempresaria en México**

El papel que ha venido desempeñando la mujer dentro de la economía en nuestro país durante los últimos años ha sido determinante, cada día son más las que se integran a la población económicamente activa y son incluso generadoras de empleo, así pues la representación de la mujer en la administración y la gerencia es cada vez mas cotidiana y familiar, y su participación es marcada en sectores

competidos, de bajos ingresos y una gran parte de ellos dentro de la economía informal.

La creciente economía emergente impulsa a las mujeres a establecerse en micro negocios que puedan proporcionarles un ingreso y una mejor calidad de vida,

.  
Se debe partir de un previo concepto de empresaria, pues, solo aquellas mujeres que son propietarias de un negocio pueden concebirse como tales, en la presente investigación, contrario a lo establecido por Zabudovsky y Avelar (2001) respecto de que deben ser consideradas empresarias aquellas mujeres que siendo propietarias de un negocio cuentan con al menos un trabajador, se consideraran empresarias también a aquellas mujeres que no cuenten con trabajadores o empleados a su servicio, por lo cual este dato será irrelevante.

## **2. 2.1 Empresario y emprendedor**

Para conocer a las microempresarias, sus características y la evolución de las mismas a través de la historia, es importante definir dos conceptos que en ocasiones se confunden o se emplean como sinónimos, estos son empresario y emprendedor.

Los empresarios son las personas que toman decisiones que ayudaran a configurar el sistema económico de la libre empresa del nuevo milenio descubriendo necesidades en el mercado y lanzando nuevas entidades para satisfacer tales necesidades, en cambio el emprendedor no es solo una persona que genera una idea de negocio sino que además la lleva a cabo acorde a sus conocimientos y experiencia adquirida en el pasado.

Para Ferrel, Hirt, Adriaenses, Flores y Ramos (2004) empresario es la persona que arriesga su dinero, tiempo y esfuerzo, para desarrollar un producto o forma de hacer algo innovador

En materia jurídica, un empresario es una persona física o individual, así como jurídica o social, que por sí misma o por mediación de sus representantes, ejercita y desarrolla una actividad empresarial mercantil, en nombre propio, con habitualidad, adquiriendo la titularidad de las obligaciones y derechos que se derivan de tal actividad, siendo esta una actividad organizada en función de una producción o un intercambio de bienes y servicios en el mercado.

Así pues, el empresario se caracteriza por desarrollar una actividad mercantil organizada, a través del instrumento jurídico conocido como empresa, dicha actividad no ha de ser ocasional, sino habitual. En este sentido, el Estado reconoce al empresario que realiza una actividad formal, pero también los que se establecen en la informalidad pueden contar con características comunes a estos.

El empresario se caracteriza por su alta motivación de logro, es decir, querer hacer las cosas bien hechas, se propone metas y objetivos. Asume responsabilidades y riesgos moderados. Normalmente planifica a largo plazo y cuenta con aptitudes o conocimientos sobre los negocios adquiridos en la práctica diaria no en universidades o escuelas de negocios.

En las microempresas el empresario inicia su actividad económica con un capital mínimo que comúnmente proviene de ahorros personales o familiares.

A diferencia del empresario, el emprendedor genera las ideas dentro de sí y las transforma en acciones y el empresario es aquel que las ejecuta, aunque no precisamente sean motivadas por él mismo.

Las microempresarias, pueden ser consideradas como mujeres emprendedoras atendiendo a su forma de trabajar, organizarse y actuar respecto de su negocio.

Las características que distinguen a un emprendedor, son determinantes para el alcance de sus metas, El emprendimiento puede entenderse como una característica del espíritu, son características internas, que tienen que ver con la formación del individuo en su entorno personal y familiar y con el contexto en que se encuentra.

El ser emprendedor no es sinónimo de calidad garantizada, más bien tiene que ver con la capacidad del individuo emprendedor por asumir riesgos, afrontarlos, tratar de crear y liderar situaciones,

Así pues retomando la idea de que la mujer microempresaria comercializadora de alimentos, en esta caso, es una emprendedora, es importante caracterizarla.

Primero que nada la emprendedora se caracteriza por la necesidad de obtener resultados, esta necesidad se basa en el deseo de la persona, en este caso de la emprendedora que motiva su comportamiento para poder alcanzar las metas y objetivos que se traza dentro de su negocio, para ello se valdrá de las estrategias que considere necesarias y más viables.

Aunado a la necesidad por alcanzar resultados, la emprendedora tiene un fuerte deseo de responsabilidad por ello prefiere utilizar recursos propios, del modo que considera más apropiado, para conseguir lo que se ha propuesto. Por lo mismo, es que prefiere los riesgos moderados, pues como confía en conseguir un resultado, es común que se proponga en general objetivos que cree que puede y tiene las capacidades y habilidades para alcanzar..

La emprendedora percibe las probabilidades de éxito, es una característica significativa de su personalidad, se involucra en proyectos que le generen

confianza y seguridad, basada en sus propias capacidades y consciente de sus limitaciones.

La mujer emprendedora también se identifica porque suele ser una persona que desarrolla una enorme actividad. Lo importante es realizar actividades orientándose al futuro, buscar la tendencia del mercado y anticiparse a las oportunidades actuales, y se distingue por su habilidad de organizar y de innovar. Organiza a las personas y al trabajo y tiene la capacidad para mejorar un producto o servicio existente, o es capaz de crear algo nuevo.

Finalmente, su capacidad de tolerancia, de adaptabilidad y de perseverancia le permiten definir sus objetivos, el camino para conseguirlos basándose en estrategias y el proponerse objetivos realistas.

### **2.2.2 Evolución de la participación de las mujeres en la Microempresas**

Hablar de la participación femenina en el ámbito laboral y la economía nos remonta a tiempos muy antiguos, la mujer ha sido un importante agente económico para el desarrollo no solo de nuestro país sino del mundo.

En el surgimiento de la Comunidad Primitiva, como primer sistema económico o modo de producción, la mujer ya jugaba un rol trascendente, era ella quien se hacía cargo de la distribución del producto del trabajo de los miembros de la tribu, los niños recolectaban frutos, mientras que los hombres se encargaban de la caza y de la pesca.

Más tarde, el hombre dejó de ser nómada y se asentó en un solo lugar se dedicó a la agricultura y ganadería, y la mujer se fue relegando a actividades preponderantemente dentro del hogar, limitando así su potencial y posibilidad de

desarrollo, hecho que no era muy notorio, puesto que sólo era requerida para tareas domésticas y cumplía con ese papel a la perfección.

A lo largo de los años, el trabajo de la mujer había sido preponderantemente dentro de la casa. Las oportunidades de educación se daban por naturaleza a los hijos varones en el entendido de que serían éstos los que formarían nuevas familias y jugarían el rol de responsables de su manutención.

Tendrían que pasar muchos años para que las mujeres buscaran nuevos espacios de participación dentro del sector laboral, el verdadero motivo por el cual una mujer se veía en la necesidad de salir a buscar empleo, era la necesidad económica, misma razón que en la actualidad motiva a la mayoría de las mujeres a contratarse en empleos mal remunerados, insalubres o de poco atractivo.

El auge de las fábricas textiles en el Siglo XIX, dio a la mujer la posibilidad de salir de sus hogares a desempeñar otro tipo de tareas, esto, sin dejar de realizar las que dentro de la casa seguían siendo su responsabilidad.

Sin embargo, varios grupos de mujeres con ideas liberales, empezaron a buscar un equilibrio entre el hombre y la mujer, esa igualdad de derechos a la que todas aspiramos y que a pesar de los grandes avances aún no se ha logrado del todo.

Un hecho, que sorprendió al mundo y reflejó la unidad de las mujeres en torno a sus derechos laborales, se presentó en marzo de 1857, fue la gran marcha que las trabajadoras textiles realizaron en la ciudad de Nueva York, miles de mujeres marcharon por los barrios adinerados de Nueva York en protesta por las miserables condiciones de trabajo en que se desempeñaban.

Mientras tanto, en México, las ideas liberales de Benito Juárez, Sebastián Lerdo de Tejada y Vicente Riva Palacio, coincidían en la necesidad de la creación de instituciones para la educación de las mujeres. Fue así como Juárez, a favor de

los establecimientos educativos y de la secularización de la enseñanza, el 20 de enero de 1861, en su programa de gobierno estableció: Secularizando los establecimientos de utilidad pública se atenderá también a la educación de las mujeres, dándoles la importancia que merecen por la influencia que ejercen en la sociedad.

La acción de los grupos de mujeres mexicanas inicia precisamente en este periodo, con el nacimiento de organizaciones feministas surgidas al calor de la polémica del ingreso de la mujer al mundo económico.

Las mujeres poco a poco empiezan a insertarse en el campo laboral, político y en los escenarios de la economía, el principal detonante de esto, se da a partir de 1953 en que la mujer es reconocida como ciudadana y puede votar y ser votada, al igual que los varones (Ver tabla 6).

Como se ve en la tabla 6, el reconocimiento legal de las actividades de la mujer ha sido lento, en la actualidad al concepto de mujer se le agrega el moderno termino “empoderamiento” derivado del acceso de las mujeres a todos los ámbitos, en una gran proporción al ámbito empresarial.

Establecer la situación de la mujer en México es complejo, pues se debe analizar como un ser integral y conceptualizarse desde diversos puntos de vista: social, económico, laboral, cultural, que nos permitan determinar la evolución que ésta ha tenido a través del tiempo, sin embargo, si se puede trazar de manera sencilla la realidad a que la mujer se enfrenta en la actualidad, la mayor participación económica de las mujeres se asocia primordialmente con el trabajo asalariado, el trabajo por cuenta propia y el trabajo familiar sin pago.

Las empresarias se incluyen pues dentro de la categoría de mujeres que trabajan por cuenta propia, y tratándose de micro, pequeñas y medianas empresas estamos además frente a mujeres generadoras de empleo.

**TABLA 6 CONQUISTAS JURIDICAS DE LA MUJER MEXICANA**

<b>Evolución histórica</b>	
<b>1861</b>	El Presidente Benito Juárez, promueve los establecimientos educativos y de la secularización de la enseñanza destinada también a las mujeres.
<b>1931</b>	La Ley Federal del Trabajo hace mención de la mujer, pero es hasta las reformas de 1962 que la reconoce como trabajadora.
<b>1953</b>	Emancipación de la mujer, al adquirir el derecho a votar y a ser votada.
<b>1974</b>	La ley Federal del Trabajo atiende a las características de su peculiar constitución, y la mujer se encuentra regulada por un régimen especial de trabajo que, en principio, protege la gestación.
<b>1993</b>	México firma como Estado Miembro de la Declaración de la Eliminación de la Violencia Contra la Mujer, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Para la Oficina Internacional del Trabajo (1998) en un estudio realizado en los años noventa referente a la mujer microempresaria, un rasgo distintivo de la evolución del mercado de trabajo en los noventa fue la fuerte presión que sobre él generó el creciente contingente de personas que ingresan cada año en busca de trabajo. El componente más dinámico en esta presión es producto del dinamismo que ha mostrado la incorporación de la mujer.

### **2.2.3 Participación de las mujeres en el sector empresarial en México**

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2005) y el Banco Mundial (2007) presentan cifras importantes respecto de la participación de las mujeres en el sector empresarial en México.

En las tres últimas décadas las mujeres aumentaron su participación en la población ocupada en casi doce puntos porcentuales, al pasar de 19.8% en 1970 a 31.6% en 2000.

Existe una correlación directa entre el grado de instrucción de las mujeres y su participación en la fuerza de trabajo. En el grupo de mujeres con educación superior, la tasa de participación económica es de 62%, sustancialmente por encima del 38.7% correspondiente al segmento de mujeres cuyo grado máximo de estudios es la secundaria. Un claro indicador de los beneficios de incentivar una mayor escolaridad entre la población femenina.

La situación económica, agravada en los últimos 13 años para casi la mitad de la población mexicana, genera la inserción de más mujeres en el mercado laboral, originada también por cambios socio demográficos, como mayor esperanza de vida, menor tasa de fecundidad y más escolaridad.

El Consejo Nacional de Población (CONAPO) reporta que de 2000 a 2006, aumentó el número de mujeres que se incorporaron al ámbito laboral, otro dato interesante radica en que los nuevos empleos creados durante la administración pasada 54 por ciento fueron asalariados y 43 por ciento por cuenta propia.

Entre 2000 y 2004, el 72 % de los empleos generados se ubican en la categoría de microempresas.

El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) reporta que en el mismo periodo creció el número de mujeres que trabajaban por su cuenta: de 2 millones 882 mil 185 a 3 millones 562 mil 382.

La mayoría de las mujeres aceptan trabajos carentes de prestaciones sociales y sin posibilidad alguna de tener una pensión al concluir su ciclo de vida productiva

debido a la precarización, a la necesidad de completar el ingreso familiar y, en muchos casos, porque éste constituye el único ingreso.

Existen 16 millones 20 mil 833 mujeres trabajadoras en el país, dice INEGI. 63.4% son asalariadas, lo que significa que alrededor de seis millones están trabajando de manera independiente, principalmente en venta de comida, de productos por catálogo, en el comercio ambulante y en pequeños negocios familiares, incluso sin salario.

La Asociación Mexicana de Ventas Directas reportó en 2003 un total de un millón 200 mil personas dedicadas a las ventas directas, de las cuales el 80 por ciento eran mujeres, en su mayoría amas de casa, quienes no son consideradas trabajadoras y sólo perciben el pago de comisiones sin ninguna prestación social.

23 por ciento de las mujeres que laboran obtiene ingresos mediante actividades por cuenta propia, según INEGI, 12 por ciento hace trabajo de apoyo a la familia sin recibir remuneración. Para el último trimestre de 2006, cinco millones 391 mil 581 mujeres se ubicaban en trabajos informales, en tanto que nueve millones 275 mil 358 tenían un trabajo formal y recibía un salario.

A 2006, el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) anunció que por un mismo trabajo y por igual número de horas las mujeres ganaban entre un 35 y 40 por ciento menos que los hombres, según el Instituto Nacional de las Mujeres (I

En 2005, 7 de cada 10 nuevos empleos fueron ocupados por mujeres, según INEGI, 43.2 por ciento, en su mayoría jóvenes, en el sector servicios; 26.6 por ciento en comercio y 18.2 en industria.

En el último año, 839 mil mujeres ingresaron como asalariadas y 424 mil hombres. Las microempresarias aumentaron en 63 mil, frente a 58 mil hombres. Las que

laboran por su cuenta crecieron en 176 mil, mientras que la cifra en hombres descendió en 77 mil, dice INEGI.

Las distintas posiciones que ocupan las mujeres en sus trabajos, destacando como la más importante la categoría de asalariadas con 61% del total y, en el otro extremo, con sólo una participación de 2%, la de empresarias.

Comparativamente, el 5% de los hombres en la fuerza laboral corresponden a la categoría de empresarios.

Las mujeres empresarias, aunque son un bajo porcentaje de la población ocupada, tienen un mayor nivel de escolaridad que los empresarios, ya que el 32% de las mujeres empresarias cuenta con estudios profesionales, tasa superior a la correspondiente a los empresarios (26%).

Según INEGI, la población femenina ocupada por el tamaño de empresa en que laboran, el 55% de las mujeres trabaja en microempresas que tiene de 1 a 5 empleados, y en una tercera parte de los negocios, están son propietarias.

Todos estos datos muestran claramente la importancia del liderazgo de las mujeres en las microempresas, como consecuencia de los cambios que en materia social, política, cultural y sobretodo económica se han presentado en nuestro país y en el mundo durante las dos últimas décadas.

Baja California, y su capital, Mexicali, no pueden estar al margen de dichos acontecimientos y cambios que reestructuran los esquemas sociales y económicos de la ciudad, colocando a las mujeres en un escenario más dinámico y acorde a las necesidades que estas enfrentan en la actualidad. Algunas de estas necesidades son en función de sus necesidades de gestión empresarial en su carácter de microempresarias y administradoras de sus propios negocios.

## **2.3 Funciones de Gestión Empresarial relativas a la Microempresa**

El concepto Gestión, es relativamente nuevo, surgió hace aproximadamente medio siglo, aunque las funciones que se incluyen en él han estado presentes desde que las empresas existían en forma rudimentaria.

La Gestión Empresarial es la actividad empresarial que busca a través del recurso humano mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios. Una optima gestión busca hacer mejor las cosas correctas dentro de la organización y el funcionamiento de la misma.

En otras palabras, la gestión, pretende proporcionar y aplicar el saber para producir resultados, pero esos resultados no se dan de manera aislada o improvisada, sino que requieren de un compromiso por parte de todos los miembros de la organización; incluye las funciones principales de dirección, planificación, organización y control, que se llevan a cabo en cada una de las áreas estructurales de la organización.

La gestión empresarial no se limita a la coordinación y la administración de una empresa según unos objetivos de producción y competencia determinados, sino que involucra en un todo dinámico, unos objetivos y un direccionamiento estratégico, la adaptación al entorno, una estructura y unas prácticas directivas, y la cultura organizacional.

### **2.3.1. Concepto de Gestión Empresarial**

En la actualidad, ante los retos del mundo globalizado, la importancia de la función del Gerente dentro de la empresa es elemental, así su actividad es sumamente compleja; constantemente cuando debe tomar decisiones, formular

planes de acción y estas decisiones, planes y programas para que puedan ser exitosos y mantengan a la empresa en competencia requieren estar sustentados en de información coherente.

En el caso concreto de las microempresas, su estructura en la mayoría de estas, principalmente en el caso de las microempresas comercializadoras de alimentos, fusiona al propietario con el gerente, esto es, que por la misma condición de micro negocio, las funciones administrativas son realizadas por el empresario en muchos de los casos.

Betancourt (2006) encontró que Baker en el 2002 conceptualizó y definió la figura de el propietario, es quien lleva la gestión personalmente, asume riesgos y si algo no sale bien será el único responsable respecto a terceros, poniendo en juego todo su patrimonio personal y familiar. En la mayoría de los casos estas empresas carecen de los beneficios de consultar a expertos y especialistas y por lo general su empresa no crece como él quisiera por carecer de recursos suficientes, de ideas innovadoras y capacidad de obtener financiación adecuada para la misma

Se debe partir de que la gestión empresarial recae en el director o encargado de la organización; una de las mejores definiciones de las funciones de un Directivo es la que hace años dio Luther Gulik, quien identificó las seis funciones fundamentales de toda gerencia (Betancourt 2006):

Planificación. Tener una visión global de la empresa y su entorno, tomando decisiones concretas sobre objetivos concretos.

Organización. Obtener el mejor aprovechamiento de las personas y de los recursos disponibles para obtener resultados.

Personal. El entusiasmo preciso para organizar y motivar a un grupo específico de personas.

Dirección. Un elevado nivel de comunicación con su personal y habilidad para crear un ambiente propicio para alcanzar los objetivos de eficacia y rentabilidad de la empresa.

Control. Cuantificar el progreso realizado por el personal en cuanto a los objetivos marcados.

Representatividad. El Gerente es la "personalidad" que representa a la organización ante otras organizaciones similares, gubernamentales, proveedores, instituciones financieras, etc.

.

La gestión empresarial, se relaciona estrechamente con la naturaleza cambiante del entorno de las empresas, sobre todo, los cambios tecnológicos deben centrarse en las personas, sin importar la dimensión de la empresa y estar al tanto de los cambios que se puedan producir en la empresa, utilizando todos los elementos para responder a dichos cambios, en beneficio de sus clientes y de la sociedad en general.

Son los líderes, en este caso los empresarios quienes deben generar, dentro de su propia gestión, las estrategias anticipativas y adaptativas requeridas para sobrevivir y ser competitivos a corto, mediano y largo plazo (Betancourt 2006).

Betancourt (2006) menciona que son tres los elementos claves de la Gestión Estratégica Empresarial, para quienes deseen ser competitivos ante un mundo globalizado y exigente, estos son: *Excelencia, Innovación y Anticipación*.

La excelencia es lo mínimo que necesita una empresa para comenzar, si se toma en cuenta que en estos tiempos la calidad es el parámetro de las empresas, así pues, es la base mínima de partida de las organizaciones para poder competir.

El segundo elemento es la *innovación*, la cual tiene que convertirse en una forma de vida basada en la creatividad innata de los seres humanos, que permite asumir el rol de líder tanto en el ámbito individual como en el organizacional.

El tercer elemento es la *anticipación* de la organización proactiva, que es la que no espera que ocurran las cosas para responder, sino que permanentemente está identificando los elementos que la van a llevar a ser competitiva en el futuro,

Hasta principio del Siglo XX el enfoque de la gestión hacia los trabajadores era excesivamente paternalista. Posteriormente los investigadores empezaron a enfocar el asunto en dos vertientes de la gestión, conocidos como: el enfoque tradicional y el enfoque de las relaciones humanas.

El primero eran los estudios efectuados en empresas de todo tipo para poder determinar reglas que fueran de aplicación global. El segundo, fue el resultado de los estudios realizados a las personas en sus propios puestos de trabajo, para averiguar los factores que influyen en la conducta de los trabajadores en esta particular circunstancia.

En el enfoque sistemático es esencial la conjunción de los sistemas “relaciones humanas – tradicional” es parte No son alternativas al mismo, pero sí pasos evidentemente necesarios a lo largo de la vida de la empresa, al analizar y comprender la conducta de la organización, como veremos más adelante.

Las características propias de cada uno de los tres enfoques de gestión, puedes observarse en la tabla 7.

**TABLA 7 CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE LOS ENFOQUES DE GESTION**

Enfoque	Características
<b>Tradicional</b>	<p>Estudia la estructura de la organización y define los papeles de las personas en la misma.</p> <p>La contribución más importante de éste enfoque ha sido definir y analizar las tareas que son necesarias para crear y potenciar una empresa.</p> <p>Se crea un marco de referencia que permite a los gestores diseñar las tareas, como dividir las en otras tareas y la coordinación entre las mismas.</p> <p>Este enfoque no es del todo completo porque es un enfoque estático.</p> <p>Se tienen en cuenta más las estructuras formales que las personas que componen la organización.</p>
<b>De las relaciones humanas</b>	<p>Es en definitiva el resultado de la investigación de lo que realmente acontece en la organización, como son las personas que trabajan en ella y la forma de cómo la organización informal existe dentro de las estructuras formales, y sobre todo, lo que aportan los pequeños grupos de producción y otros muchos aspectos de la conducta humana en el trabajo.</p> <p>La principal limitación de este enfoque es que los seres humanos son tan complejos que todavía se desconocen muchas de las causas de gran parte de la conducta.</p>
<b>Sistemático</b>	<p>Basado en el estudio de las organizaciones este enfoque es más amplio y más dinámico que los anteriores.</p> <p>Al estudiar el progreso de las organizaciones se observa toda la interrelación e interdependencia de los distintos elementos que la componen, incluso la relación de la organización con su entorno o medio ambiente.</p>

### **2.3.2. Importancia de la Gestión Empresarial en las Microempresas**

La Gestión empresarial no es exclusiva de las grandes empresas, todas las organizaciones, sin importar su tamaño, requieren del cumplimiento de las funciones básicas de administración y gestión para ser competitivas y sobrevivir ante los embates de la globalización.

De hecho en la medida que las empresas son más pequeñas, es posible brindar mayor valor agregado al cliente, porque los procesos internos también comienzan a fraccionarse en pequeños negocios y esa es una tendencia mundial.

Por ello es importante, implementar en las microempresas herramientas de gestión empresarial, pero para que la Gestión empresarial, para que sea estratégica, requiere conceptualizarse en el *pasado, presente y futuro de la organización*.

El pasado permite partir de la experiencia dentro de la empresa, reaccionar adecuadamente y actuar en base a la información que se tiene, como se verá más adelante, la información dentro de las empresas por pequeñas que sean, es vital para el alcance de sus metas. Por su parte el presente requiere de la ejecución de acciones y la toma de decisiones, basados en información y elementos que permitan tomar decisiones adecuadas para el buen funcionamiento de la organización, en el menor tiempo posible.

En la gestión empresarial estratégica, el *futuro*, permite anticipar, pronosticar y proyectar, en base también a la información y planificando distintos escenarios, y visualizar a la organización y los posibles resultados que se alcanzarían a consecuencia de ejecutar determinadas acciones.

La Gestión Estratégica puede ser vista como: "El arte y/o ciencia de anticipar y gerenciar participativamente el cambio con el propósito de crear permanentemente estrategias que permitan garantizar el futuro del negocio" (Betancourt 2006).

### 2.3.3. Funciones de la Gestión Empresarial para las microempresas

Como se menciona con anterioridad, sin importar el tamaño de las empresas es importante que en ellas se realicen las funciones administrativas necesarias para que la organización logre sus metas de manera que pueda ser más competitiva. Tratándose de las microempresas, son cuatro funciones básicas, que deben ser consideradas por la gestión empresarial y fortalecerse en todo momento:

**TABLA 8 FUNCIONES DE GESTION EMPRESARIAL PARA LAS MICROEMPRESAS**

<b>FUNCIONES DE GESTION EMPRESARIAL</b>	<b>Planeación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Metas</li> <li>- Objetivos</li> <li>- Estrategias</li> <li>- Planes</li> </ul>
	<b>Organización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura</li> <li>- Administración de recursos humanos</li> </ul>
	<b>Dirección</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivación</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Comunicación</li> <li>- comportamiento</li> <li>- Individual y de grupo</li> </ul>
	<b>Control</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normas</li> <li>- Medidas</li> <li>- Comparaciones</li> <li>- Acción</li> </ul>

La primera función importante a realizar por los microempresarios es la Planeación.

En la actualidad, el mundo se enfrenta a cambios constantes y mayores exigencias, las empresas no están exentas de esta situación, al contrario se ven orilladas a ser más competitivas e innovadoras para evitar quedar rezagadas frente a su competencia cada vez más agresiva. El cambio se presenta inevitablemente, está presente constantemente, éste puede ser súbito o lento, la importancia de la planeación radica en que permite asimilar estos cambios y estar preparados para los distintos escenarios que puede enfrentar la organización.

Con la planeación, el microempresario puede prever, maximizar sus recursos financieros, humanos y materiales, establecer distintos escenarios y las estrategias para poder alcanzar sus objetivos en cada uno de ellos.,

A través del proceso de planeación, el empresario, que en este caso estaría cumpliendo la función de administrador de su micro negocio, puede anticipar las acciones y actividades que se van a realizar.

Para que la planeación sea estratégica y en realidad cumpla con su función, esta debe contener algunos elementos indispensables, tales como los objetivos a alcanzar, la visión o propósitos de la empresa, misión de la organización, estándares y políticas, estrategias, fijar presupuestos para las actividades planeadas, establecer métodos y diseñar programas.

Para planear, es necesario considerar no solamente la misión, visión y objetivos de la empresa, sino también el entorno, la competencia y las preferencias del consumidor.

Esta función contempla definir las metas de la organización, establecer una estrategia global para el logro de estas metas y desarrollar una jerarquía detallada

de planes para integrar y coordinar acciones; contempla actividades como la asignación de recursos y la programación.

Otra de las funciones esenciales y básicas para un buen gestor de empresas es la Organización, entendiéndose esta como la manera de diseñar la estructura de un negocio o empresa. Incluye la determinación de las tareas a realizar, quien las debe realizar, como se agrupan las tareas, quien reporta a quien y donde se toman las decisiones.

La estructura organizacional debe diseñarse de tal manera que quede claramente definido quien tiene que hacer determinada tareas y quien es responsable de los resultados.

La Organización permite establecer la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

La agrupación, división y asignación de funciones es vital para toda organización, aun en las empresas micro y familiares, pues facilita la especialización, por otra parte al establecer claramente las jerarquía y roles se delimitan los niveles de autoridad y los grados de responsabilidad de los integrantes de la empresa.

Esta función tiene como cualidad su carácter permanente, el microempresario debe mantener continuidad en la realización de la misma, y realizar los cambios que ajusten a la empresa a los nuevos escenarios del mundo y las exigencias de los clientes.

La función de Dirección es vital para el crecimiento, desarrollo y consolidación de la microempresa, en esta función recaen todas aquellas actividades relacionadas con el liderazgo y la conducción de la empresa.

Si se tuviese que definir la Dirección, de manera sencilla, se puede decir que la dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de toma de decisiones, delegación de autoridad y supervisión simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.

Toda empresa, negocio, organización o institución está formada por personas, es responsabilidad de los administradores dirigir y coordinar las actividades de estas personas. La dirección consisten motivar a los subordinados, dirigir actividades de otros.

Se puede decir que es la parte central de la gestión empresarial, pues en ella recae la responsabilidad de saber ordenar y subordinar los demás elementos del proceso administrativo, para lograr las metas de la organización.

Para poder llevar a cabo una evaluación y seguimiento del alcance de las metas, el cumplimiento de los objetivos y el logro de los planes el Control es una función imprescindible dentro de la organización.

Una vez fijadas las metas, formulado los planes, delineados los arreglos estructurales, entrenado y motivado el personal, existe la posibilidad de que algo salga mal. Para asegurar que las cosas vayan como deben, se debe monitorear el desempeño del negocio u organización para comparar los resultados con las metas fijadas y presupuestos.

A través del control se lleva a cabo la evaluación y medición de la ejecución de los planes, con el fin de detectar y prever desviaciones, para establecer las medidas correctivas necesarias.

Permite analizar las causas que pueden originar el incumplimiento de las metas, para evitarlas en el futuro y establecer así las medidas necesarias para corregir errores que pudieran presentarse en el futuro.

El control es una etapa fundamental en la gestión empresarial, pues permite verificar la situación real de la organización. Aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, sino cuenta con un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos, las probabilidades de éxito en la empresa disminuyen.

#### **2.3.4. Comunicación Organizacional y Gestión de la información.**

Uno de los factores más importantes de la empresa, es la correcta comunicación.

Uno de los problemas más significativo de la gestión empresarial es la incapacidad manifiesta de la dirección para comunicarse con su personal y viceversa.

Para que una comunicación se afectiva debe cubrir cuatro requisitos:

Primero que nada debe ser una comunicación clara, esto es que permita que todas las partes puedan compartir y comprender las ideas. Probablemente éste es el aspecto más importante de una correcta comunicación y requiere mucha precisión y atención por parte del emisor.

El tiempo transcurrido, desde que se emite, puede desvirtuar el mensaje, e introduce otro concepto que se denomina “comunicación deformada” por ello es que la comunicación debe ser rápida. Todo canal de comunicación que suponga

algún retraso causará inevitablemente una distorsión del mensaje original, por lo que será difícil conseguir la comprensión pretendida.

Para obtener un nivel óptimo de respuesta por parte del receptor la comunicación debe ser concisa. El comentario que realiza éste es un elemento esencial en el proceso de conseguir una mutua comprensión, es decir, que ésta sea compartida. Este proceso se le denomina con el término anglosajón *feedback* o reacción y aunque su planteamiento es simple, en la práctica es difícil conseguirlo.

La cordialidad en la comunicación es la base de toda buena comunicación y debe establecerse siempre que sea posible una correcta relación interpersonal. Los problemas de entendimiento o interpretación del mensaje se deben resolver desde el inicio, con lo cual obtendremos más fácilmente el feedback y/o comentario de su contenido.

Así pues, la comunicación puede considerarse como los distintos procesos a través de los cuales se transmiten y reciben informaciones, recomendaciones, ideas, opiniones, etc. creando una base sólida para la mutua comprensión y acuerdos comunes entre las personas. Las buenas relaciones dentro de una organización están basadas en una eficaz comunicación tanto formal como informal.

Pero más allá de establecer canales personales de comunicación, la empresa debe establecer estrategias de comunicación eficientes, una red de comunicaciones eficaces es el componente más importante para el éxito de una empresa. La “gestión” es el control y resolución de una deficiente estructura de la comunicación empresarial.

Para establecer las estrategias de comunicación, es necesario atender a una serie de factores:

El factor más importante es el tamaño de la empresa. Una MIPYME no tendrá grandes problemas en establecer su estrategia de comunicación; esto no significa que no tengan problemas de comunicación, solo que cuanto más grande es la organización, más tiempo y más esfuerzo tendrá que dedicar al diseño de una estrategia eficaz de comunicación. Otro inconveniente en las grandes empresas o multinacionales es el número de empleados y la distancia entre ellos (delegaciones diseminadas por todo el mundo).

Otro factor importante es la estrategia de comunicación es el cambio. La gente tiene cierto temor y aversión a los cambios. La gestión debe tener en cuenta estas circunstancias para formular la estrategia de comunicación adecuada si se quiere inducir al personal sobre los cambios que se pueden producir. La resistencia al cambio será menor si se invita al personal a participar en el proceso de toma de decisiones que aceptará, consecuentemente, porque son parte de la misma.

Otros factores importantes en la estrategia de comunicación son las expectativas y aptitudes del personal. Esto se refleja en la cultura organizativa de la empresa.

Sin duda la información ha sido creada para administrarse. No importa qué tipo de negocio o compañía se tenga, en la medida en que se aprenda a manejar y administrar la información serán los resultados a favor y productividad obtenida. No se trata de habilidad, sino de visión para implantar un sistema eficaz y preciso, simple y con calidad, seguro y útil a largo plazo.

Tello (2003) dice que “un Sistema de Información, es un conjunto de componentes que interaccionan entre sí para lograr un objetivo en común” todos los elementos del sistema deben estar ligados y controlados de manera que se logre el objetivo del sistema.

## **2.4. Capacitación empresarial**

La capacitación en sus comienzos estuvo relacionada a unidades productivas muy pequeñas, de naturaleza familiar, estas contaban con metodologías de capacitación basadas en “aprender haciendo”, en esa época era común ver a los artesanos en los pequeños talleres acompañados de sus aprendices.

Estas circunstancias se modificaron con la Revolución Industrial y el surgimiento de la máquina de vapor, poco más tarde las exigencias las dos guerras mundiales, marcarían también el tipo de capacitación y adiestramiento.

Al paso del tiempo la capacitación se fue convirtiendo en una exigencia de la ley, que se pone en práctica principalmente en las grandes empresas, dejando de lado las necesidades de los micro negocios, e incluso de los propietarios de los mismos.

Así, en la actualidad, la capacitación no se limita solo al aprendizaje del trabajador, sino que alcanza la adquisición de habilidades y competencias por parte del empresario que dirige su microempresa, y es a través de la capacitación empresarial como logra adquirir los conocimientos y aptitudes y desarrollar actitudes que le permitan gestionar de una manera más eficiente su negocio, por más pequeño que sea.

Como la gestión empresarial se ocupa principalmente del personal, la calidad y eficiencia de los miembros de la organización es de suma importancia; por ello juegan un papel preponderante los talentos humanos que forman parte de la organización, y cuya selección es responsabilidad directa de un buen gestor.

Atendiendo a ello la preparación del empresario, en el caso de este estudio, de la microempresaria, es importante, pues si carece de la formación adecuada o su

personalidad es incorrecta, poco o nada podrá hacer para la solución de los problemas, salvo que esté dispuesto a auto desarrollarse.

#### **2.4.1. Concepto de capacitación.**

La educación es una de las bases para el desarrollo de todo individuo, de ahí la importancia de que las personas se eduquen continuamente, para lograr sus metas. La educación es definida por Chiavenato (2000) como la influencia que el ser humano recibe del ambiente social durante su existencia para adaptarse a las normas y los valores sociales vigentes y aceptados.

Castro (2001) define la educación como el proceso gradual y continuo que se da a lo largo de la vida, gracias al cual las personas adquieren los conocimientos, actitudes y valores que le sirven para comprender y actuar en el contexto donde se desenvuelve.

Para que un individuo pueda formarse de manera integral, es necesario que la educación se abarque los tres aspectos fundamentales: conocimientos, habilidades y actitudes y valores. La educación puede ser tanto formal, como no formal e informal.

La educación formal es aquella que se recibe en instituciones educativas, también es conocida como educación escolarizada, basadas en procesos y sistematizada, a través de ella los individuos reciben conocimientos teóricos que les permiten desenvolverse en su vida profesional, principalmente.

Por su parte la educación no formal, carece de reconocimiento oficial, pero se caracteriza por proporcionar al individuo conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes para el mejor desempeño de sus funciones, esta educación es la que se

recibe dentro de las empresas y tiene reconocimiento en la propia organización o empresa en donde es impartida.

La educación informal surge de la vida cotidiana, del aprendizaje que se da en el diario vivir y la realización constante de tareas, se identificada por la experiencia y la practica adquirida en el desempeño de un individuo, y tiene un valor importante para su formación.

Las áreas de aprendizaje que influyen en el comportamiento del individuo, son cognoscitiva, psicomotriz y afectiva. (Ver tabla 9)

El área cognoscitiva comprende todos los procesos intelectuales que influyen en el desempeño de una actividad, relacionados con la memoria, el análisis, la abstracción y la reflexión.

El área psicomotriz comprende los aspectos de habilidades y destrezas motoras, estas se traducen en actividades del individuo, principalmente físicas y que pueden ser observables.

El área afectiva incluye actitudes, valores y opiniones del individuo, que crean en el, estilos para actuar.

Finalmente, considerando la importancia de la educación en la formación de los individuos, y una vez que se han establecidos las áreas de aprendizaje importantes para el desarrollo integral del individuo, se presenta el concepto de capacitación, que apoya la presente investigación, atendiendo pues, a que este aprendizaje debe ser dirigido a mujeres microempresarias comercializadoras de alimentos y a las necesidades propias de sus funciones de gestión empresarial;..

**TABLA 9 TIPOS DE EDUCACION Y APRENDIZAJE**

	<b>Definición</b>	<b>Propósito</b>	<b>Área de aprendizaje</b>
<b>Capacitación</b>	Actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa orientada hacia la adquisición del conocimiento para mejorar el desempeño del trabajo.	Preparar al individuo para que desempeñe adecuadamente un puesto de trabajo dentro de una organización	Área cognoscitiva
<b>Adiestramiento</b>	Conjunto de acciones tendientes a proporcionar, desarrollar y/o perfeccionar las habilidades y destrezas motoras de un individuo.	Incrementar la eficiencia en el desarrollo de un puesto de trabajo.	Área psicomotriz
<b>Desarrollo</b>	Acciones tendientes a integrar a las personas a su entorno social-laboral	Preparar emotivamente al individuo para que comprenda las características en las empresas y desempeñe su trabajo.	Área afectiva
<b>Formación profesional</b>	Es la obtención de conocimiento y aptitudes a través de la educación formal y no formal, y de la capacitación y el adiestramiento.	Prepara al individuo en forma integral para una vida activa, productiva y satisfactoria. Para un eficiente desempeño y una participación consciente en la vida social, económica y cultural.	

Para Idalberto Chiavenato (2000) la Capacitación es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos.

#### **2.4.2. Historia de la capacitación**

La capacitación en el mundo se ha modificado para atender a las necesidades de los distintos tiempos que enfrenta el mundo

Desde la antigüedad se encuentran referencias a la formación en el trabajo, estos son solo algunos de los antecedentes conservados de la instrucción y formación en el trabajo en la época de la Edad Media.

Desde tiempos remotos, se hace referencia de la capacitación a través de la formación para las labores y tareas en el trabajo, un ejemplo de ello es un antecedente importante dentro del Código de Hamurabi en el 2100 a.C. donde claramente se regulaban las actividades de los aprendices por su parte según King, (1964) es en Inglaterra en donde se capacita por primer vez en el trabajo “on the job training” siendo esta una preparación formal de los pequeños grupos de artesanos, en donde se prescindía de la lectura y la escritura y el conocimiento se transmitía directamente de una a otra persona.

Tras la crisis del feudalismo, en el siglo XII surgen las artes, que alcanzan su hegemonía en el siglo XIV.

En esa época existían tres categorías laborales, el maestro quien era considerado de el más alto rango y siempre contaba con un aprendiz, que estaba a su servicio

y era adiestrado por el maestro en sus labores, aprendiendo directamente las habilidades y destrezas que requería para el desempeño de su trabajo, la otra categoría era la de los oficiales, que habiendo adquirido el conocimiento del oficio dejaban de ser aprendices, pero aun no se consideraban maestros hasta que su obra fuera reconocida y pudieran establecer su propio taller.

Así pues en esta época, el aprendiz recibía el conocimiento mediante la palabra y actos del maestro, ya sea en el taller, en la iglesia o en la escuela, algunos, eran instruidos incluido en la familia del maestro.

En el siglo XV surgen las academias, dando un sentido más artístico al trabajo, a partir de ese momento junto al artesano nace el artista, que era un aprendiz de academia, que se profesionalizaba. En el campo de la capacitación laboral comienza a adoptarse el modelo del “aula” como espacio separado, herencia en parte de esta nueva configuración de los espacios de transmisión, conocidos como academias, que a su vez dan respuesta a la alta demanda de formación.

Los sistemas de instrucción, empiezan a sufrir modificaciones en el siglo XVI, estos cambios se generalizaron a mediados del XIX. Surgen leyes de educación obligatoria en la mayoría de los países europeos, cambiaron las prácticas pedagógicas y se modificaron las condiciones en cuyo marco se despliega la enseñanza.

Algunas de los cambios más notorios son: la aparición de un maestro único para muchos alumnos, desaparece la figura tradicional del aprendiz, se establece la división de grados para el aprendizaje y la secuencia de los tiempos para la adquisición del conocimiento.

En 1800 se crearon las escuelas-fábricas en las que los trabajadores eran capacitados dentro de las propias aulas con que contaban las fábricas (Sleight, D.,

1993) este tipo de enseñanza resultaba económico y estratégico, debido a que el capacitador se hacía cargo de instruir a grandes cantidades de trabajadores.

Poco a poco la industrialización fue ocupando el lugar de los talleres artesanales, la capacitación se modificó como consecuencia de ello, surgiendo los cursos, por medios de los cuales se capacitaba a los trabajadores en el uso de maquinarias específicas.

El siglo XX trajo consigo nuevos métodos, Henry Ford introduce el concepto de la línea de producción, y Frederick Taylor contribuye al desarrollo de la teoría de la administración, Mayo y las relaciones humanas, Weber y la teoría de la burocracia, Von Bertalanfy con la teoría de los sistemas, Drucker y los objetivos, Porter y el planeamiento estratégico y Demming con la calidad total, como consecuencia, se producen avances en materia pedagógica.

Dewey se centraba en los procesos de socialización y de reproducción de la cultura como ejes centrales a todo proceso educativo (Lundgren,1997). Sobre la base de una crítica a la educación de su tiempo y el reconocimiento de la necesidad de reestructurar totalmente la organización y progresión del contenido cultural de la escuela.

Por su parte Bobbit centraba sus reflexiones en las respuestas de la educación a las demandas del mercado de trabajo. Bobbit puede ser considerado un precursor del análisis de puestos y tareas, una práctica que forma parte habitual del diseño de cursos destinados a suministrar habilidades para trabajos encorsetados dentro de límites precisos.

Skinner, exponente del conductismo explica mediante los principios del aprendizaje asociativo, las emociones, la personalidad, el pensamiento, el lenguaje e incluso la religión o el funcionamiento económico. Aunque no niega la

existencia de procesos internos como la memoria, la atención o la conciencia, los trata como consecuencia de la conducta y no como causa (Pozo, I., 1989).

Estos conceptos, empiezan a integrarse en propuestas sistemáticas de capacitación, con la Segunda Guerra Mundial, surgen diseñadores instruccionales que brindaban estrategias de formación a los especialistas en determinada área específica del conocimiento o de la tecnología.

Al concluir la guerra y Estados Unidos obtener la victoria, la inversión en capacitación y en investigación y desarrollo, se valoro aun mas, dando a los investigadores la posibilidad de disponer de recursos destinados al conocimiento, el aprendizaje y la instrucción (Leigh, D., 1998)

A principios de 1950 surgió el Diseño Instrucciona Sistemático que integró el enfoque de sistemas utilizado en las organizaciones militares e industriales.

Un acontecimiento importante que precedió al desarrollo del Diseño Instrucciona Sistemático fue la aparición en 1956, de la "taxonomía de Bloom". Que permitía definir sin ambigüedades, en la práctica, las conductas esperadas, ordenarlas jerárquicamente según su complejidad y, eventualmente, utilizarlas en el diseño de cursos

De mayor incidencia conceptual en la teoría del aprendizaje fue la obra de Roberto Gagné. En su taxonomía, Gagné establece cinco dominios de aprendizaje: información verbal, habilidades intelectuales, actitudes, competencias motoras y estrategias cognitivas.

El enfoque de Gagné puede considerarse complementario a la taxonomía de Bloom sobre los dominios de la conducta, a partir de la cual se concentra en el establecimiento de los eventos de instrucción que son necesarios y de las estrategias cognitivas asociadas a los mismos.

Actualmente se está intentando implementar formas de capacitación que reemplacen tanto la formación técnica escolar como la capacitación para el trabajo por medio de sistemas de aprendizaje o de alternancia, inspirados por el sistema dual de Alemania, implementado también con éxito en Suiza y Austria. Este sistema se basa en un programa dual de capacitación que conjuga los conocimientos teóricos en el aula, con la experiencia práctica en la empresa.

En estos sistemas se trata de establecer una relación permanente entre las empresas y la capacitación, no sólo en el nivel de la gestión de la formación, como lo han hecho algunos institutos de formación profesional desde al menos la década de los cincuenta, sino también y sobre todo en la práctica pedagógica misma.

Las experiencias duales o de alternancia son de particular interés para las micro y pequeñas empresas porque es una modalidad que está asociada con ciertas formas de organización de la producción y con ciertas funciones de producción como es el caso de las industrias textiles y de ropa que no manejen alta tecnología y algunas de elaboración y producción de alimentos.

Por eso la formación dual se vincula más efectivamente con empresas artesanales, es decir aquellas donde existe una fuerte relación maestro aprendiz, tal es el caso de las micro y pequeñas empresas, y en empresas medianas o grandes cuando estas cuenten con una organización flexible.

Respecto de la capacitación de los empresarios el enfoque en la actualidad es la dotación de herramientas técnicas y administrativas para la administración de sus microempresas, principalmente que le sean un apoyo en gestión de negocios ante un escenario complejo para la economía local.

### **2.4.3. Marco legal de la capacitación en México.**

La capacitación actualmente representa para las empresas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.

Aun cuando la capacitación no es el único camino para garantizar el buen cumplimiento de tareas y actividades, por parte de los trabajadores, si se puede observar como un instrumento que desarrolla sistemáticamente y brinda competitividad no solo a cualquier persona, sino también a la empresa a que pertenece.

La capacitación de los trabajadores, más allá de ser un requisito legal que la Ley Federal del Trabajo impone en su artículo 153-A al 153-X, como una obligatoriedad para los patrones, es una inversión que los empresarios deben realizar para adaptarse rápidamente a las situaciones cambiantes, principalmente debido al uso de nuevas tecnologías y la globalización del mercado.

Con la capacitación de los trabajadores se busca promover el desarrollo integral del personal, y como consecuencia el desarrollo de la organización, y propiciar y fortalecer el conocimiento técnico necesario para el mejor desempeño de las actividades laborales.

En nuestro país la teoría integral del Derecho del Trabajo y de la previsión social está fundada en el artículo 123 constitucional, cuyo contenido identifica el derecho del trabajo con el derecho social.

El artículo 123 en sus enunciados generales otorga a los trabajadores los derechos a los cuales son acreedores por su trabajo, así como las contraprestaciones que los patrones tienen la obligación de dar. Para nuestro

interés constituye una importante novedad la reforma constitucional del artículo 123 en su fracción XIII, en la que consigna como obligación de las empresas capacitar y adiestrar a sus trabajadores.

Así pues, el artículo 123 Constitucional en su Fracción XIII, obliga a los patrones a capacitar y adiestrar a sus trabajadores.

Por su parte, la Ley Federal de Trabajo define en su artículo 3 que es de interés social promover y vigilar la capacitación y adiestramiento de los trabajadores, mientras que el artículo séptimo otorga al tanto al patrón como a sus trabajadores extranjeros la obligación solidaria de capacitar a los trabajadores mexicanos en la especialidad en se trate.

La misma Ley Federal del Trabajo, en su artículo 25 fracción, establece que en el documento donde se fijan las condiciones de trabajo debe estipularse que el trabajador será capacitado o adiestrado de conformidad con los planes y programas que, con base a lo dispuesto por la ley, se realicen en la empresa.

En las fracciones XI y XXVIII de la misma ley, se establece la obligación patronal de proporcionar la capacitación y adiestramiento a sus trabajadores y participar en la integración y funcionamiento de las comisiones que deben formarse en cada centro de trabajo.

Finalmente la el artículo 153 regula la Capacitación y Adiestramiento de los Trabajadores. A continuación, se transcribe el artículo 153-F de la Ley Federal del Trabajo, establece que la capacitación y el adiestramiento deberán tener por objeto:

- I. Actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del trabajador en su actividad así como proporcionarle información sobre la aplicación de nueva tecnología en ella.

- II. .Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.
- III. .Prevenir riesgos de trabajo.
- IV. .Incrementar la productividad, y
- V. .En general, mejorar las aptitudes del trabajador.

Respecto de la evolución de la capacitación en nuestro país, Pinto Villatoro (2009) presenta un análisis, que a continuación se retoma en la presente investigación.

Hoy en día, las empresas tienen que recurrir a estrategias de cambio para alinear el entrenamiento a los procesos críticos del negocio y garantizar su competitividad y permanencia en la sociedad, por lo que la capacitación se ha convertido en un auténtico proceso de cambio dirigido para efficientar el desempeño de los empleados e impactar la productividad de las organizaciones. Esto exige que todos los niveles de mando de las organizaciones se involucren de manera decidida en el proceso de formación.

Entre 1920 y 1960, la capacitación en México se llevaba a cabo principalmente en el lugar de trabajo y se distinguía por tener un efecto directo en el desempeño de los empleados, principalmente en los de niveles operativos.

La capacitación cambia y se adapta a las necesidades específicas del trabajo, con lo cual aumenta la productividad de las empresas.

Entre 1960 y 1980, la capacitación en México perdió de vista su propósito y capacidad de mejorar el desempeño y centró su atención en temas relacionados con disciplinas que poco tenían que ver con la tecnología utilizada y centro su enfoque en temas enfocados al desarrollo de las personas y al traslado de conocimientos generalizados y estandarizados, provocando con ello la masificación de la capacitación.

En este lapso, la capacitación dejó de atender su propósito de mejorar el desempeño, por lo que perdió credibilidad y valor como ventaja competitiva. Pinto (2009) cita a James Petitone, quien establece que esto se puede atribuir a dos factores:

a) Las organizaciones asignaron la responsabilidad del entrenamiento a unidades de capacitación que reportaban a departamentos de servicios, los cuales no estaban involucrados en el trabajo productivo y en las necesidades de cada sección o división de la organización.

b) Los niveles de mando en las líneas de trabajo dejaron de sentirse involucrados en el diagnóstico, traslado, seguimiento y evaluación del aprendizaje, con lo cual fue disminuyendo la responsabilidad que asumían con respecto al proceso de formación.

Estos cambios, inevitablemente, condujeron al mal uso de la capacitación, pues ésta se desvinculó del desempeño de los empleados; además, las metas al servicio de la empresa fueron sustituidas por metas al servicio de las funciones, lo cual provocó que los líderes del entrenamiento perdieran su enfoque, pues empezó a considerarse que la capacitación podría solucionar toda clase de necesidades de los empleados, en vez de apoyar únicamente las operaciones de producción y servicio, como ocurría antes. Así, el objetivo de la capacitación se convirtió en crecimiento respecto del tamaño, presupuesto e influencia.

Con la disposición de 1998 de elevar a rango constitucional la capacitación en México como derecho social y con la obligación laboral de capacitar y adiestrar a los trabajadores de todas las empresas (que regula el apartado A del artículo 123 de la Constitución), la capacitación creció en cantidad pero disminuyó en calidad, ya que muchas empresas empezaron a capacitar a sus empleados sólo por cumplir con la Ley y evitar, así, sanciones.

Al iniciar la década de los noventa, la globalización, la apertura comercial y la modernización de las organizaciones obligó a las empresas a realizar una reconversión estratégica, estructural y operativa para adaptarse a los nuevos tiempos; con ella, la capacitación empezó a recuperar su enfoque original dirigido al desempeño.

Actualmente, las organizaciones que han adoptado el entrenamiento como un proceso de cambio de comportamiento que imparte en resultados y justifique su inversión, están obteniendo altos beneficios de esta estrategia y redescubriendo que la finalidad de la capacitación no es que la gente sepa más, sino que, en última instancia, olviden parte de lo que ya saben pero no usan.

Si bien es cierto, que la ley es clara respecto de la obligación del patrón de capacitar a sus trabajadores, también es cierto que la materia que de esta investigación es la capacitación del empresario, en concreto de las microempresarias dedicadas al giro de la comercialización de alimentos, sin embargo, era importante establecer la pauta que brinda la legislación mexicana y sobre todo, la importancia de regularla con la final de alcanzar las metas de la empresa, utilizando esta información como preámbulo del objeto del presente estudio.

En el caso concreto de la capacitación empresarial, lo que se pretende es brindar al empresario las herramientas necesarias para administrar y gestionar su negocio de la manera más adecuada, brindándole los conocimientos, aptitudes y actitudes que requiere y le permitirán hacer su empresa más competitiva.

#### **2.4.4. Capacitación de mujeres empresarias**

Con los antecedentes y la información relativa a la capacitación presentada en el presente estudio, es posible establecer, las áreas en que la microempresaria

requiere ser capacitada para adquirir las competencias que le permitan realizar la gestión de su negocio de una manera más eficiente.

Argüelles (1996) considera que el sistema basado en normas de competencias es más útil para los centros de trabajo, institutos técnicos y escuelas, ya que permite estar más cerca que en el pasado de lo que se quiere enseñar; de lo que el individuo es capaz de integrar, conocimientos, valores, actitudes y habilidades, así como de su capacidad para ponerlos en práctica.

La capacitación empresarial puede impulsar la formación de los micro y pequeños empresarios. Dicha formación debe capacitarlos para analizar las características del entorno, concebir y realizar modificaciones continuas, identificar y aplicar metodologías adecuadas, e impulsar la producción de bienes y servicios de calidad. (Patrone 1997)

Atendiendo a estos criterios, se presenta un breve análisis de la importancia de capacitar a las microempresarias en tres ejes: cognoscitivo, psicomotriz y afectivo, con lo cual se le pueden otorgar herramientas de gestión empresarial que le permitan desarrollar microempresas más competitivas.

Para Reza (2000) la capacitación, el adiestramiento y el desarrollo del personal siguen siendo la más oportuna y real opción para incrementar los niveles de productividad de las organizaciones y para mejorar el nivel de vida de los trabajadores, sin embargo, siguen ocupando un lugar secundario en sus prioridades, planes y programas.

#### **2.4.4.1. Adquisición de Conocimientos**

La consolidación de la empresa progreso, su continuidad y el mantenimiento de una estructura que garantice que esta pueda desarrollarse requiere de un control permanente de que logre afianzar y potenciar sus puntos fuertes.

En eso radica la importancia de que la microempresaria comercializadora de alimentos que está al frente de su negocio cuente con la preparación necesaria para gestionar su empresa correctamente, pues si carece de la formación adecuada o su personalidad es incorrecta, poco o nada podrá hacer para la solución de los problemas.

Una gran parte de las decisiones que toma la empresaria respecto de su negocio están basadas en la información, la autoridad y los elementos de las comunicaciones internas; todo ello tendente a lograr los objetivos de la organización, por eso es muy importante que ella logre fijar e identificar los objetivos de su organización, pues de ello dependerá en gran parte el alcance de las metas organizacionales.

Entre los conocimientos vocacionales que debe desarrollar la microempresaria, se encuentra la administración del cambio, la microempresaria no debe temer a los cambios, por el contrario debe trabajar arduamente por eliminar prácticas obsoletas o que no van acordes con los intereses de la empresa, para ello debe estar en constante aprendizaje, en evolución permanente de conocimientos relativos a su empresa y su giro comercial.

El conocimiento y desarrollo del mismo pueden orientar a la empresaria a ser una buena gestora, que base sus decisiones en ideas prácticas e innovadoras, que tenga la capacidad para delegar tareas y responsabilidades a quienes trabajan con ella, en el caso de que además sea una empresaria generadora de empleos.

Saber planificar, organizarse, contar con los conocimientos teóricos para eficientar la comunicación y jerarquizar la información, para aprovechar al máximo lo que le sea útil.

Otro de los aspectos importantes que en cuanto al conocimiento debe dominar la empresaria, radica en la administración del tiempo, pero también de los recursos financieros, materiales y humanos que estén a su disposición, para maximizarlos y obtener mejores resultados en su empresa.

La capacitación en el área cognoscitiva, debe enseñar a la microempresaria, no solamente a administrar los recursos de su empresa, sino que también debe ayudarla a:

1. Desarrollar la agilidad mental.
2. Mantener las dotes de creatividad.
3. Reflexionar sobre la naturaleza del trabajo y el fin de la organización.
4. Permitir la evaluación periódica de los puntos fuertes y débiles del personal.
5. Potenciar las cualidades personales.
6. Examinar las relaciones internas de la organización.

Este tipo de conocimientos formales y no formales, son enriquecidos con la experiencia que cada una de las microempresarias ha adquirido en la práctica cotidiana de su oficio, y que puede ser de gran utilidad.

#### **2.4.4.2. Formación en habilidades y aptitudes**

A través de la formación y capacitación, es posible desarrollar habilidades en la microempresaria comercializadora de alimentos, capacitándola en técnicas de manipulación de alimentos, así como en el correcto almacenamiento de los insumos y eliminación de residuos, logrando con ello una marcada diferencia en su negocio.

Una buena capacitación en el desarrollo de habilidades y aptitudes motoras, puede garantizar el mejoramiento de la presentación de los alimentos y bebidas que la microempresaria ofrece en su establecimiento, brindarle estrategias para la preservación de la higiene y el desarrollo las medidas sanitarias y con ello la productividad de su negocio y la calidad de su servicio de alimentos

Toda empresa de alimentos, sin importar su tamaño, ni si se encuentra establecida o es ambulante, requiere de personal con conocimientos acerca de normas de higiene tanto en la preparación de alimentos como en su venta.

Para la microempresaria comercializadora de alimentos, es de vital importancia, la habilidad para manejar los implementos de limpieza en una cocina, la correcta limpieza de los utensilios de preparación de alimentos, la forma más salubre de mantener frescos los productos, su adecuada manipulación en la preparación de los mismos, así como el manejo de los alimentos para presentación o servicio al cliente.

Los negocios de venta de alimentos necesitan saber mostrar no solo las mejores cualidades de sus productos, sino su correcta distribución en vitrinas o anaqueles tanto para venta como para uso interno.

Este requerimiento es muchas veces poco atendido, sin embargo representa una parte del negocio que puede explotarse de mejor manera para atraer clientes si se utiliza para el aspecto exterior o para mejorar los tiempos y movimientos que le tome al personal el desplazamiento dentro de la cocina al momento de prepararlos, si es que se aplica al interior del negocio. Interna o externamente la distribución de insumos, es una propuesta que ofrece este curso ayuda a preparar a la empresa o negocio de alimentos, a acostumbrar a su personal a trabajar con orden y limpieza en todo el ciclo de preparación.

La capacitación en habilidades y aptitudes, incluye también el uso de utensilios, y maquinaria propia de la elaboración, producción y conservación de los alimentos, pero además, la microempresaria requiere aprender a usar herramientas tecnológicas que le faciliten su trabajo, como es la calculadora, la caja registradora, de ser necesario computadora y programas de software que le faciliten el control de la información de sus ventas, y planes.

En estos aspectos radica la importancia de desarrollar las aptitudes de la microempresaria, pues se le brindan posibilidades de poder hacer su negocio de una manera más eficaz y efectiva.

#### **2.4.4.3. Desarrollo de actitudes**

Es importante capacitar a las empresarias en actitudes en el sentido de que estas demuestran su relevancia como variable intermedia para la valoración del éxito de los programas de capacitación y por ende para mejorar la competitividad de su negocio.

Partiendo de que la capacitación está basada en la transmisión de conocimientos, aptitudes y actitudes que le permitan a la empresaria ser competitiva, se retoman algunas ideas de estudios previos, pero realizado en el área de la pedagogía, en los cuales el docente desarrolla en sus estudiantes actitudes de autovaloración y afectividad que lo motivan a dar mejores resultados en el aula. Estos estudios pueden ser considerados, por su naturaleza, de aplicación analógica al estudio que ocupa la presente investigación.

En ese sentido en Chile, Arancibia y Milton (1989) encontraron que las creencias y las expectativas que los docentes tienen de los estudiantes, y el autoconcepto del alumno inferido por el profesor eran las variables que explicaban el rendimiento escolar.

Rodríguez (1989) por su parte identificó que, además de las expectativas, las variables más consistentemente correlacionadas con el rendimiento escolar fueron: el entusiasmo que exhibe por la enseñanza, las expresiones de afectividad (elogio, solicitud, sentido del humor, calidez), estrategias de motivación de logro centradas en la tarea en vez de la competencia, la organización de la enseñanza sistemática, así como el clima escolar o contexto psicológico en el que se realiza el proceso de enseñanza-aprendizaje (flexibilidad, libertad, respeto mutuo y comprensión).

Cuando se habla de la cultura empresarial en una microempresa, podemos decir que es una forma aprendida de actuar en la organización, que se comparte por

sus miembros tanto por el empresario como por sus trabajadores. Consta de un sistema valores y creencias básicas que se manifiesta en: normas, actitudes, conductas, comportamientos, la manera de comunicarse, las relaciones interpersonales, el estilo de liderazgo, la historia compartida, el modo de dar cumplimiento a la misión y la materialización de la visión, en su interacción con el entorno. (Ver tabla 10)

Tratándose de las microempresarias, es importante identificar las áreas o dimensiones actitudinales que se observaran como importantes a desarrollar en un programa de capacitación, por considerar que estas áreas son determinantes para el perfil de la mujer empresaria, siendo básicamente actitudes de comportamiento psicosocial, actitudes de relaciones interpersonales y actitudes hacia los problemas.

Las actitudes de comportamiento psicosocial de la empresaria, incluyen cómo se percibe a sí misma y que opina respecto de sus características, costumbres, ideas, hábitos y adaptación social.

De gran importancia es la cultura de la mujer, al establecer su comportamiento tanto psicológico, como social, pues la cultura les otorga a las microempresarias un sentido compartido de la realidad a partir del cual ellos actúan y se relacionan y este sentido compartido de la realidad se adquiere de principalmente con la socialización, a través de la cual los individuos interactúan con la estructura social.

Las propias posiciones o status que ocupan los individuos tienen una definición cultural y ellos se relacionan entre sí a partir de sus propios conceptos. De ahí el porqué la actitud puede ser contemplada como una variable afectiva que puede impactar fuertemente el desempeño de la microempresaria.

**TABLA 10 CLASIFICACION DE LAS DEFINICIONES DE CULTURA**

<b>Tópica</b>	La cultura consiste en una lista de tópicos o categorías, tales como organización social, religión, o economía
<b>Histórica</b>	La cultura es la herencia social, o la tradición, que se transmite a las futuras a las generaciones
<b>Comportamental</b>	La cultura es el comportamiento humano compartido y aprendido, un modo de vida
<b>Normativa</b>	La cultura son ideales, valores, o reglas para vivir
<b>Funcional</b>	La cultura es la manera que los seres humanos solucionan problemas de adaptación al ambiente o a la vida en común
<b>Mental</b>	La cultura es un complejo de ideas, o los hábitos aprendidos, que inhiben impulsos y distinguen a la gente de los animales
<b>Estructural</b>	La cultura consiste en ideas, símbolos, o comportamientos, modelados o pautados e interrelacionados.
<b>Simbólico</b>	La cultura se basa en los significados arbitrariamente asignados que son compartidos por una sociedad

Extraído de John H. Bodley, An Anthropological Perspective en *Cultural Anthropology: Tribes, States, and the Global System*, 1994

Un concepto de cultura que sin duda manifiesta el impacto de la misma en las actitudes de los individuos, en este caso de las mujeres microempresarias es el que proporciona Franz Boas "La cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en

que se ven afectadas por las costumbres del grupo en que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres" (1975)

Por su parte las actitudes de relaciones Interpersonales nos muestran el grado de afectividad que manifiesta la empresaria en sus relaciones con su familia y empleados, principalmente dimensiones autoritarismo-indulgencia, aceptación-rechazo, democracia-autocracia, respecto incluso de los mecanismos y medios de comunicación liderazgo y toma de decisiones, respecto de su empresa.

Las relaciones interpersonales constituyen un aspecto fundamental en la vida, funcionando no sólo como un medio para alcanzar determinados objetivos sino como un fin en sí mismo (Monjas, 1999). Por ello la promoción de las relaciones interpersonales no es una tarea optativa o que pueda dejarse al azar.

En el campo psicoeducativo se presenta un interés especial por la educación emocional. Autores como Gardner (1995) a través de las *Inteligencias Múltiples* y Goleman (1996) con su concepto de *Inteligencia Emocional*, han inclinado sensiblemente la balanza ante los aspectos emocionales del individuo. La extensa obra de estos y otros autores (Pelechano, 1984; Mayer, Caruso y Salovey, 1999) afirman que el éxito personal ya no depende solamente del nivel de inteligencia lógico-matemática sino, en gran parte de las habilidades que el individuo tenga para manejar contextos interpersonales.

Por ello es necesario dotar a las empresarias de habilidades como la empatía, la resolución de conflictos interpersonales, el manejo de sus sentimientos y emociones, el control de la ansiedad, la toma de perspectiva y estrategias comunicativas, para brindarles herramientas que les permitan tener una mayor calidad de vida que sin duda se verá reflejada en el crecimiento y desarrollo de su negocio.

Incluir dentro de la capacitación, el desarrollo de las actitudes y variables afectivas en la microempresaria permite potenciar el bienestar social y personal, a través de un proceso educativo continuo y permanente que impulse el crecimiento emocional y el cognitivo, pues del fortalecimiento de ambos depende el desarrollo integral de las microempresarias.

Finalmente se consideraran también las actitudes frente a los problemas de la empresa, el nivel de motivación de la empresaria y como sobrelleva y saca adelante los cambios que se presentan en el entorno y afectan positiva o negativamente a su microempresa.

Entre las características importantes que se mencionaron con anterioridad de la Gestión Empresarial, se estableció que la innovación, era fundamental para los empresarios, y la actitud positiva de la microempresaria, debe ser complementada con la capacidad de resolución de problemas y mas allá de esto, la posibilidad de actuar de manera proactiva, para generar mejores escenarios para su empresa.

En conclusión, al diseñar un programa de capacitación estratégica para microempresarias, que atienda estos tres aspectos del individuo, conocimiento, habilidad y actitud, se pueden desarrollar empresas más competitivas. Capacitar, para generar competencias, adquiere mucho más valor cuando las competencias que se desarrollan son de uso para el capacitado, en este caso las microempresarias comercializadoras de alimentos.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGIA**

En el presente capítulo se describe el proceso de investigación realizado. Se describen los sujetos estudiados, el material utilizado y el procedimiento que se siguió en el estudio del fenómeno materia de esta tesis. Se proporciona información detallada acerca de la forma en que se realizó el estudio. Se pretende de esta manera dar un sustento a la validez y adecuación de los métodos e instrumentos utilizados en esta tesis.

### **3.1 Sujetos.**

El presente trabajo de investigación, es un estudio de tipo descriptivo-exploratorio. Los objetivos específicos de la investigación fueron: 1. Caracterizar a la microempresa y los elementos de su Gestión Empresarial, 2. Identificar microempresas dirigidas por mujeres en campo de estudio, 3. Establecer las características de las microempresarias comercializadoras de alimentos, y 4. Diagnosticar necesidades de capacitación en términos de Gestión Empresarial.

Para tal efecto, los sujetos bajo estudio en esta investigación son las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia en la ciudad de Mexicali, Baja California, considerando la inexistencia de un padrón de microempresarias comercialización de alimentos y partiendo de la premisa de que muchas de ellas trabajan en la informalidad, fue necesario determinar el Universo de esta investigación.

Es importante mencionar, que debido lo anterior, y tomando en cuenta la disponibilidad de medios y recursos para esta tesis, el campo de aplicación de la investigación fue la colonia Independencia, una de las colonias de mayor tamaño y población en Mexicali, por su significativa representatividad geográfica, el universo fue determinado a través de seis distintos recorridos por la colonia, misma que fue estratificada en cuatro zonas considerando la cantidad proporcional de calles y avenidas en la misma, a través de estos recorridos, llevados a cabo en distintos

horarios y días de la semana, se logro levantar un censo que nos permitiera identificar el numero de microempresas comercializadoras de alimentos que se encuentran establecidas en la Colonia Independencia, finalmente, fueron identificadas establecidas un total de 172 microempresas comercializadoras de alimentos, de las cuales fueron encuestadas un total de 157.

### **3.2 Material.**

En este apartado se presenta una descripción general de las variables que se observaron, una descripción del número de ítems y la naturaleza de los mismos, las instrucciones para su administración, así como su forma de calificación; y una descripción detallada de las subescalas que contiene; así como su validez y confiabilidad.

Para determinar las necesidades de capacitación, en términos de Gestión Empresarial, de las microempresarias comercializadoras de alimentos, en la ciudad de Mexicali, Baja California., se consideró pertinente estudiar distintas variables, tales como:

1. El sexo de los sujetos encuestados
2. La representatividad de las mujeres en las microempresas comercializadoras de alimentos
3. La edad de las microempresarias sujetos de la investigación
4. El estado civil al que pertenecen las microempresarias
5. El nivel de estudios alcanzado por las microempresarias
6. El aporte de la microempresaria a la economía familiar
7. La razón que motivo a la microempresaria para iniciar con su negocio
8. El área de capacitación requerida por la microempresaria, tanto cognoscitiva, como psicomotriz y afectiva.

9. Las funciones de la Gestión Empresarial, en donde se presentan necesidades de capacitación por parte de las microempresarias

Se elaboró un instrumento para recolectar datos, que se aplicó de forma indiscriminada a hombres y mujeres microempresarios. Se tomó como referencia para estructurarlos y redactarlos a Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2003)

Los ítems o preguntas que se hicieron a las microempresarias para esta investigación, así como su naturaleza se presentan en la siguiente tabla:

**TABLA 11 VARIABLES, ÍTEMS Y SU NATURALEZA**

VARIABLES E ÍTEMS Y SU NATURALEZA		
Variable	Ítem	Naturaleza
1	Indique el sexo al que pertenece (Si su respuesta es la opción número 1 sólo tendrá que contestar el cuestionario hasta la pregunta número 3): 1. Masculino 2. Femenino	Positiva
2	¿Qué puesto ocupa en la empresa? 1. Propietario 2. Gerente 3. Encargado 4. Empleado	Positiva
	En caso de que Usted no sea propietario de la empresa, indique si su patrón es:	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mujer</li> <li>2. Hombre</li> </ol>	Positiva
3	<p>Seleccione el rango de edad al que pertenece:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menor de 20</li> <li>2. 20-35</li> <li>3. 36-50</li> <li>4. 51-65</li> <li>5. Más de 65</li> </ol>	Positiva
4	<p>Seleccione su Estado civil:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Soltera</li> <li>2. Casada</li> <li>3. Unión libre</li> <li>4. Viuda</li> <li>5. Separada</li> <li>6. Divorciada</li> </ol>	Positiva
5	<p>Nivel de estudios</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Primaria</li> <li>2. Secundaria</li> <li>3. Preparatoria</li> <li>4. Técnica</li> <li>5. Licenciatura</li> <li>6. Otros</li> </ol>	Positiva
6	<p>¿Qué porcentaje aporta Usted al salario familiar?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 25%</li> <li>2. 50%</li> <li>3. 75%</li> </ol>	Positiva

	4. 100%	
7	<p>¿Cuál fue el motivo por el que inició su negocio?</p> <p>( ) Falta de trabajo</p> <p>( ) Necesidades económicas</p> <p>( ) Deseos de iniciar una empresa</p>	Positiva
8	<p>¿Sabe Usted como determinar sus utilidades o ganancias?</p> <p>( ) Si</p> <p>( ) No</p>	Positiva
	<p>¿Sabe Usted como calcular el precio de su producto para garantizar sus ganancias?</p> <p>( ) Si</p> <p>( ) No</p>	Positiva
	<p>¿Sabe Usted que puede utilizar los créditos otorgados por el gobierno en apoyo de su negocio?</p> <p>( ) Si</p> <p>( ) No</p>	Positiva
	<p>¿Conoce Usted los requisitos para formalizar su negocio?</p> <p>( ) Si</p> <p>( ) No</p>	Positiva
	<p>¿Sabe Usted usar la computadora?</p> <p>( ) Si</p> <p>( ) No</p>	Positiva

	<p>¿Utiliza Usted en su negocio computadora, calculadora, entre otras herramientas para llevar control de sus ventas?</p> <p>( ) Si ( ) No</p>	Positiva
	<p>Considera Usted que es una persona (Marque todas las opciones que mejor representen su opinión):</p> <p>( ) Optimista ( ) Segura de si misma ( ) Motivada ( ) Entusiasta</p>	Positiva
	<p>¿Se siente Usted apoyada por su familia o personas que le rodean en su negocio?</p> <p>( ) Si ( ) No</p>	Positiva
9	<p>¿Qué tan frecuentemente establece Usted metas para el desarrollo de su negocio?</p> <p>( ) Siempre ( ) A veces ( ) Nunca</p>	Positiva
	<p>En su negocio, cuenta Usted con alguna descripción por escrito de (Marque la o las opciones que mejor representen su opinión):</p> <p>( ) Metas ( ) Procedimientos ( ) Actividades que realizan los trabajadores</p>	Positiva

<input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores	
<p>¿Planea con anticipación la compra de las cosas con que prepara lo que vende?</p> <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca	<p>Positiva</p>
<p>¿Cuándo surge un problema en su negocio, quiénes lo solucionan?</p> <input type="checkbox"/> Usted <input type="checkbox"/> Otra persona	<p>Positiva</p>
<p>¿Quién supervisa el buen funcionamiento de su negocio?</p> <input type="checkbox"/> Usted <input type="checkbox"/> Otra persona	<p>Positiva</p>
<p>¿Utiliza Usted algún método para conocer la opinión de sus clientes sobre su producto?</p> <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca	<p>Positiva</p>
<p>¿Aplica usted algún método para garantizar la calidad de su producto?</p> <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca	<p>Positiva</p>

	¿Se siente Usted el principal sostén económico de su familia? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Positiva
--	---	----------

Tanto las variables, como los ítems que se elaboraron para éstas, están relacionados directamente con los objetivos específicos de estudio de la presente investigación,

La autora de esta tesis desarrollo un modelo de correlación de variables e ítems con los objetivos, basada en el modelo de Hernandez y Cols., (2003) dicho modelo se puede observar a continuación en la tabla 12:

**TABLA 12 CORRELACION DE VARIABLES E ITEMS CON LOS OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

Variables					
Objetivo	Nº	Variable	Categoría	Descripción	Ítems
2. Identificar microempresas dirigidas por mujeres, en campo de estudio.	1	Sexo	Caracterización	Determina qué porcentaje de los encuestados son mujeres.	Indique el sexo al que pertenece ( <b>Si su respuesta es la opción número 1 sólo tendrá que contestar el cuestionario hasta la pregunta número 3</b> ): 3. Masculino 4. Femenino
	2	Representatividad	Caracterización	Indica que porcentaje de las mujeres encuestadas, son propietarias de la microempresa	¿Qué puesto ocupa en la empresa? 5. Propietario 6. Gerente 7. Encargado 8. Empleado  En caso de que Usted no sea propietario de la empresa, indique si

					su patrón es: 3. Mujer 4. Hombre
<b>3. Establecer las características de las microempresarias comercializadoras de alimentos.</b>	3	Edad	Caracterización	Establece rangos de edad de microempresarias	Seleccione el rango de edad al que pertenece: 6. Menor de 20 7. 20-35 8. 36-50 9. 51-65 10. Más de 65
	4	Estado civil	Caracterización	Muestra el perfil de las microempresarias	Seleccione su Estado civil: 1. Soltera 2. Casada 3. Unión libre 4. Viuda 5. Separada 6. Divorciada
	5	Escolaridad	Caracterización	Determina el nivel de los conocimientos previos	Nivel de estudios 7. Primaria 8. Secundaria 9. Preparatoria 10. Técnica 11. Licenciatura 12. Otros
	6	Razón de inicio de la Microempresa	Actitud		¿Cuál fue el motivo por el que inició su negocio? ( ) Falta de trabajo ( ) Necesidades económicas ( ) Deseos de iniciar una empresa

4. Diagnosticar necesidades de capacitación en términos de Gestión Empresarial.	7	Capacitación Cognoscitiva requerida:	Conocimiento	Indica que conocimientos debe adquirir la microempresaria	<p>¿Sabe Usted como determinar sus utilidades o ganancias?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p>¿Sabe Usted como calcular el precio de su producto para garantizar sus ganancias?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p>¿Sabe Usted que puede utilizar los créditos utilizados por el gobierno en apoyo de su negocio?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p>¿Conoce Usted los requisitos para formalizar su negocio?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p>¿Sabe Usted usar la computadora?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p>
	8	Capacitación Psicomotriz requerida	Habilidad	Muestra las habilidades que debe desarrollar la microempresaria	¿Utiliza Usted en su negocio computadora, calculadora, entre otras herramientas para llevar control de sus ventas? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	9	Capacitación Afectiva requerida	Actitud	Indica las actitudes que debe desarrollar microempresaria	<p>Considera Usted que es una persona <b>(Marque todas las opciones que mejor representen su opinión):</b>  <input type="checkbox"/> Optimista  <input type="checkbox"/> Segura de sí misma  <input type="checkbox"/> Motivada  <input type="checkbox"/> Entusiasta</p> <p>¿Se siente Usted apoyada por su familia o personas que le rodean en su</p>

				<p>negocio?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p> <p>¿Se siente Usted el sostén económico de su familia?  <input type="checkbox"/> Si  <input type="checkbox"/> No</p>
10	Función de Gestión Empresarial	Procedimiento Administrativo	Muestra en qué áreas específicas de la gestión empresarial se presentan necesidades de capacitación	<p>¿Qué tan frecuentemente establece Usted metas para el desarrollo de su negocio?  <input type="checkbox"/> Siempre  <input type="checkbox"/> A veces  <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p>En su negocio, cuenta Usted con alguna descripción por escrito de <b>(Marque la o las opciones que mejor representen su opinión):</b>  <input type="checkbox"/> Metas  <input type="checkbox"/> Procedimientos  <input type="checkbox"/> Actividades que realizan los trabajadores  <input type="checkbox"/> Ninguna de las anteriores</p> <p>¿Planea con anticipación la compra de las cosas con que prepara lo que vende?  <input type="checkbox"/> Siempre  <input type="checkbox"/> A veces  <input type="checkbox"/> Nunca</p> <p>¿Cuándo surge un problema en su negocio, quien lo soluciona?  <input type="checkbox"/> Usted  <input type="checkbox"/> Otra persona</p> <p>¿Quién supervisa el buen funcionamiento de su negocio?  <input type="checkbox"/> Usted  <input type="checkbox"/> Otra persona</p> <p>¿Utiliza Usted algún método para conocer la opinión de sus clientes sobre su</p>

					producto? <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca  ¿Aplica usted algún método para garantizar la calidad de su producto? <input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> A veces <input type="checkbox"/> Nunca
--	--	--	--	--	--

El cuestionario aplicado a las microempresarias, estuvo integrado por 24 preguntas divididas en dos secciones, cada una de éstas con sus propias instrucciones. Las preguntas se distribuyeron de la siguiente manera: De la pregunta número 1 a la pregunta número 7 en la primera parte, y el resto de las preguntas hasta la 24 en una segunda sección.

A continuación se puede observar la tabla de instrucciones del cuestionario

### TABLA 13 INSTRUCCIONES DEL CUESTIONARIO

#### INSTRUCCIONES DEL CUESTIONARIO APLICADO A MICROEMPRESARIAS

**Introducción:** Este cuestionario tiene el objetivo de recabar información acerca de las necesidades de capacitación que en términos de Gestión Empresarial, tienen las mujeres que dirigen microempresas comercializadoras de alimentos, en Mexicali, Baja California.

Los datos obtenidos serán confidenciales y utilizados para la elaboración de una tesis de maestría.

**Lic. Erika Estrada Olivas**

**Instrucciones 1ª parte del cuestionario:** Marque con una X la respuesta que más describe su opinión.

**Instrucciones 2ª parte del cuestionario:** Marque con una X dentro del paréntesis, la respuesta que más describe su opinión:

Validez y Confiabilidad.\_ Para hacer inferencias válidas y confiables de los datos obtenidos en esta investigación, se tomaron en cuenta evidencias relacionadas con contenido, criterio y constructo.

En cuanto a su validez de contenido, se revisó que el instrumento de medición incluyeran ítems del dominio de contenido de las variables a medir en esta investigación, tales como: el sexo de los sujetos encuestados, la representatividad de las mujeres en las microempresas comercializadoras de alimentos, la edad de las microempresarias sujetos de la investigación, el estado civil al que pertenecen las microempresarias, el nivel de estudios alcanzado por las microempresarias, el aporte de la microempresaria a la economía familiar, la razón que motivó a la microempresaria para iniciar con su negocio, el área de capacitación requerida por la microempresaria, y la Gestión Empresarial.

En relación a su validez de criterio, se consideró una validez predictiva, ya que se fija en el futuro al validarse comparando los resultados de la investigación con el futuro desempeño de las microempresarias comercializadoras de alimentos en Mexicali, una vez que reciban la capacitación en las áreas de Gestión Empresarial en que han sido detectadas sus necesidades.

Respecto a su validez de constructo o variable medida, se consideraron las bases teóricas de los conceptos de capacitación, gestión empresarial y microempresa y se correlacionaron las variables de la investigación.

Para garantizar la confiabilidad de los instrumentos se capacitó a 3 encuestadores, estudiantes de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas, de noveno semestre prestadoras de servicio social profesional, preparadas para orientar a los encuestados en caso de alguna duda de las microempresarias al momento de responder el instrumento.

Fue significativo el hecho que al aplicarse los primeros 27 cuestionarios a microempresarios se pudo confirmar una consistencia en las respuestas. El instrumento arrojó que las microempresarias cuentan con representatividad significativa dentro del universo encuestado, lo cual favorece la observación de las variables presentadas.

Al realizar el cruce de la información se pudo inferir que las microempresarias estaban diciendo la verdad, por lo que la información obtenida a través del instrumento resulta confiable.

A continuación se presenta la estructura del cuestionario que se aplicó a sujetos de la investigación, en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California.

## CUESTIONARIO

---

Este cuestionario tiene el objetivo de recabar información acerca de las necesidades de capacitación que en términos de Gestión Empresarial, tienen las mujeres que dirigen microempresas comercializadoras de alimentos, en la Colonia Independencia, en la ciudad de Mexicali, Baja California.

Los datos obtenidos serán confidenciales y utilizados para la elaboración de una tesis de maestría.

Gracias por su colaboración.

Lic. Erika Estrada Olivas

Marque con una X la respuesta que más describe su opinión:

1. Indique el sexo al que pertenece (Si su respuesta es la opción a) sólo tendrá que contestar el cuestionario hasta la pregunta número 3):

- a) Masculino
- b) Femenino

2. ¿Qué puesto ocupa en la empresa? (Si su respuesta no es la opción a) sólo tendrá que contestar el cuestionario hasta la pregunta número 3):

---

- 
- a) Propietario
  - b) Gerente
  - c) Encargado
  - d) Empleado

3. En caso de que Usted no sea propietario de la empresa, indique si su patrón es:

- a) Mujer
- b) Hombre

4. Seleccione el rango de edad al que pertenece:

- a) Menor de 20
- b) 20-35
- c) 36-50
- d) 51-65
- e) Más de 65

5. Seleccione su Estado civil:

- a) Soltera
- b) Casada
- c) Unión libre
- d) Viuda
- e) Separada
- f) Divorciada

6. ¿Cuál es su grado de estudios?

- a) Primaria
  - b) Secundaria
  - c) Preparatoria
-

- 
- d) Técnica
  - e) Licenciatura
  - f) Otros

7. ¿Qué porcentaje aporta Usted al ingreso familiar?

- a) 0 %
- b) 25%
- c) 50%
- d) 75%
- e) 100%

Marque con una X la respuesta que más describe su opinión:

8. ¿Cuál fue el motivo por el que inició su negocio?

- ( ) Falta de trabajo
- ( ) Necesidades económicas
- ( ) Deseos de iniciar una empresa

9. ¿Sabe Usted como determinar sus utilidades o ganancias?

- ( ) Si
- ( ) No

10. ¿Sabe Usted como calcular el precio de su producto para garantizar sus ganancias?

- ( ) Si
- ( ) No

11. ¿Sabe Usted que puede utilizar los créditos otorgados por el gobierno en apoyo de su negocio?

---

---

Si

No

12.¿Conoce Usted los requisitos para formalizar su negocio?

Si

No

13.¿Sabe Usted usar la computadora?

Si

No

14.¿Utiliza Usted en su negocio computadora, calculadora, entre otras herramientas para llevar control de sus ventas?

Si

No

15.Considera Usted que es una persona (Marque la opción que mejor represente su opinión):

a(  ) Optimista

b(  ) Segura de sí misma

c(  ) Motivada

d(  ) Entusiasta

e(  ) Ninguna de las anteriores

16.¿Se siente Usted apoyada por su familia o personas que le rodean en su negocio?

Si

No

17.¿Qué tan frecuentemente establece Usted metas para el desarrollo de su negocio?

---

---

a( ) Siempre

b( ) A veces

c( ) Nunca

18. En su negocio, cuenta Usted con alguna descripción por escrito de (Marque la o las opciones que mejor representen su opinión):

( ) Metas

( ) Procedimientos

( ) Actividades que realizan los trabajadores

( ) Planes

( ) Ninguna de las anteriores

19. ¿Planea con anticipación la compra de las cosas con que prepara lo que vende?

a( ) Siempre

b( ) A veces

c( ) Nunca

20. ¿Cuándo surge un problema en su negocio, quién lo soluciona?

a( ) Usted

b( ) Otra persona

21. ¿Quién supervisa el buen funcionamiento de su negocio?

a( ) Usted

b( ) Otra persona

22. ¿Utiliza Usted algún método para conocer la opinión de sus clientes sobre su producto?

a( ) Siempre

b( ) A veces

c( ) Nunca

---

---

23. ¿Aplica usted algún método para garantizar la calidad de su producto?

a(  ) Siempre

b(  ) A veces

c(  ) Nunca

24. ¿Se siente Usted el principal sostén económico de su familia?

(  ) Si

(  ) No

---

### **3.3 Procedimiento**

El método utilizado en esta investigación fue de tipo descriptivo transversal. El problema de investigación es el siguiente: ¿Qué necesidades de capacitación en términos de gestión empresarial, se presentan en las Microempresas comercializadoras de alimentos dirigidas por mujeres de la Colonia Independencia, en la ciudad de Mexicali, Baja California?

Se realizó un estudio de tipo exploratorio para determinar las necesidades de capacitación de las microempresarias comercializadoras de alimentos y también para obtener una base para la programación posterior de investigaciones particulares acerca del modelo de capacitación en términos de Gestión Empresarial para dichas microempresarias.

Para realizar esta investigación se obtuvo información de diversas fuentes. Se hizo una revisión de la literatura sobre la capacitación y la Gestión Empresarial. Se consultaron las páginas en Internet de algunos programas de apoyo a la microempresa en México, para identificar las principales áreas a las que se enfoca la capacitación en los micro negocios.

Para llevar a cabo la investigación de campo, la colonia Independencia fue estructurada en cuatro partes proporcionalmente iguales integradas por 8calles y 4 Avenidas, cada una de las secciones, mismas que fueron recorridas en dos horarios distintos, entre 6:00 y 11:00 hrs y entre 18:00 y 24:00 hrs. Una vez que se realizo el censo se determinó el universo integrado por 172 microempresas, pertenecientes al giro de comercialización de alimentos. Los sujetos que participaron en el proceso de investigación lo hicieron de manera voluntaria.

Las variables estudiadas fueron:

1. El sexo de los sujetos encuestados.
2. La representatividad de las mujeres en las microempresas comercializadoras de alimentos
3. La edad de las microempresarias sujetos de la investigación
4. El estado civil al que pertenecen las microempresarias
5. El nivel de estudios alcanzado por las microempresarias
6. El aporte de la microempresaria a la economía familiar
7. La razón que motivo a la microempresaria para iniciar con su negocio
8. El área de capacitación requerida por la microempresaria, tanto cognoscitiva, como psicomotriz y afectiva.
9. Las funciones de la Gestión Empresarial, en donde se presentan necesidades de capacitación por parte de las microempresarias

Cada una de las variables estudiadas presento información relevante en la investigación, a continuación se enumeran cada una de ellas con la aportación que hicieron a la misma.

La primera variable permitió conocer qué porcentaje de los encuestados eran mujeres.

La segunda variable proporcionó información sobre qué porcentaje de las mujeres encuestadas son propietarias de la microempresa.

La tercera variable permitió conocer los rangos de edad de las microempresarias

La cuarta variable permitió saber el perfil socio-familiar que caracteriza a las microempresarias

La quinta variable proporcionó información respecto del nivel de educación de las microempresarias encuestadas

La sexta variable proporciona el perfil económico de la microempresaria y su aportación a la economía familiar.

La séptima variable presenta la razón que llevó a la microempresaria a establecer su negocio.

La octava variable permitió identificar que conocimientos, habilidades y actitudes deben desarrollar las microempresarias

La novena variable proporciona información respecto de las áreas específicas de la Gestión empresarial en que requiere ser capacitada la microempresaria.

Se elaboró un instrumento con 24 ítems, preguntas cerradas. Para ello se tomó como referencia para estructurarlos y redactarlos a Hernández y Cols., (2003) y se capacitó a tres encuestadores, estudiantes de noveno semestre de la carrera de Licenciado en Administración de Empresas

El cuestionario se aplicó personalmente a los encuestados voluntarios que aceptaron participar en la investigación y fue dirigido. Se les solicitó que lo

contestaran de una manera honesta y se les hizo la aclaración de que la información que proporcionarían sería utilizada de manera confidencial. (Ibáñez, 1995). Se encuestó a 157 personas, de las cuales no todos resultaron ser los propietarios de la microempresa. La colonia Independencia de Mexicali, muestra seleccionada geográficamente por la gran extensión y población de la colonia.

La información obtenida a través de los cuestionarios, se clasificó en variables categorizadas en variables de caracterización, variables de actitud, variables de habilidad y variables de conocimiento, mismas que se evaluaron a través de dos métodos

1. De escalamiento tipo Likert para codificar los resultados del instrumento de medición y evaluar la variable afectivas, y
2. De estadística descriptiva, con ayuda del programa de estadística SPSS 16.0 cuya matriz de información sirvió de base para el análisis de las variables, el diseño de tablas y escalas para trabajar los métodos de recolección, descripción, visualización y resumen de datos originados a partir de los fenómenos en estudio. Los datos se presentan resumidos numérica y gráficamente

Los datos obtenidos, sirvieron para la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

La presente investigación, como ya se dijo, fue cuantitativa de diseño tipo descriptivo de corte transversal.

Es cuantitativa porque a través de un instrumento especialmente diseñado se recogieron y analizaron datos cuantitativos respecto de las variables establecidas.

De tipo descriptivo porque permitió conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades de los sujetos encuestados, las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, mediante la recolección de datos y la predicción e identificación de las relaciones que existen entre las variables, y es transversal debido a que los sujetos de la investigación fueron observados en un mismo momento y en base a los resultados se formaron las conclusiones de este estudio.

Se llevó a cabo un análisis descriptivo de los datos recopilados y los hallazgos de esta investigación. Se pretendió determinar las relaciones potenciales entre variables y establecer el tono de investigaciones posteriores más rigurosas. (Hernandez y Cols., 2003)

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS**

El objetivo de este capítulo es presentar los resultados del análisis de los datos obtenidos tras haberlos procesado y tabulado. Como se explicó en el capítulo de metodología, se aplicaron 2 métodos el de escalamiento tipo Likert y el de estadística descriptiva.

El método de escalamiento tipo Likert se utilizó para codificar los resultados del instrumento de medición y evaluar la variable afectiva, el cual resultó adecuado dado que, como se planteó en el marco teórico de esta tesis,

El método de estadística descriptiva, sirvió de base para el análisis de las variables de caracterización, de habilidad y de conocimientos y de proceso administrativo, lo cual se realizó a través del programa estadístico SPSS 16.0.

Para presentar de manera ordenada los resultados obtenidos en esta investigación se habrá de subdividir este capítulo de acuerdo a las variables categorizadas para estudiarlas de la siguiente manera: Variables de caracterización, variables de actitud, variables de habilidad, variables de conocimiento y variables de procedimiento administrativo.

#### **4.1 Variables de Actitud**

Este tipo de variables permitieron identificar la forma en que la microempresaria se percibe frente a su negocio y las actitudes que asume en el cumplimiento de las tareas derivadas de ser la propietaria de un negocio.

**TABLA. 14 ITEMS DE VARIABLES DE ACTITUD**

	<b>VARIABLE</b>	<b>ITEM</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>VARIABLES DE ACTITUD</b>	Razón de inicio de la microempresa	¿Cuál fue el motivo por el que inició su negocio?	1. Falta de trabajo 2. Necesidades económicas 3. Deseos de iniciar una empresa
	Capacitación requerida en el área afectiva	Considera Usted que es una persona <b>(Marque todas las opciones que mejor representen su opinión):</b>	1. Optimista 2. Segura de sí misma 3. Motivada 4. Entusiasta 5. Ninguna de las anteriores
		¿Se siente Usted apoyada por su familia o personas que le rodean en su negocio?	1. Si 2. No
		¿Se siente Usted el sostén económico de su familia?	1. Si 2. No

En las hojas de codificación de frecuencias que se presentan a continuación se observan los ítems incluidos en el cuestionario aplicado microempresarias para evaluar la segunda categoría de variable, actitud, así como su naturaleza, su codificación y su calificación.

**TABLA 15. HOJA NO. 1 DE CODIFICACIÓN DE FRECUENCIAS DE LA VARIABLE:  
RAZON DE INICIO DE LA MICROEMPRESA**

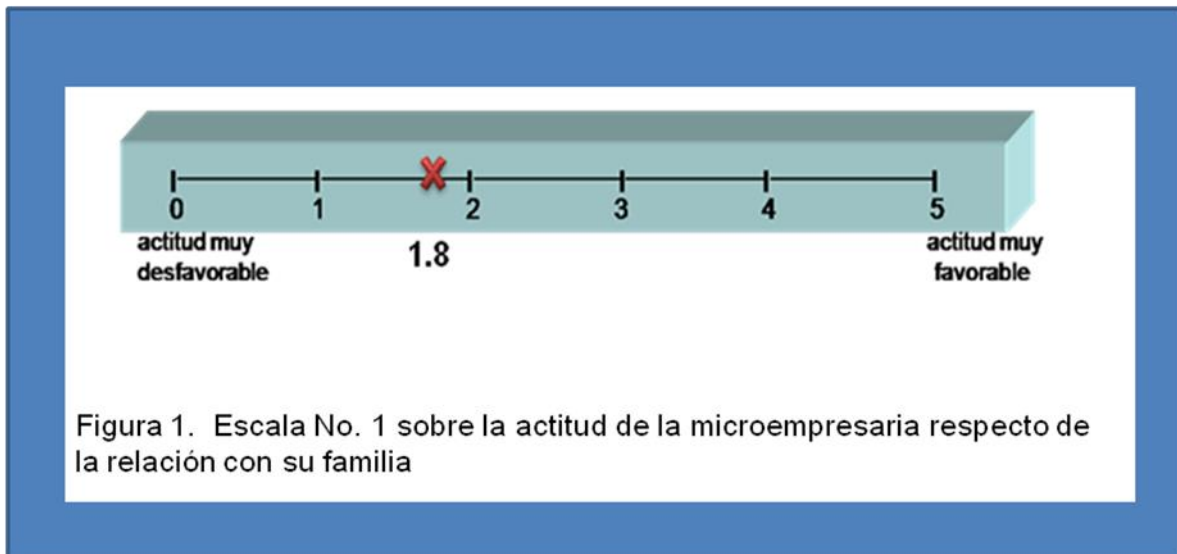
ITEM	NATURALEZA	CODIFICACIÓN DE CATEGORÍAS	RESPUESTAS FAVORABLES		RESPUESTAS DESFAVORABLES	
			f	%	f	%
¿Se siente Usted apoyada por su familia o personas que le rodean en su negocio?	Favorable	(1) SI (0) NO	19	(51.4)	18	(48.6)
¿Se siente el sostén de su Familia?	Favorable	(1) SI (0) NO	8	(21.6)	29	(78.4)
<b>TOTAL DE FRECUENCIAS FAVORABLES</b>			<b><u>27</u></b>			

En la escala para evaluar la actitud de las microempresarias respecto de relación con su familia, la mínima puntuación favorable posible es de 0 y la máxima es de 74 porque hubo en esta escala 2 ítems y 37 encuestadas. Si calificamos el promedio obtenido en la escala mediante la sencilla fórmula  $PT/NT$  (donde PT es la puntuación total en la escala y NT es el número de afirmaciones) (Hernández y Cols., 1998) obtenemos que  $27/74 = .364$

Si analizamos esta puntuación en el continuo de 1-5, se observa de la siguiente manera:

100% : 5

36% ;  $x = 1.8$



La escala nos muestra que la actitud de las microempresarias se encuentra lejos de ser muy favorable, de hecho se acerca claramente a una actitud muy desfavorable.

Si se toma a las actitudes como síntomas y no como hechos o acciones (Hernández y Cols., 1998) se puede decir que entre las mujeres microempresarias se identifica clara inconformidad hacia la relación que mantienen con su familia.

Por una parte solo la mitad de ellas se sienten apoyadas por sus familias respecto de su negocio, y solo una quinta parte de las encuestadas se percibe como sostén económico de su familia.

Este aspecto es determinante, sobre todo si consideramos lo observado respecto de la importancia que tiene para los individuos las relaciones interpersonales; estas constituyen un aspecto fundamental en la vida, funcionando no sólo como un medio para alcanzar determinados objetivos sino como un fin en sí mismo.

**TABLA 16. HOJA NO. 2 DE CODIFICACIÓN DE FRECUENCIAS DE LA VARIABLE: ACTITUD**

ITEM	NATURALEZA	CODIFICACIÓN DE C	CALIFICACIÓN DE RESPUESTAS	
			f	%
Se considera una persona (Marque las opciones que mejor representen su opinión)	Favorable	(0) Ninguna de las anteriores	7 X 0 = 0	(18.9)
		(1) Optimista	11 X 1 = 11	(29.8)
		(2) Entusiasta	7 X 2 = 14	(18.9)
		(3) Segura de sí misma	5 X 3 = 15	(13.5)
		(4) Motivada	7 X 4 = 28	(18.9)
		TOTAL DE FRECUENCIAS FAVORABLES	<b><u>68</u></b>	

En la escala para evaluar la actitud de las microempresarias respecto de cómo se ven a sí mismas frente a sus negocios y la actividad que realizan en ellos, la mínima puntuación favorable posible es de 0 y la máxima es de 148 porque hubo en esta escala 1 ítem y 37 encuestadas. Si calificamos el promedio obtenido en la escala mediante la sencilla fórmula  $PT/NT$  (donde  $PT$  es la puntuación total en la escala y  $NT$  es el número de afirmaciones) (Hernández y Cols., 1998) obtenemos que  $68/148 = .459$

Si analizamos esta puntuación en el continuo de 1-5, se observa de la siguiente manera:

100%: 5

46%;  $x = 2.3$

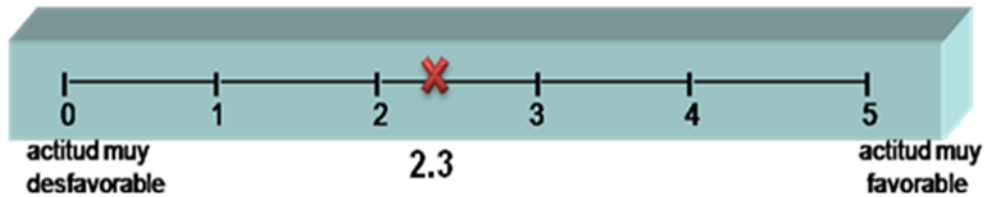


Figura 2. Escala No. 1 Sobre la actitud de la microempresaria respecto de la percepcion que tiene de si misma

La escala nos muestra que la actitud de las microempresarias se encuentra casi al centro de ambas actitudes, aunque su cercanía es más clara hacia una actitud muy desfavorable.

Solo una quinta parte de las mujeres se encuentran motivadas, y a una cantidad igual, no se siente identificada con ninguna de las actitudes positivas que se les mostraron.

El nivel de motivación de la empresaria y la manera en como sobrelleva y saca adelante los cambios que se presentan en el entorno y afectan positiva o negativamente a su microempresa, pueden estar determinados por esta variable.

La poca o nula motivación, genera pensamientos negativos y autofracaso, limita las posibilidades de visualizar escenarios distintos y de innovar y crear nuevas estrategias.

**TABLA 17. HOJA NO. 3 DE CODIFICACIÓN DE FRECUENCIAS DE LA VARIABLE: ACTITUD**

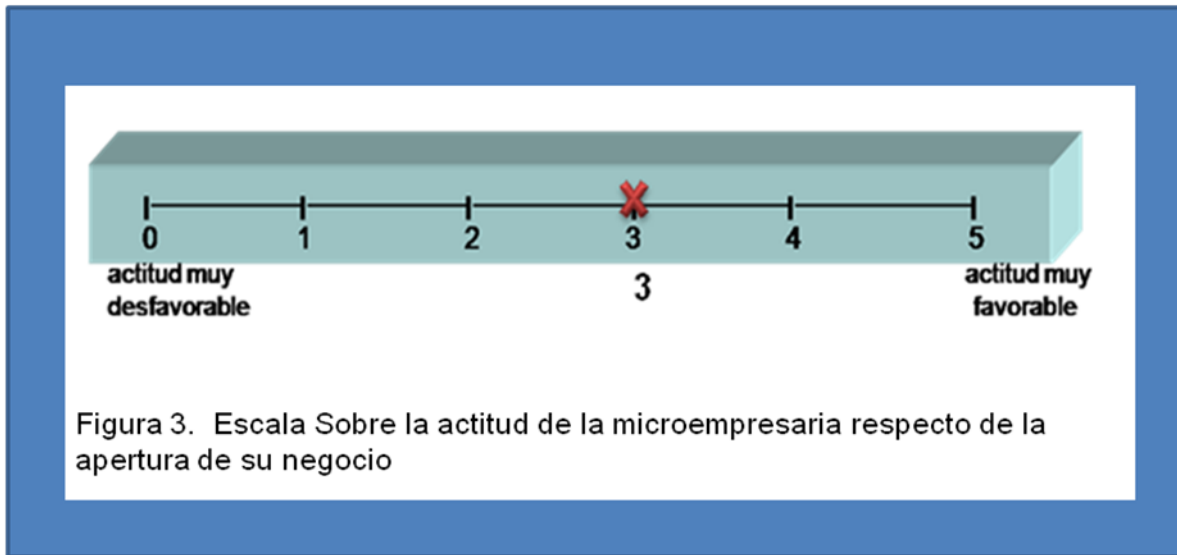
ITEM	NATURALEZA	CODIFICACIÓN DE C	CALIFICACIÓN DE RESPUESTAS	
			f	%
¿Cuál fue el motivo por el que inicio su negocio?	Favorable	(1) Falta de trabajo	16 X 1 = 16	43.2
		(2) Necesidades económicas	13 X 2 = 26	35.3
		(3) Deseo de iniciar una empresa	8 X 3 = 24	21.5
		<b>TOTAL DE FRECUENCIAS FAVORABLES</b>	<b><u>66</u></b>	

En esta escala para evaluar la actitud de las microempresarias al inicio del establecimiento de su negocio, la mínima puntuación posible es de 37 (1x37x 1) y la máxima es de 111 (3x37x1), pues en esta escala se tiene un ítem y 37 encuestadas. Si calificamos el promedio en la escala obtenemos que  $66/111 = .594$

Al analizar esta puntuación en el continuo de 1-5, se observa de la siguiente manera:

$$100\% : 5$$

$$60\% : x = 3$$



La escala nos muestra que la actitud de las microempresarias observa una clara tendencia positiva, que las acerca más hacia una actitud muy favorable.

Esta tendencia está marcada por el motivo que inspiró a las microempresarias para abrir su negocio, el 21.5% de ellas inició por su deseo de abrir un negocio, el 35.3% manifestó que se vio motivada por necesidades económicas y un alto número de ellas, el 43.2%, indicó que la falta de trabajo las llevó a establecer su microempresa.

## 4.2 Variables de caracterización

Este conjunto de variables permitió establecer el perfil de las microempresarias, esto es caracterizarlas en base a las respuestas obtenidas en el instrumento

Tomando en cuenta las características del perfil socio demográfico de las microempresarias, presentadas en esta tesis en el segundo y tercer capítulo, se consideró que existen algunas variables que deben ser observadas para determinar el perfil de la microempresaria comercializadora de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali.

Para ello, se hizo estudio del sexo de los encuestados, variable que se relaciono a la del puesto que se ocupaba en la empresa y el sexo del propietario de la misma.

Las consideraciones anteriores sirvieron de base para la elaboración de las preguntas de los cuestionarios, las cuales habrían de ayudar a evaluar la primera categoría de variables, las de caracterización.

La primera variable de caracterización analizada es Sexo, la cual nos permitió identificar en primera instancia el número de mujeres encuestadas.

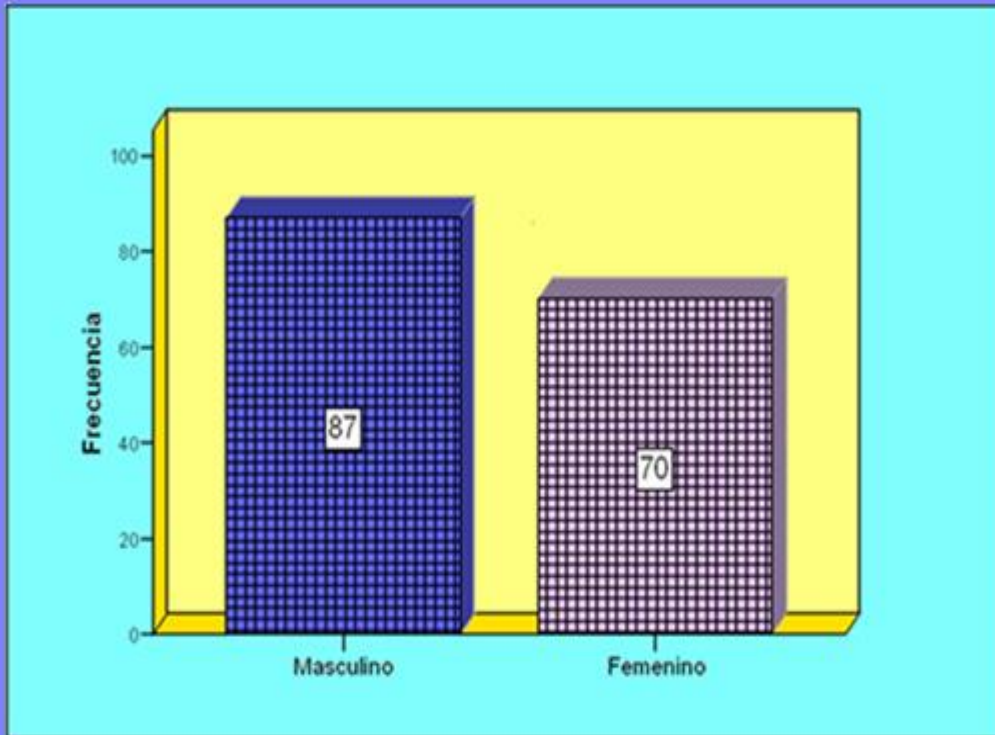


Figura 4. Sexo de los encuestados

Del total de encuestados el 44.6 % fueron mujeres, y el 55.4 % hombres, esta pregunta fue el primer acercamiento a las microempresarias, y nos permitió identificarlas del universo de encuestados que se integro por un total de 157 personas, de las cuales 70 fueron mujeres, aunque como se observara más adelante no todas las mujeres encuestadas resultaron ser propietarias del negocio.

La variable de representatividad fue estudiada a través de la determinación de cuantos de los encuestados son propietarios del negocio.

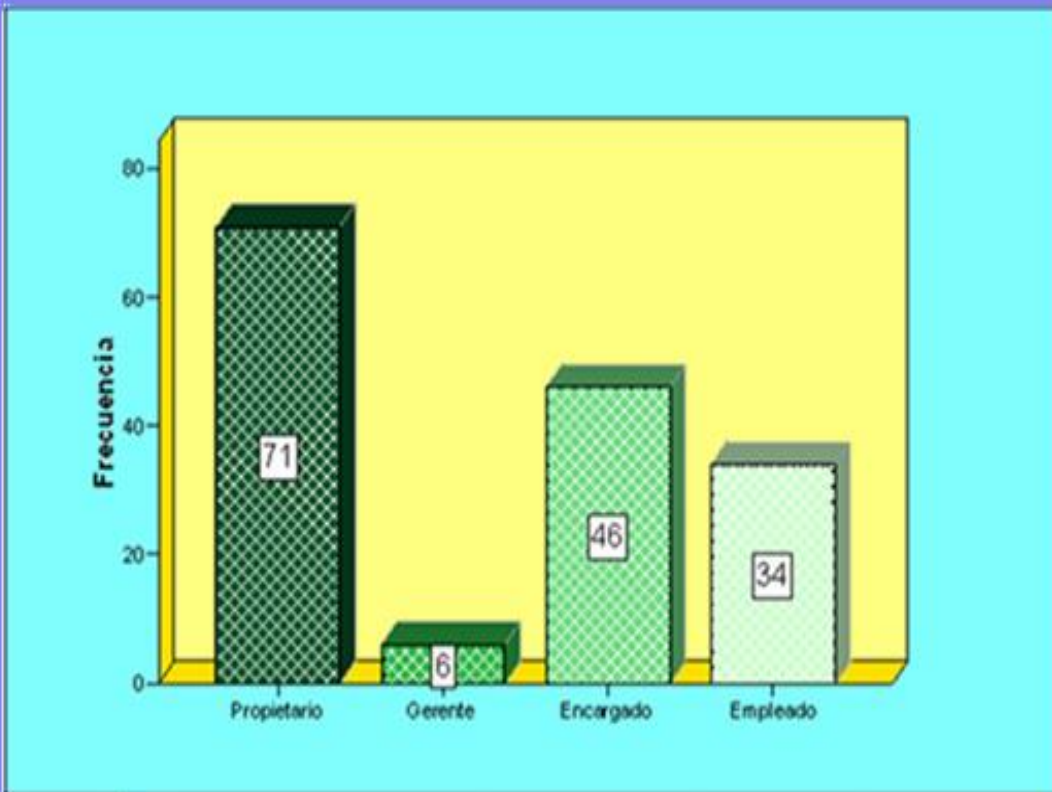


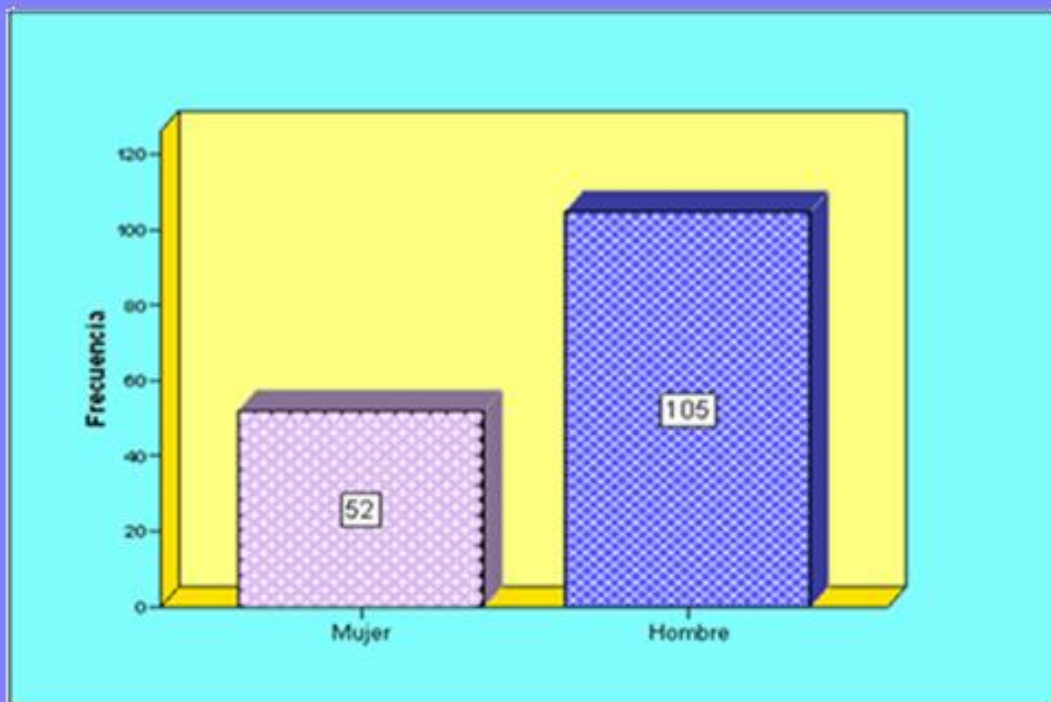
Figura 6. Puesto que ocupan los encuestados en la microempresa

El 45.2% de ellos si era el dueño de la microempresa, el otro 54.8% se integraba por gerentes en un 3.8%, encargados 29.3% y empleados 21.7%.

En esta variable se puede observar un hallazgo interesante, y es que poco más de las microempresas encuestadas son generadoras de empleo.

Aunque entre los ítems del cuestionario aplicado a los microempresarios no se incluyo el especificar el número de empleados que forman parte de la microempresa, con esta variable se puede identificar claramente que la microempresa no solo satisface la necesidad de trabajo del propietario, sino de por lo menos un elemento más.

Para complementar el estudio de la variable de representatividad se planteo el cuestionamiento del sexo del propietario de la microempresa, encontrando que un 33.1% de los dueños de los negocios son mujeres, lo que representa una tercera parte de los mismos, el 66.9% restantes pertenecen a microempresarios varones.



**Figura 7. Sexo del propietario de la microempresa**

Al cruzar las dos variables de representatividad y la de sexo, encontramos que del total de microempresas comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, que pertenecen a mujeres, 28.85% de ellas son generadoras de empleos, frente al 71.15% que son atendidas por las propias mujeres, varias de ellas hasta con tres auxiliares, la mayoría de las veces miembros de su propia familia.

La variable edad, nos permite identificar los rangos de edad de las propietarias de las microempresas, se manejaron cinco rangos distintos y los resultados de la investigación son los siguientes:

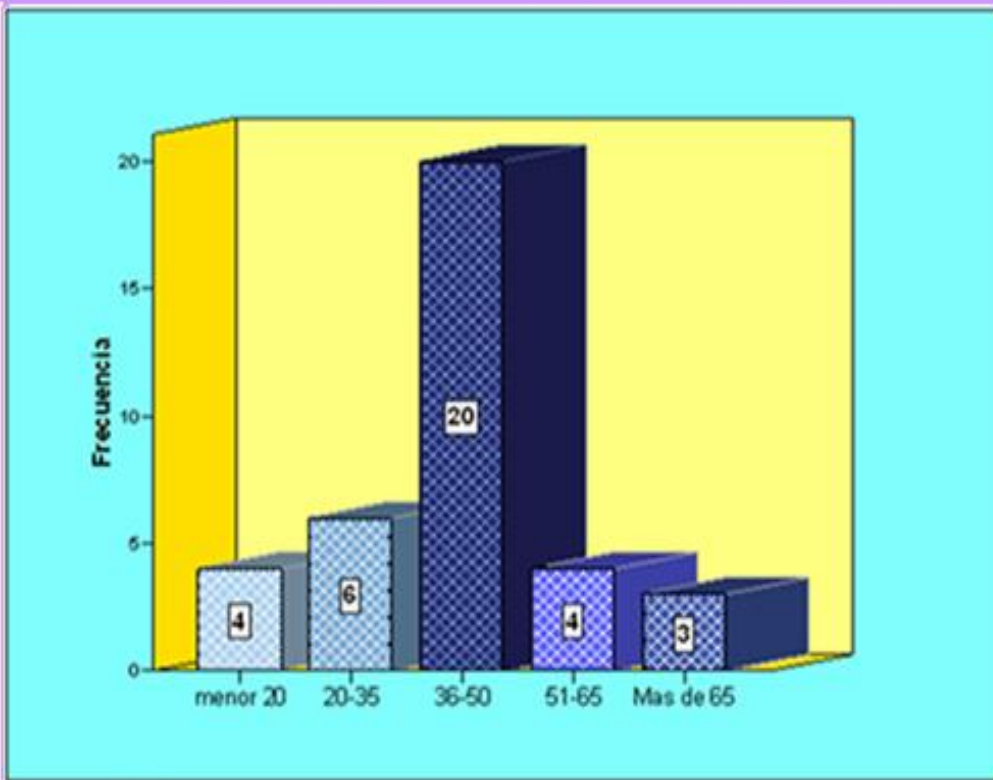


Figura 8. Rango de edad de las microempresarias

El grupo más representativo de microempresarias, es el que se encuentra en el rango de 36 a 50 años de edad con una representación del 54.1% del total de las encuestadas, seguido no muy de cerca por el grupo de mujeres de 20 a 35 años con el 16.2 %.

Las demás empresarias se encuentran en un 10.8% entre los 51 y 65 años, en mismo porcentaje es de las mujeres menores de 20 años y solo el 8.1% son mujeres mayores a 65 años.

Otra de las variables estudiadas fue la del estado civil de las microempresarias.

El 51.4% de las encuestadas dijo ser casada, las mujeres separadas, viudas y que viven en unión libre representan un 10.8% cada una de ellas, y las solteras y divorciadas representan el 8.1% del total cada una.

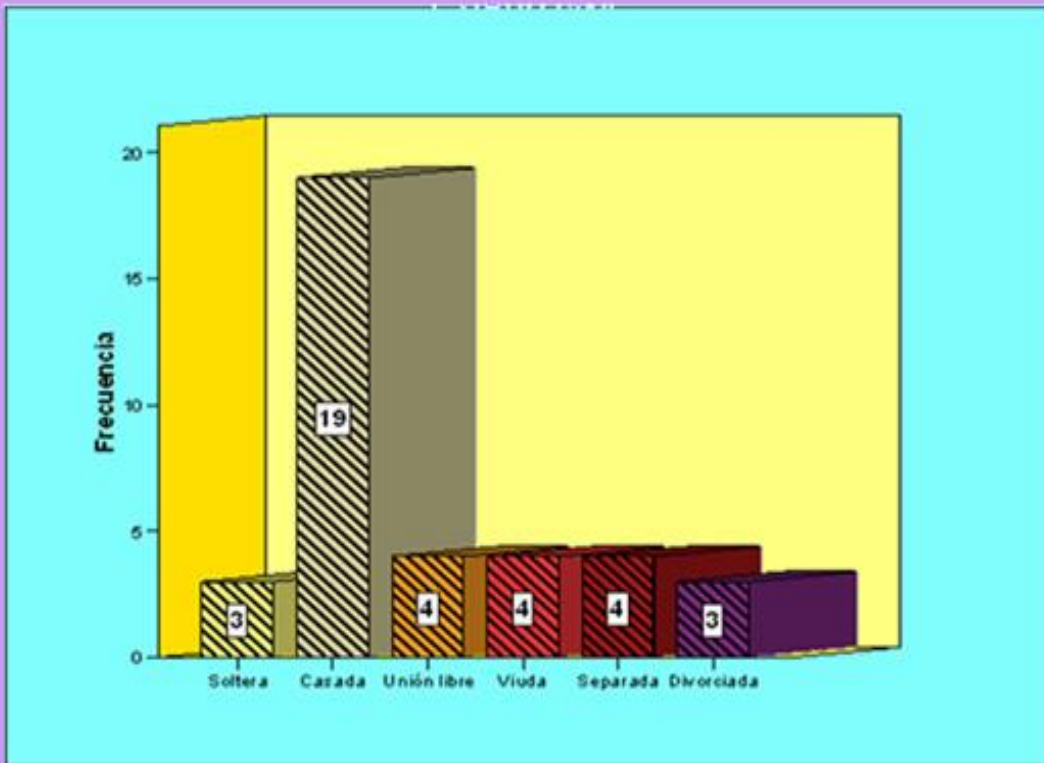


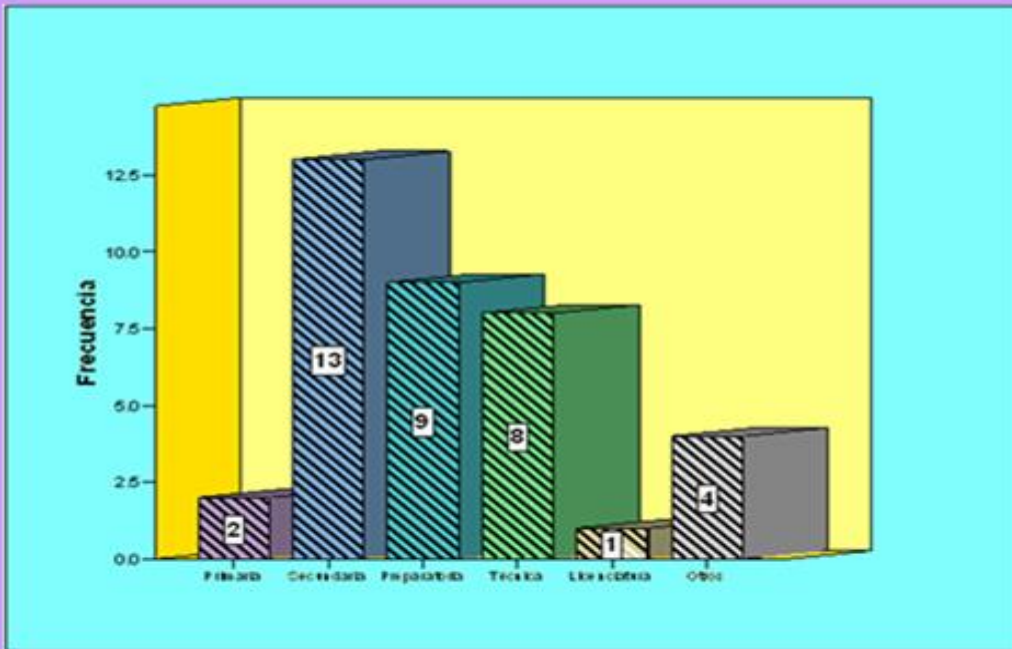
Figura 9. Estado civil de las microempresarias

A través de esta variable, se pretendió establecer el contexto familiar de la microempresaria, sobre todo en relación con el concepto de “jefa de familia”.

Como se observa con claridad, poco más del 50% de las encuestadas tiene una pareja formal, entendiéndose este término como el relativo a mujeres casadas. Frente a este porcentaje, casi el 39% de las microempresarias son mujeres sin compañero.

El 35.1% de las microempresarias tiene secundaria, seguidas por el 24.3% de mujeres que tiene estudios de preparatoria y el 21.6% con formación y estudios técnicos.

Solo el 2.7% de las microempresarias tiene licenciatura, y un 10.8 % manifestó tener otro tipo de estudios, sin especificar cuáles. El 5.4% de las encuestadas solo tienen educación primaria.



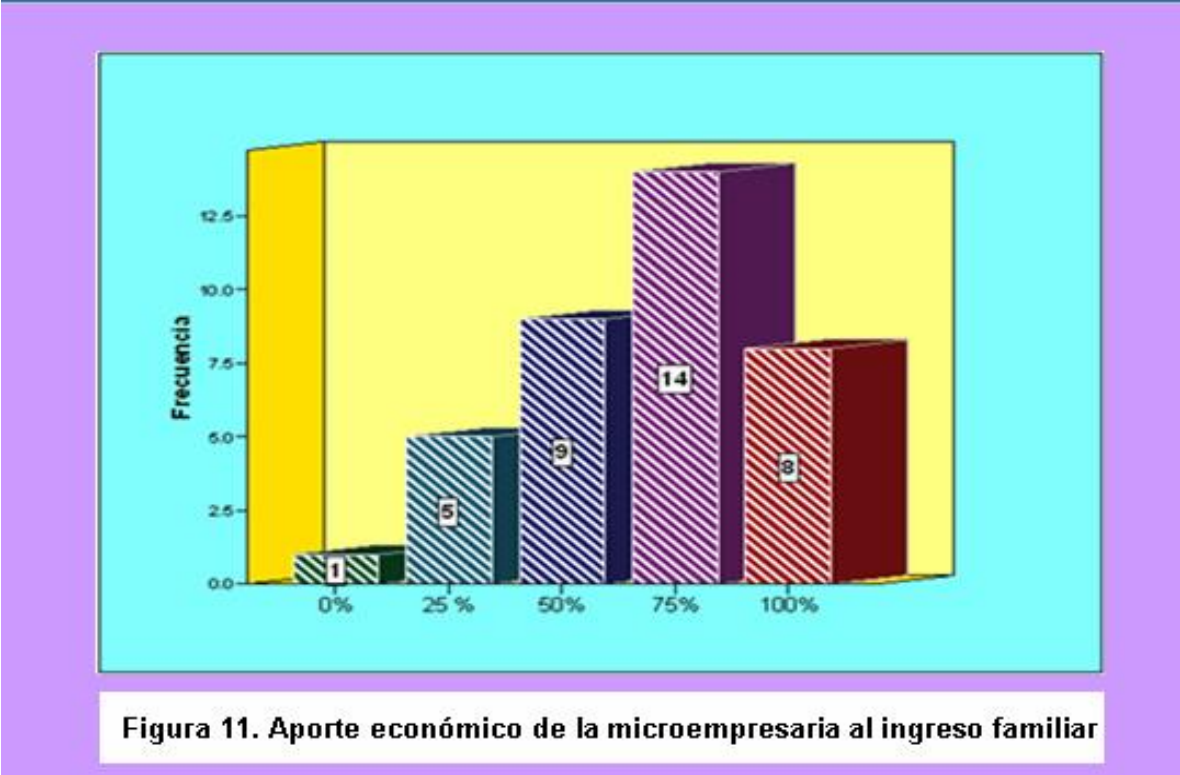
**Figura 10. Nivel de escolaridad de las microempresarias**

Como se puede observar la mayoría de las microempresarias están preparadas con conocimientos elementales que alcanzan incluso la educación técnica especializada, y solo un 2% tiene estudios profesionales,

Otro dato interesante es que varias de las microempresarias manifiestan tener otro tipo de estudios, lo cual refleja la inquietud que tienen por aprender y prepararse, la mayoría de las encuestadas se mostraron receptivas ante la posibilidad de capacitarse en áreas específicas de su negocio.

Respecto del aporte de la microempresaria a la economía e ingreso familiar, se presento la variable Aporte al ingreso familiar, las microempresarias presentaron las siguientes frecuencias:

El 37.8% de las microempresarias indico aportar el 75% a la ingreso familiar, el 24.3% el 50%, el 21.6% aporta el total de los ingresos familiares con el 100%, 13.5% de las microempresarias manifestaron aportar el 25% de los ingresos a casa y solo un 2.7% de las microempresarias no aporta nada a la economía familiar.



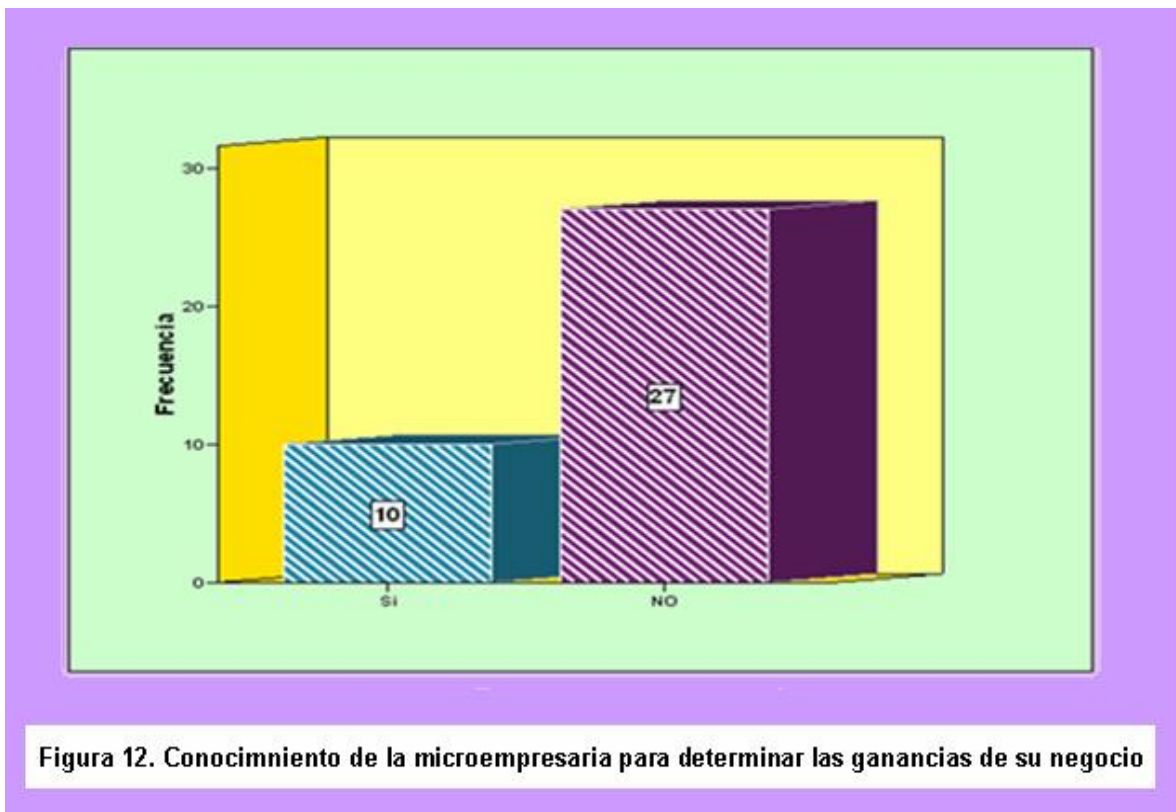
Como se observa, el porcentaje de mujeres que aportan entre 75% y 100% del ingreso familiar es alto, poco más del 60% de las encuestadas, lo que refleja claramente la fuerza económica que representan las microempresarias en casa,

frente a esta cifra, sorprende que solo cerca del 3% no aportan al ingreso familiar, sin embargo, en comentarios algunas manifestaron ser hijas de familia y no requerir sostener una casa.

### 4.3 Variables de Proceso Administrativo

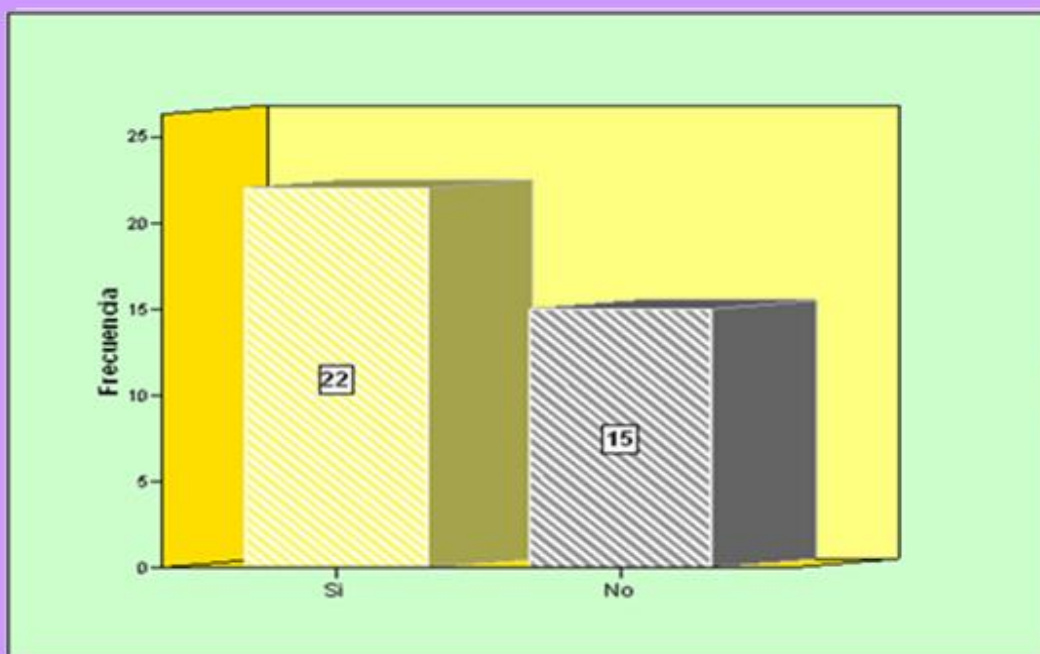
Esta categoría de variables, muestra las habilidades y conocimientos en que la microempresaria debe ser competente para ser una buena gestora de su negocio.

Un alto porcentaje de las encuestada, el 73% manifestó no saber cómo determinar las ganancias en su negocio, solo el 27% de las microempresarias manifestaron si tener este conocimiento.



Las microempresarias indicaron valerse de su experiencia para garantizar una entrada económica segura, que les permita mantener el negocio en marcha y sacar adelante sus gastos personales.

En cuanto al conocimiento de las microempresarias para calcular el precio de su producto 59.5% sabe como calcularlo, y un porcentaje importante, el 40.5% no tiene el conocimiento para hacerlo.



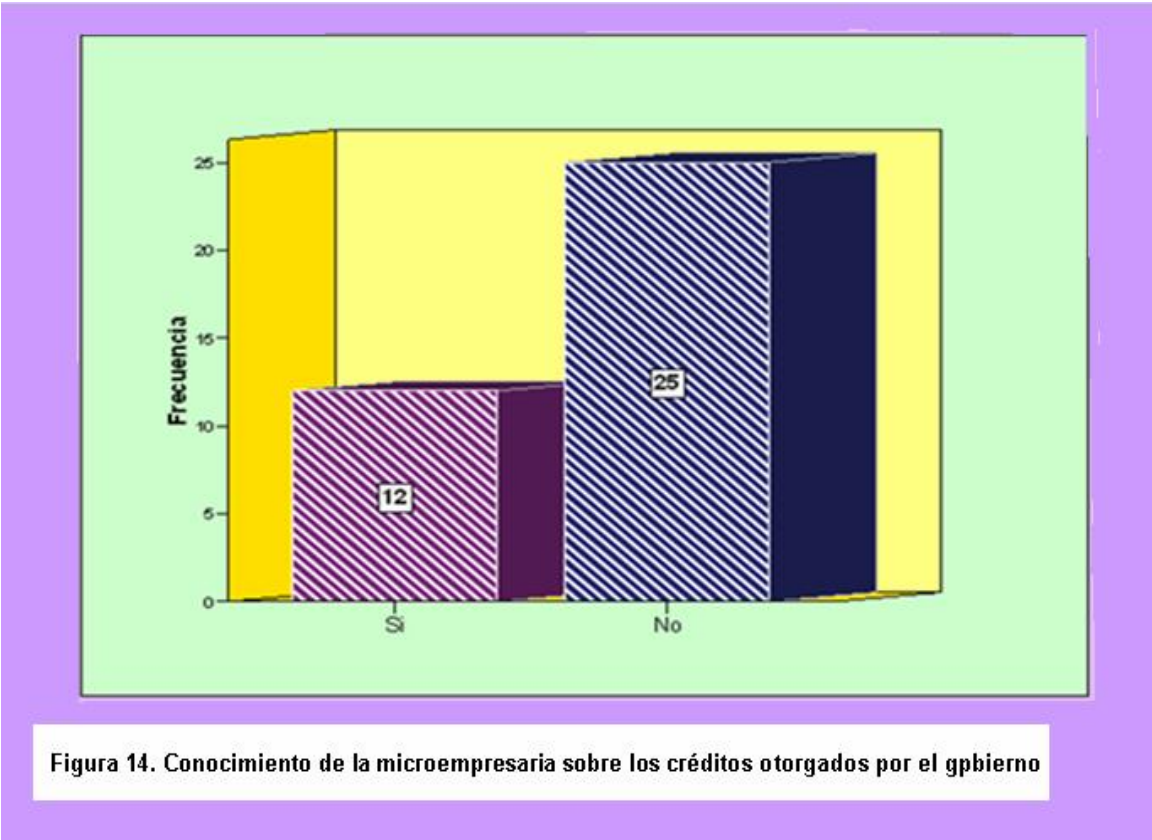
**Figura 13. Conocimiento de la microempresaria para calcular el precio de su producto**

Las empresarias mencionaron actuar por intuición, revisando los precios de su competencia y utilizando otro tipo de alternativas que generen precios atractivos para sus clientes y que les permitan a ellas mantenerlos sin perjuicio de su economía.

Otro dato importante que se identifica en las dos variables anteriores, es que las microempresarias manifiestan que sus negocios por tratarse de negocios pequeños no necesitan de llevar a cabo procedimientos tan complejos, aunque admitieron

que en ocasiones deben bajar la calidad de sus productos, adquiriendo insumos más económicos para poder mantener los precios a sus clientes.

Se cuestionó a las empresarias respecto de los créditos ofertados por el gobierno para las microempresas, solo el 32.4% de las microempresarias conoce o ha tenido información de ellos, y un 67.6% no.

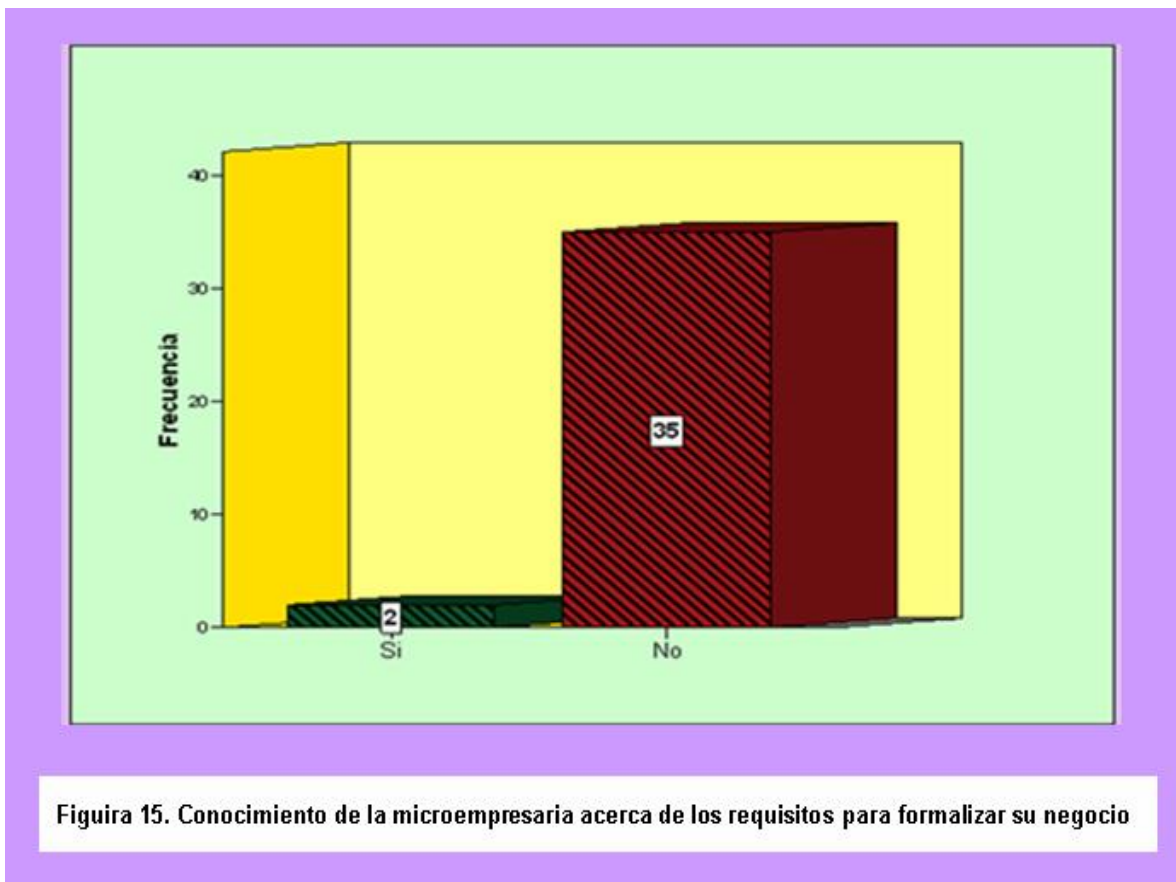


De las microempresarias que tienen conocimiento de los créditos y financiamiento, una cuarta parte de ellas mencionaron haber acudido a las instituciones y organismos de gobierno para informarse. Otras mencionaron haber recibido la información por medio de algún conocido.

En cuanto a las microempresarias que no tienen información en este sentido, la cerca del 30% de ellas mencionó su interés por conocer y en un determinado momento hasta utilizarlos, el resto no mostró interés por adquirir ningún tipo de

financiamiento algunas por no considerarlo necesario y otras más por temor a la deuda que adquirirían.

En cuanto a la interrogante de si las microempresarias conocen los requisitos necesarios para formalizar sus negocios | 94.6% de ellas, casi la totalidad, mencioné desconocer lo que se necesita frente al 5.4% que si tiene la información relativa.

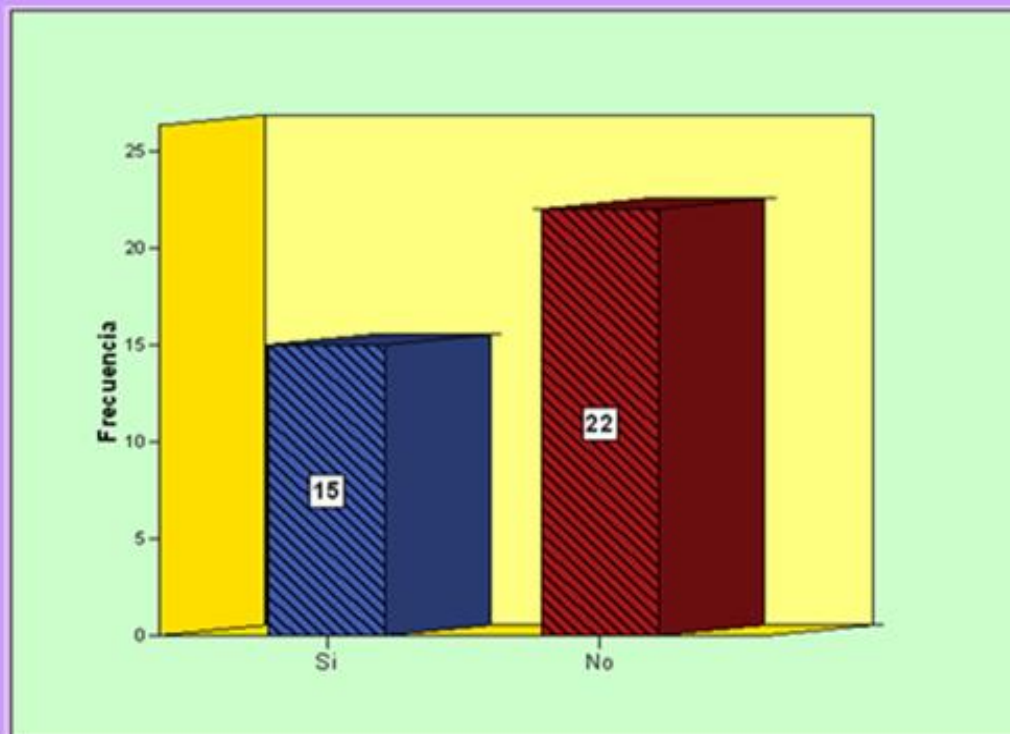


El bajo porcentaje de mujeres que si conocen los requisitos para formalizar su negocio, indicó que se interesaron por conocerlos para formalizar sus negocios, por que desean crecer o porque desde un inició planearon establecer sus negocios y quieren hacerlo correctamente.

Del resto de las microempresarias, casi un 70% dijo no estar interesada en formalizar su empresa, por la burocracia de los trámites o por no estar dispuesta a enfrentar cargas fiscales excesivas.

Para impulsar el desarrollo integral de la microempresaria, se consideró en la presente investigación la necesidad de que ésta adquiriera conocimientos que le permitiera hacer más eficiente la gestión de su negocio, en ello se incluye el uso de herramientas que faciliten su gestión.

Ante la interrogante de el conocimiento para usar la computadora el 40.5% mencionó si saber usarla frente a un 59.5% que indicó que no.



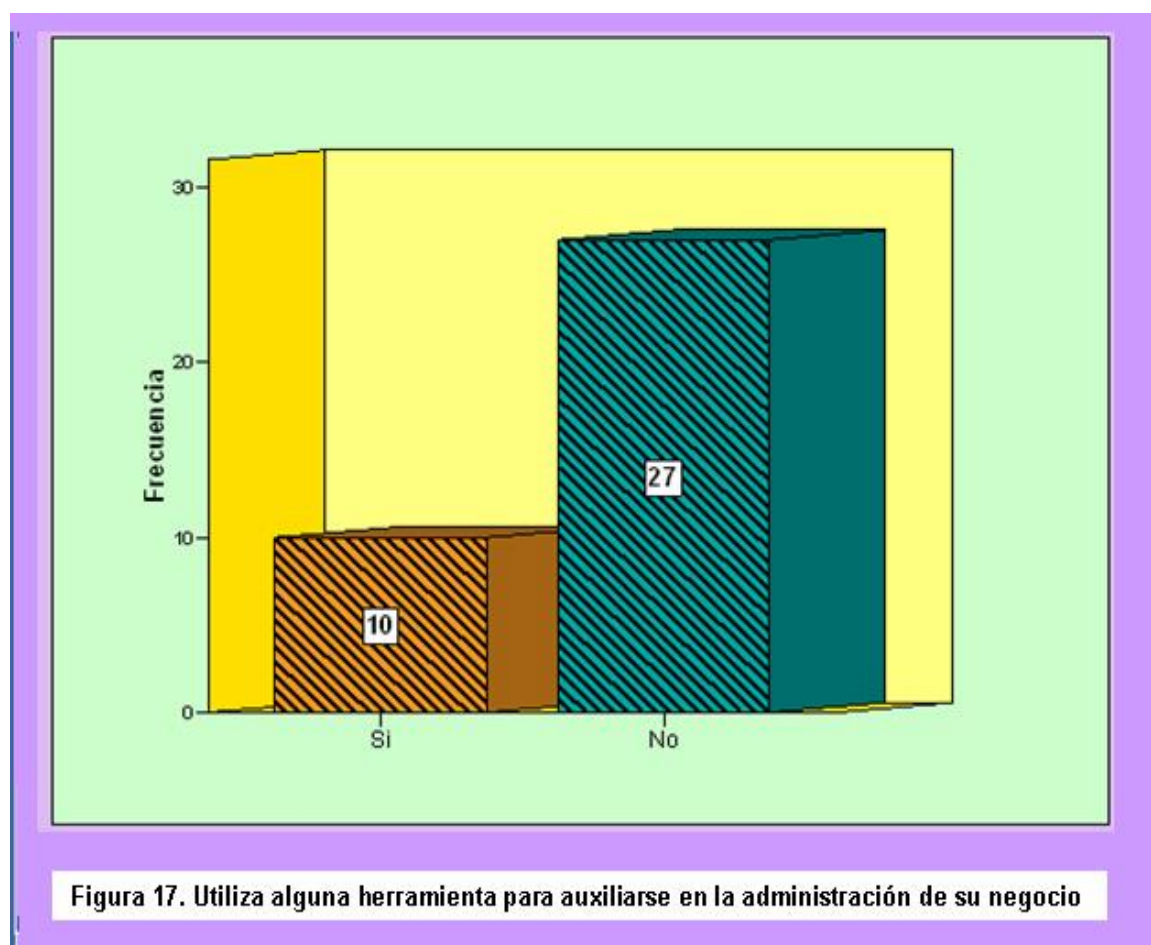
**Figura 16. Conocimiento de la microempresaria en el uso de la computadora**

La idea general de las microempresarias comercializadoras de alimentos que no sabe usar la computadora, respecto de esta variable, es que no se

requiere el uso de la computadora en su negocio y por lo tanto es irrelevante el conocimiento del uso de la misma.

Para complementar el ítem anterior, y reafirmando la importancia de que la empresaria adquiriera además del conocimiento las habilidades y destrezas necesarias para ser más competitiva, se le cuestionó sobre si utiliza algún tipo de herramienta que le auxilie en la administración de ésta, entendiéndose como herramientas el uso de computadora, calculadora, caja registradora, entre otras.

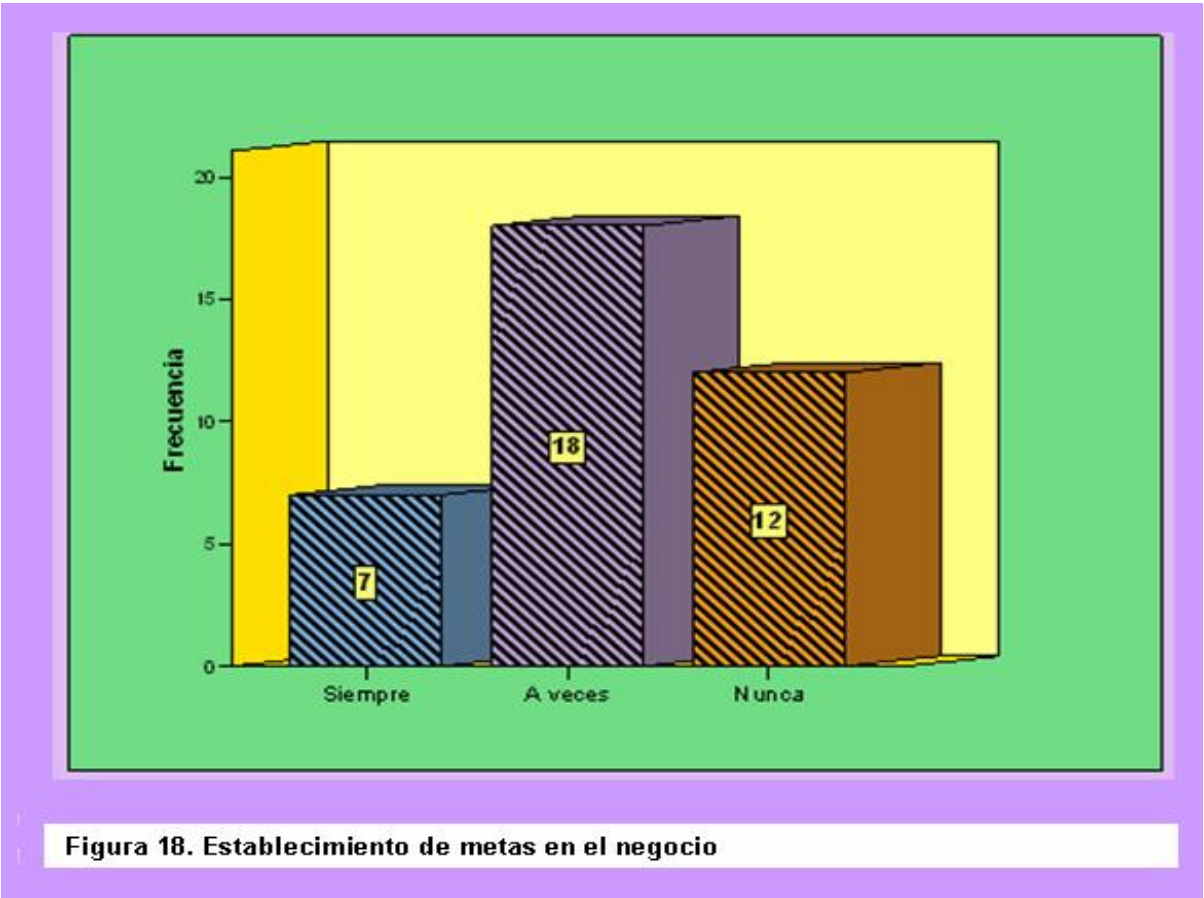
El 27% de las encuestadas mencionó si utilizar algún tipo de herramienta para ayudarse en su negocio mientras que el 73% dijo no utilizarlas.



En ambos casos, tanto las microempresarias que utilizan herramientas para facilitar la administración de su negocio como las que no, coincidieron en que la calculadora, si es muy necesaria para sus negocios.

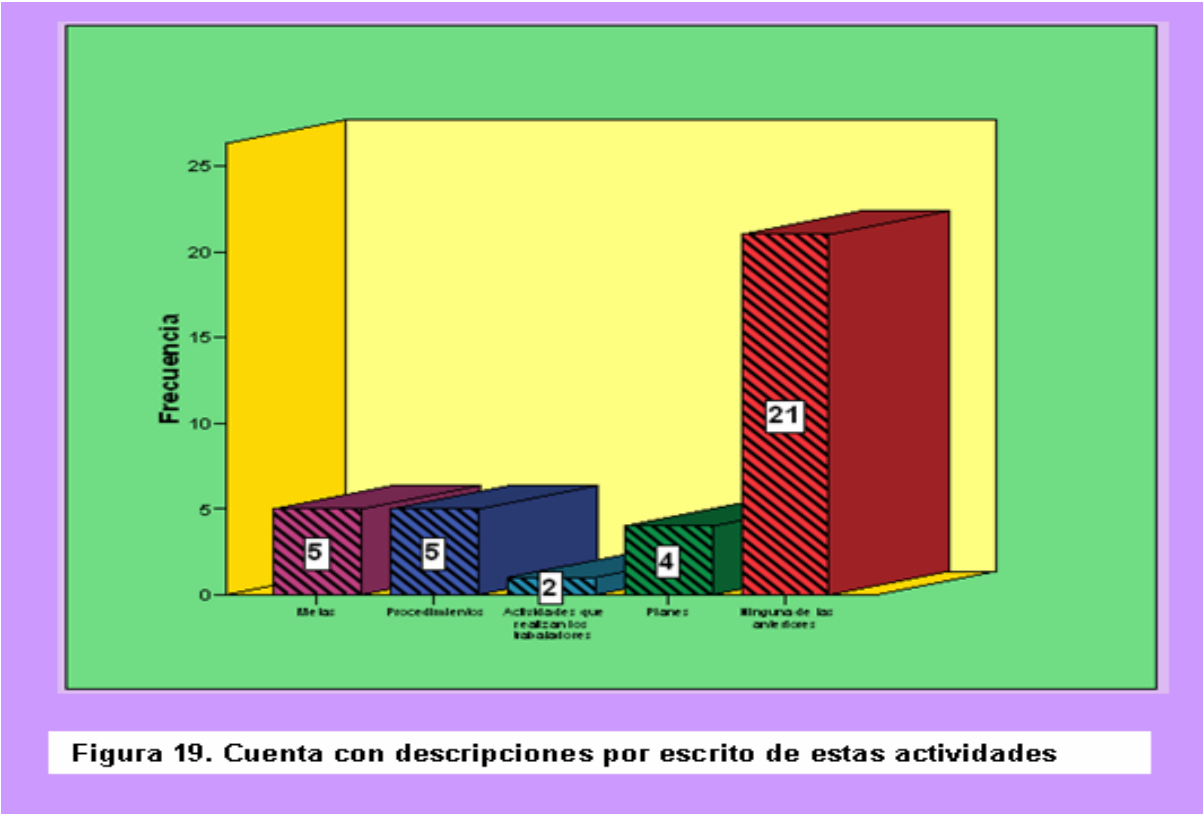
Por ser la planeación una de las funciones básicas de la gestión empresarial, se cuestionó a las microempresarias respecto de la frecuencia con que establecen metas dentro de su organización.

El 18.9% de ellas indicó que siempre, mientras que un 48.6% manifestó establecer metas permanentes en su empresa solo algunas veces.



Un marcado porcentaje de 32.4 % de las microempresarias mencionó que nunca establece metas para su negocio, algunas de las microempresarias que respondieron en esta categoría indicaron que por tratarse de un negocio tan pequeño no veían la necesidad de establecer metas, que ese tipo de cuestiones solo funcionan para las empresas grandes e importantes.

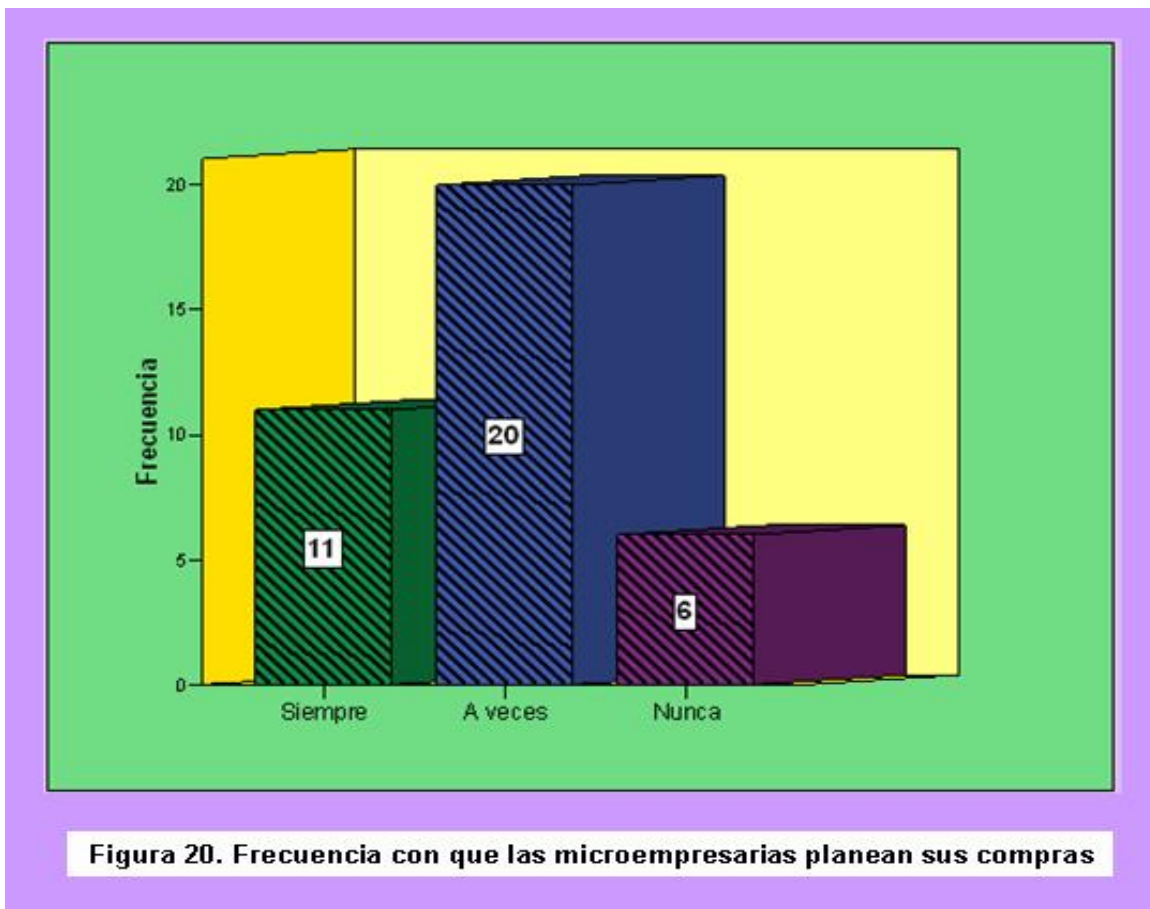
Para analizar la capacidad de organización de la empresaria respecto de su empresa, ya que ésta es una de las funciones elementales de la gestión empresarial, se cuestionó a las microempresarias respecto de si contaban con descripciones por escrito de alguna de las actividades básicas de su negocio, se le enumeraron específicamente: las metas de la organización, los procedimientos que se llevan a cabo cotidianamente en la empresa, las actividades que realizan los trabajadores en el cumplimiento de sus funciones, los planes futuros de su microempresa.



El 13.5% de las microempresarias cuenta con las metas de su empresa por escrito, otro 13.5% tiene la descripción de los procedimientos (principalmente relativos a la forma de elaborar determinados productos), solo un 2.7 % de las empresarias cuenta con una descripción de las actividades que deben realizar sus trabajadores y un 10.8% Cuenta con una relación escrita de planes, principalmente en lo relativo a la compra de insumos, pago de proveedores, entre otras más.

El resto de las microempresarias que integran el 56.8% no cuenta con ningún tipo de descripción de las actividades mencionadas.

Al cuestionar a las empresarias respecto de la frecuencia con que planean sus compras un 29.7% de las encuestadas manifestó que lo hace siempre, un 54.1% solo a veces y el 16.2 % nunca planea la adquisición de los insumos para elaborar sus productos.

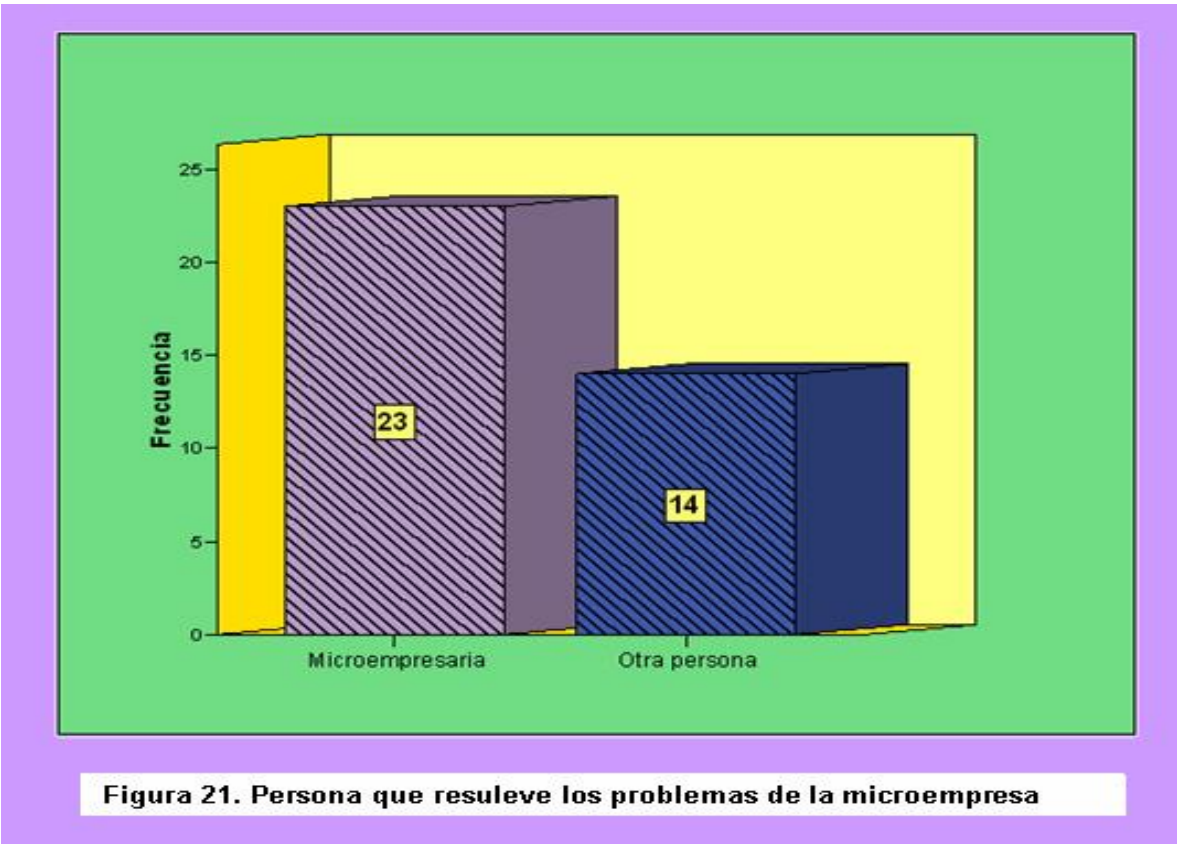


**Figura 20. Frecuencia con que las microempresarias planean sus compras**

Complementando esta pregunta, algunas de las microempresarias comentaron que en ocasiones han tenido que mantener cerrado su puesto por un día o dos, por no programarse y quedarse sin materia prima para la elaboración de su producto, otras más mencionaron que adquieren sus insumos al día e incluso periódicamente cada semana o cada tres días, dependiendo de cómo vaya el negocio.

En función del liderazgo, aunque no se cuestionó a la microempresaria respecto de si contaba con trabajadores bajo su mando, se observó su comportamiento frente a los problemas que puedan surgir en la empresa.

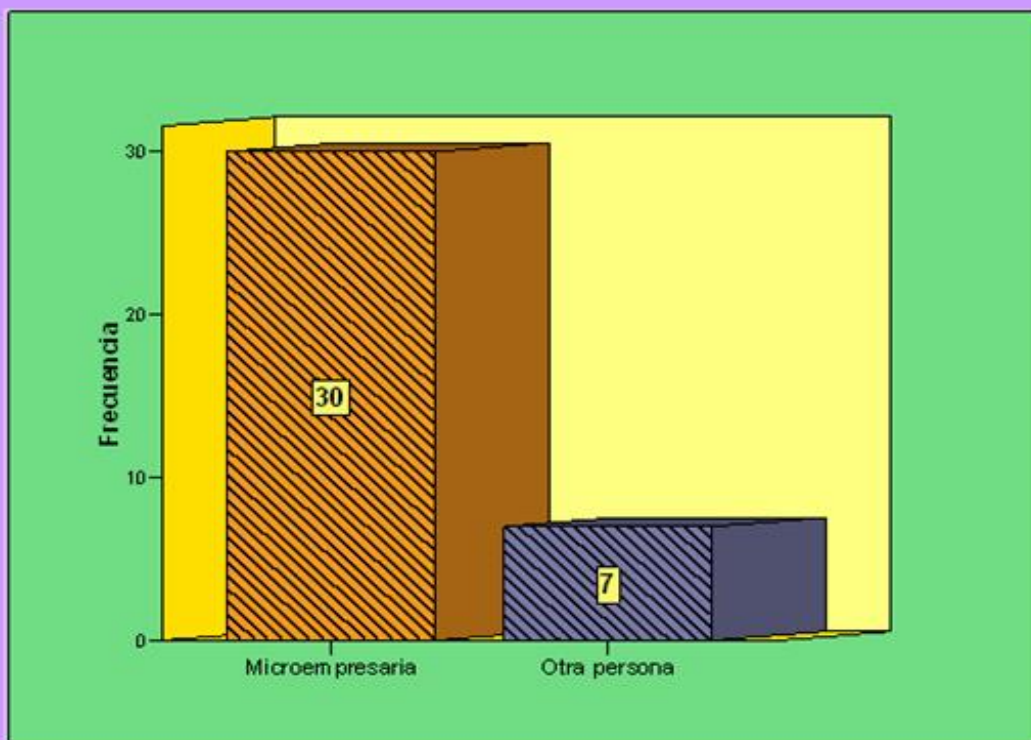
El 62.2% de las encuestadas mencionó ser ella misma quien resuelve los problemas que se le presentan en la organización, frente a un 37.8% que respondió que es otra persona quien resuelve los problemas de su microempresa.



De las encuestadas que mencionaron dejar en manos de otra persona la solución de los problemas que surgen en su empresas, algunas mencionaron que es su pareja o sus hijos quienes realizan esta actividad, aún en los casos en que ellos no forman parte de la microempresa, lo cual refleja por un lado lo importante que es la figura familiar para la mujer, y por otra parte se afianza lo observado en la variable de actitud pues la microempresaria no se siente capaz de resolver los problemas de su negocio por sí sola.

Continuando con la tarea del líder, se le cuestionó a las microempresarias quien es la persona que se encarga de supervisar su negocio.

El 81.1% indicó ser ellas quienes realiza esta función mientras que el 18.9% restante reconoció dejar en manos de otra persona esta tarea.

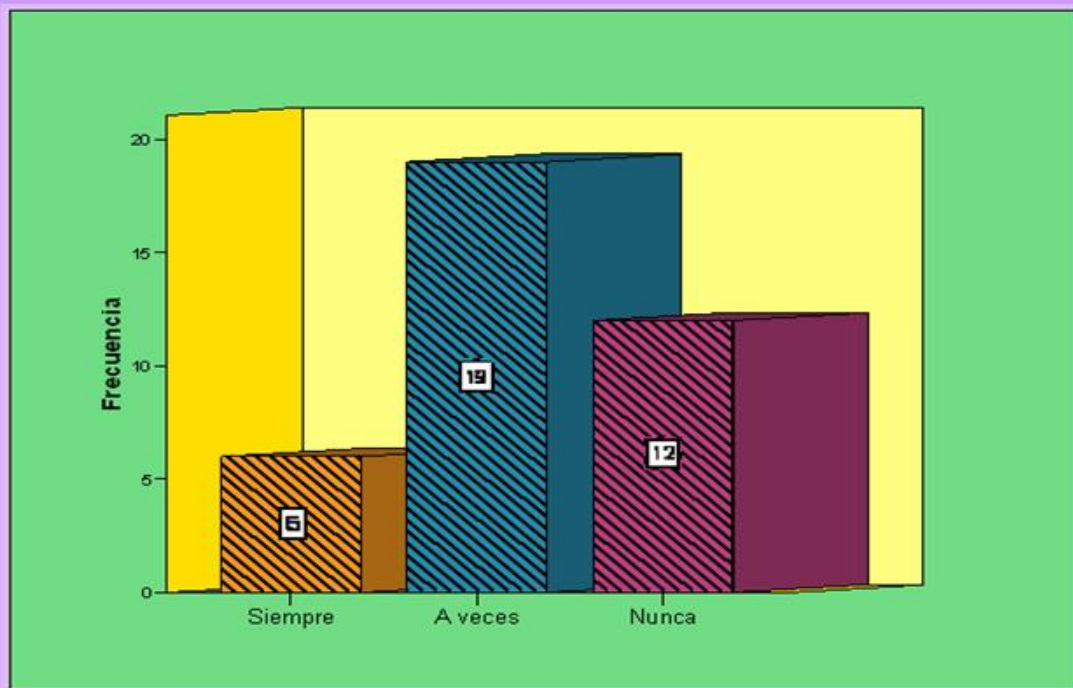


**Figura 22. Persona que supervisa el funcionamiento del negocio**

En este caso en particular, se observa que varias de las microempresarias que respondieron que es otra persona quien se encarga de supervisar el funcionamiento de su negocio también dejan en mano de familiares esta actividad, pero, además se encuentran la empresarias que tienen trabajadores a su servicio y que han delegado esa responsabilidad a alguno de ellos.

Dada la importancia de la función de control, se le plantearon dos últimos cuestionamientos a las microempresarias, en el primero de ellos se le cuestionó a la empresaria si cuenta con algún método para conocer la opinión de sus clientes respecto a su producto.

El 16.2% de las encuestadas dijo si tenerlo, y el 51.4 % indicó que a veces solamente. En ambos casos las microempresarias coincidieron con que es a través de preguntas directas al cliente respecto de que le pareció el producto, o si no le hizo falta nada, es como evalúan si todo está bien. También hubo quienes comentaron que su método se basa en observar el comportamiento del cliente para saber si esté a gusto con el producto y el servicio y atención que se le brinda.

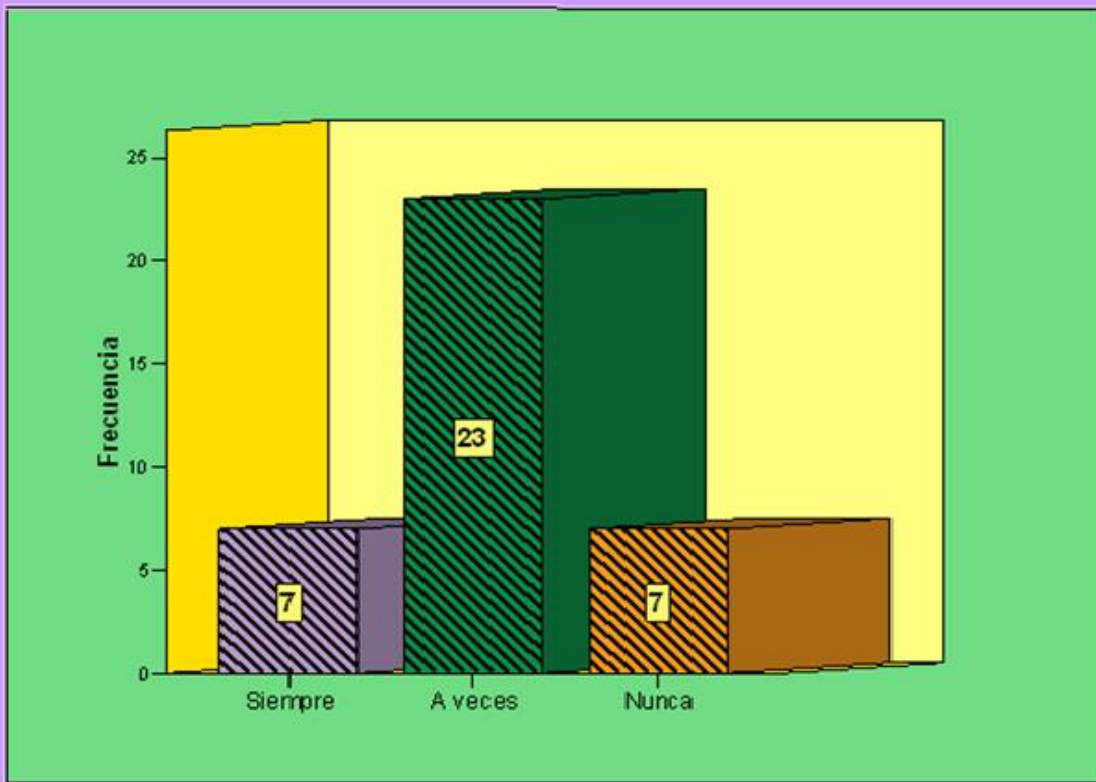


**Figura 23. Utiliza método algún para conocer la opinión de los clientes sobre su producto**

Finalmente un 32.4 % mencionó no contar con ningún método o mecanismo para conocer la opinión de su cliente.

La segunda interrogante, en función del control de la empresa, se planteó al cuestionar a las microempresarias si aplican algún método para garantizar la calidad de sus productos.

El 18.9 % manifestó siempre verificarlo, el 62.2% dijo que solo a veces lo hace y un 18.9% mencionó que nunca controla la calidad de su producto.



**Figura 23. Utiliza método algún para garantizar la calidad de su producto**

Las microempresarias que manifestaron verificar la calidad de sus productos, mencionaron que lo hacen comprando insumos de buena calidad, y revisando a través de la apariencia y el olor de los mismos si pueden ser utilizados en el proceso de elaboración de su producto, además de probar los alimentos o bebidas al elaborarlos para verificar que el sabor sea el adecuado.

## **CAPITULO V**

### **DISCUSION**

El presente capítulo tiene como finalidad interpretar los resultados de ésta investigación en relación con la hipótesis planteada en la introducción de este estudio, se describirán las conclusiones a las que se llegó a partir de los hallazgos señalados en el capítulo anterior y la interpretación de los mismos y finalmente se presentarán las conclusiones de la autora de esta tesis para posteriores investigaciones en el área.

### **5.1. Interpretación**

Al inicio de esta investigación, se planteó la siguiente hipótesis: “Un diagnóstico de necesidades de capacitación de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California, permite identificar sus deficiencias en el área de gestión empresarial”.

Como se estableció con anterioridad se entiende por Gestión Empresarial la actividad realizada por el empresario propietario del negocio, que busca a través del recurso humano mejorar la productividad y por ende la competitividad de su microempresa.

De los resultados obtenidos en el instrumento aplicado a los microempresarias, se derivan una serie de hallazgos e información que se analiza a continuación.

El primer hallazgo importante que destaca es el hecho de que poco más del 50% de los microempresarios cuenta con empleados a su servicio, lo que habla de la importancia de las microempresas como generadoras de empleo, de ahí la relevancia de los programas y planes de gobierno que se han fomentado en los más recientes sexenios presidenciales, principalmente en la última década.

En el caso de las microempresarias, poco mas del 70%, se manifestaron a cargo de su organización y atendiéndola personalmente, aunque casi la mitad de ellas

mencionaron contar con al menos un ayudante y en la mayoría de los casos se trata de un miembro de su familia.

Como puede observarse, las microempresas pueden identificarse como negocios familiares, en los que el propietario, comúnmente es el jefe de familia, quien aporta el capital, dirige y organiza el negocio.

El carácter familiar del negocio, aunque comúnmente es visto como una fortaleza, puede convertirse en una gran debilidad para la organización por más pequeña que sea, puesto que los integrantes de la empresa sienten que sus puestos están asegurados por el solo hecho de ser miembros de la familia, los roles y la jerarquía en la microempresa desaparecen cuando todos los miembros de la familia actúan como jefes y propietarios.

Por otro lado aunque Zabudovsky y Avelar (2001) limitan el concepto de empresaria solamente a aquellas mujeres que siendo propietarias de una empresa cuentan con empleados a su cargo, y Rubio (2006) considera que la organización es una unidad social coordinada, compuesta por dos personas o más, que funciona con constancia con el fin de alcanzar una meta o una serie de metas comunes, la autora de esta tesis considera que el caso de las mujeres que tienen un micronegocio, que atienden ellas solas, y sin empleados a su cargo, deben ser consideradas también como empresarias y su negocio como una organización, con todos los requerimientos necesarios en materia de gestión empresarial, para ser competitivas.

La microempresaria se enfrenta a escenarios competitivos, en los cuales su servicio se distingue solo cuando logra hacer la diferencia que genera un valor agregado a su cliente.

Si partimos de la idea de que la microempresaria comercializadora de alimentos trabaja de manera rudimentaria o artesanal en la elaboración de sus productos,

y no cuenta con los implementos necesarios para una mayor producción en caso de que la demanda del cliente se eleve, estamos frente a una empresa con gran potencial de crecimiento, que puede ver seriamente limitado no solo su desarrollo, sino incluso su permanencia, por falta de estrategias viables que le permitan planificar y organizar su microempresa.

Otro dato interesante que se desprende de las variables de caracterización, surge al identificar al grupo de mujeres de entre 36 y 50 años como el más extenso, pues poco más del 50% de las microempresarias se ubican en este rango de edad.

Este fenómeno responde a una realidad histórica observada con anterioridad por la autora de esta tesis en el trabajo de investigación de género “Discriminación laboral de las mujeres trabajadoras de las maquiladoras en la ciudad de Mexicali Baja California” (Estrada, 2006) en donde se analizan las circunstancias sociales y culturales que motivan a las mujeres a buscar un empleo.

En dicha investigación se hace referencia a información proporcionada por la Organización de las Naciones Unidas a través de los Derechos Humanos (2003) en que se presentan cifras que indican que las mujeres mayores de 35 años tienen más dificultades para conseguir un empleo permanente y con un salario fijo, lo que las lleva a auto emplearse por medio de micro y pequeños negocios principalmente en las áreas de comercialización de alimentos, confección de ropa, elaboración y venta de manualidades y trabajo de estéticas.

Respecto de la correlación directa entre el grado de instrucción de las mujeres y su participación en la fuerza laboral, según la información proporcionada por INEGI (2002) menos del 40% de las mujeres que trabajan tienen solo el nivel hasta secundaria, siendo muy amplio el número de trabajadoras con estudios superiores.

Contreras Soto, R. (2007) en sus estudios sobre el perfil del empresario de los micronegocios en México, concluye que el 68.62% de los microempresarios cuentan con nivel básico de estudios hasta secundaria y a su vez de ellos el 37% solo tiene estudios de primaria, en algunos casos incluso sin terminar.

En el caso de esta investigación y tratándose específicamente de microempresas en el giro de comercialización de alimentos, en la Colonia Independencia de Mexicali, solo el 2% de las microempresarias encuestadas dijo tener estudios superiores. Es de mencionarse, que se observó una marcada tendencia de las microempresarias hacia el nivel medio básico que incluye secundaria y algún tipo de preparación técnica.

Retomando la conceptualización de Chiavenato (2000) sobre la educación como la influencia que el ser humano recibe del ambiente social durante su existencia para adaptarse a las normas y los valores vigentes y aceptados, y considerando la importancia de desarrollar a las microempresarias integralmente, incluida la afectividad de las mismas, interesantes resultados se observan respecto de las variables de actitud que se evaluaron en la presente investigación.

Al analizar la actitud de la microempresaria respecto de la relación con su familia, se observa que un número importante de ellas, el 48.6 % no se sienten apoyadas por su familia en relación con su negocio.

Esta actitud que en la escala de Likert se observa bastante lejana de ser muy favorable, es sin duda un agente desmotivador de la microempresaria, si consideramos que su comportamiento es producto de las costumbres del grupo en que vive (Boas 1975).

Para Monjas (1999) las relaciones interpersonales son un fin en si mismo, y si a ello agregamos que en la cultura mexicana la familia es lo más importante para la mujer, las posibilidades de que la actitud de la microempresaria que se siente

poco o nada apoyada por su familia, afecten el desempeño en su negocio y las posibilidades de desarrollo del mismo, son claras.

Si a la carga de las tareas domésticas, que no desaparecen para la microempresaria por el hecho de que esté al frente de su negocio, agregamos la incompreensión, la intolerancia, la indiferencia, o cualquiera otro sentimiento negativo, más difícil es para la mujer generar relaciones interpersonales positivas y satisfactorias, incluso más allá del seno familiar.

Por otra parte, también respecto de la relación con su familia, al cuestionarse a la microempresaria si se siente el sostén económico de su familia, casi el 80 % de las encuestadas manifestó no sentirse el sostén económico de sus familias.

Al cruzar esta información con la variable de caracterización relativa al aporte al ingreso familiar, más se afianzan las deficiencias actitudinales, puesto que cerca del 60% de las microempresarias encuestadas respondieron a la variable indicando que aportan entre el 75% y 100 % del ingreso de su familia.

Un reciente estudio sociodemográfico de Mexicali realizado por el Consejo Estatal de Población (CONEPO 2005) indicó que en nuestra ciudad el 34% de los hogares son dirigidos por jefas de familia, mujeres que son el principal sostén económico en sus hogares, aún en los casos de contar con un compañero, al llevar a casa un sueldo mayor.

Si más de la mitad de las microempresarias encuestadas manifiestan aportar casi el total de los ingresos de la familia, pero solo el 20% se percibe como sostén económico de su familia, se observa claramente un bajo o nulo reconocimiento de la mujer en el hogar, que es incluso propiciado por ella misma al minimizar su labor dentro y fuera de casa.

Continuando con el análisis de las variables afectivas, es de llamar la atención que casi una quinta parte de las microempresarias, al ser cuestionadas respecto de cómo se perciben, si como una mujer optimista, segura de si misma, motivada o entusiasta, respondieron no coincidir con ninguna de las actitudes anteriores.

Si partimos de la idea presentada en el marco teórico de esta investigación, en donde se caracteriza al empresario con un alto grado de motivación, ésta variable ofrece un escenario en el cual un buen numero de las microempresarias no solo no se siente motivada, sino que además no tiene confianza en si misma, ni entusiasmo para realizar sus labores, ni siquiera muestra optimismo, lo que visto desde la perspectiva de la aplicación de la inteligencia emocional, es un problema que de lo personal se deriva a lo laboral, afectando incluso a quienes le rodean.

La interpretación de esta variable en la escala de Likert se ubica casi al centro de las actitudes, aunque con claras tendencias hacia la actitud muy desfavorable; lo que hace evidente la necesidad de dotar a las microempresarias de herramientas que les permitan mejorar sus actitudes y sus relaciones interpersonales para tener un negocio más competitivo y exitoso.

Observada la actitud de la microempresaria respecto de las relaciones con su familia y la percepción de si misma, se verificó su actitud frente a su negocio, al cuestionarla respecto de la razón que la llevó a abrir su negocio, y aunque más del 40% se hizo microempresaria por falta de trabajo, las tendencias que se observan en la escala de Likert muestran una clara tendencia hacia la actitud muy favorable.

Respecto de las variables de proceso administrativo, éstas fueron observadas para determinar los conocimientos y habilidades de la microempresaria para gestionar su negocio. Se integraron variables de las funciones básicas de

administración empresarial que se consideran elementales para este tipo de empresas, tales como planeación, organización, liderazgo y control.

El 73% de las microempresarias, no sabe como determinar las ganancias de su negocio, y en complemento de esta información el 40.5% de las encuestadas no sabe calcular el precio de su producto para que éste realmente le genere ganancias.

En ambas variables se observa que las empresarias no tienen el conocimiento necesario para poder administrar su negocio adecuadamente en lo que se refiere a las finanzas del mismo, si bien es cierto, que por tratarse de negocios muy pequeños no requieren de grandes capitales, y que los costos de sus procesos de producción no son muy elevados, también es verdad que una inadecuada administración financiera puede provocar el cierre de la empresa.

Si siete de cada diez microempresarias no sabe como determinar las ganancias en su negocio, es comprensible que cuenten con recursos limitados para expandir su negocio, abrir nuevos mercados o elevar la producción.

En ese sentido, esta información obtenida en el campo de estudio confirma las cifras manejadas por la Secretaría de Economía (2006) que indica que al menos el 60% de las microempresas mexicanas desaparecen en el primer año de vida, por la falta de una correcta administración por parte de sus propietarios.

De la mano de la falta de conocimiento en materia de administración financiera, se encuentra la actitud de la microempresaria respecto de su negocio. Como se mencionó con anterioridad en este mismo capítulo la actitud de la microempresaria hacia su negocio es positiva, sin embargo, no hay que dejar de lado que solamente el 21.5% abrió su microempresa por que tenía deseos de tener un negocio propio, de hecho este número de mujeres además coincidió en

percibirse motivada, entusiasta, segura de si misma y optimista del futuro de su negocio.

Sin embargo, el 78.5% restante, se convirtió en microempresaria por que las circunstancias del entorno la orillaron a ello, ya sea por necesidades económicas o por falta de trabajo, lo que sugiere una improvisación y falta de información y preparación para administrar correctamente la microempresa.

Finalmente un buen numero de las microempresarias (casi la tercera parte de las encuestadas) considera que su negocio no requiere de una administración formal, aunque reconocen no tener elementos para manejar el alto costo de sus insumos, y los embates de la crisis económica.

Las microempresarias prefieren mantener sus negocios informales debido al temor de las repercusiones legales y en materia fiscal que pueden enfrentar, su dicho, coincide con el análisis presentado por el Instituto de de Investigaciones Legislativas del Senado de la República (2002) que señala que los empresarios perciben la existencia de un régimen de terrorismo fiscal en el que se persigue al que paga y se tolera al que no lo hace, lo que explica en parte el deseo de las microempresarias de conservar sus negocios en el sector informal.

Este dato fue corroborado en la variable de proceso administrativo de requisitos para formalizar su negocio, en donde casi la totalidad de las microempresarias indicaron no conocer los requisitos legales para formalizar sus empresas, más aún 7 de cada 10 microempresarias que no conocen estos requisitos, no estén interesadas en formalizar su negocio.

Los argumentos principales son el sentido de que se verían afectadas al tener que enfrentar las cargas fiscales e impuestos a los que se sujetan las empresas y esto de la mano de su poco interés por adquirir créditos o cualquier tipo de financiamiento, orillan a las microempresarias a mantenerse en la informalidad.

Lo observado en esta variable, coincide con Solleiro y Castañón (1998) quienes identificaron que entre las problemáticas de las MIPYMES, manifestadas por los propios empresarios, la carga fiscal es excesiva y desalienta la formación de nuevas empresas, al tiempo que ahoga las ya establecidas con estímulos fiscales prácticamente inexistentes y que además se aplican indiscriminadamente tanto a micro como a grandes empresas.

Las variables de proceso administrativo, permitieron identificar de que manera administran las microempresarias su negocio, en estas se consideraron las cuatro funciones básicas de la gestión empresarial: la planeación, la organización, la dirección y el control.

Como se observó en el capítulo de resultados, las deficiencias en materia de gestión empresarial son claras.

Para identificar si las empresarias llevan a cabo la planeación en sus negocios, se les cuestionó respecto al establecimiento de metas y la frecuencia con que planean sus compras. Sin olvidar la importancia de la planeación en el establecimiento no solo de metas, sino también de objetivos, estrategias y planes, para el mejor funcionamiento del negocio, las respuestas que presentaron las microempresarias fueron claras y contundentes.

Una tercera parte de las encuestadas reconoció no establecer metas y cerca de la mitad mencionó que solo a veces lo hacen, ante estos resultados el primer cuestionamiento que surge es ¿Cómo puede la microempresaria tomar decisiones idóneas respecto a su empresa, si no cuenta con metas o con objetivos a alcanzar?

Si bien es cierto que un alto número de las microempresarias estableció su negocio de manera improvisada, sin previa planificación y como una respuesta a

circunstancias del entorno que la colocaron en circunstancias económicas demandantes de un ingreso, por otra parte, a pesar de la improvisación de origen en el surgimiento del negocio, el establecimiento de metas es una prioridad para mantener a la empresa no solo con vida, sino en un nivel de competencia ante otras empresas similares.

Para Rubio (2006) al planificar una estrategia para llegar a la meta la empresa se fija una serie de puntos o segmentos de mercado definidos, en los cuales es más fácil percibir las aproximaciones y avances que se van logrando.

En ello radica esencialmente la importancia de las metas, al cuestionar a las microempresarias respecto de la frecuencia para establecer metas en su negocio, lo que la autora de esta tesis pretende es observar si además existen estrategias para el alcance de dichas metas, si se cuenta con objetivos o planes, que fortalezcan las posibilidades de alcanzar esa gran meta de la organización.

Es imposible actuar y tomar decisiones correctas cuando se desconoce el punto al que se quiere llegar, esa es la esencia de la planeación, tener la posibilidad de trazar, de imaginar caminos, escenarios distintos, de prever y diseñar las estrategias y alternativas más viables dependiendo de las necesidades específicas de cada organización.

Establecer metas dentro de la empresa, implica fijar objetivos, y determinar las actividades que se han de realizar para alcanzar éstos, pero además, marcar los tiempos en que estos objetivos han de ser alcanzados.

La microempresaria debe tomar conciencia de que el establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo, puede hacer la diferencia entre obtener beneficios económicos, expandir la empresa, sobrevivir o simplemente desaparecer ante los embates del entorno y de la competencia.

Por otra parte la importancia de contar con procedimientos escritos de las actividades elementales del negocio, le da a la microempresaria la posibilidad de crecer en su negocio, fortalecerlo, conocerlo bien y a fondo para poder hacerle mejoras que se traduzcan en beneficios para su microempresa.

Para Rubio (2006) un empresario que dirige su empresa personalmente no tiene necesidad de delegar responsabilidades, pero puede hacerlo siempre y cuando la toma de decisiones sea de él.

Si partimos de que una de las principales responsabilidades de un buen gestor es la resolución de conflicto, principalmente los que surgen en los recursos humanos, y la posibilidad de detectar los síntomas del conflicto desde antes de que este surja, sin duda la autora de esta tesis coincide con Rubio en el sentido de que no debe delegarse la toma de decisiones, cuando el propietario se encuentra a cargo de su empresa.

En el caso de las microempresas comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia, en el 62% de los casos las microempresarias resuelven los problemas de la organización ellas mismas, pero en el resto de las encuestadas, delegan esta responsabilidad incluso a personas ajenas a la empresa, pero que forman parte de su entorno cercano o familiar.

Volvemos al punto que caracteriza notablemente a las microempresas informales, ese carácter familiar que tiene. Empresas en donde el propietario y sus trabajadores son consanguíneos, o empresas en las cuales aunque la familia directa de la microempresaria no esté integrada en el negocio, es requerida para la toma de decisiones importantes, como se había mencionado con anterioridad.

Si la importancia del liderazgo radica en que la empresaria sea la que resuelva conflictos y tome decisiones respecto de su negocio, solo en algunos casos se

puede considerar el que la microempresaria delegue esta función a otra persona, y es en el caso de que cuente con personal capacitado y en niveles jerárquicos que le permitan decidir en ausencia de la microempresaria, de otra manera estamos frente a un problema de actitud de la empresaria.

Con todo lo anterior no es difícil percibir, que la mayoría de las microempresas tienen problemas de gestión empresarial, que se refleja en la falta de capacidad para mejorar aspectos importantes de la empresa, tales como la administración, finanzas, mercadotecnia, la gestión de los recursos humanos y la identificación de oportunidades de crecimiento del negocio y de nuevas oportunidades para el mismo.

No cabe duda que la educación informal ha dotado a las microempresarias de una intuición basada en la experiencia y la práctica de su actividad. Sin embargo la ausencia de procedimientos, de controles, de seguimiento a las actividades propias de su microempresa, la falta de planes y objetivos, son evidentes.

De todas las variables observadas en esta investigación y de la combinación de las mismas para determinar las necesidades de capacitación de las microempresarias y en relación con la hipótesis planteada: “Un diagnóstico de necesidades de capacitación de las microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali, Baja California, permite identificar sus deficiencias en el área de gestión empresarial” la investigación permitió efectivamente identificar claras necesidades de capacitación en las áreas funcionales de la Gestión Empresarial, principalmente en lo que a planeación, organización y control se refiere.

## **5.2. Conclusiones**

En congruencia con los resultados obtenidos en el presente estudio, basándonos en la teoría y en la información de campo recopilada, se llegó a las siguientes conclusiones:

### **PRIMERA.**

La gestión empresarial no es solo para las grandes empresas.

Las empresas sin importar su tamaño requieren de estrategias viables que les permitan consolidarse y ser competitivas, necesitan de un gestor que desarrolle al máximo sus habilidades, que aplique sus conocimientos y sepa manejar sus actitudes positivamente, todo esto con la finalidad de convertir la empresa en una organización de éxito, entendiéndose por empresa exitosa, aquella que alcanza sus metas y maximiza las oportunidades para la organización y cada uno de los que forman parte de ella.

### **SEGUNDA.**

Representatividad significativa de las mujeres.

Las microempresas comercializadoras de alimentos son una alternativa para las mujeres que requieren acceder al mercado laboral y aportar su ingreso a la economía familiar, en la Colonia Independencia de Mexicali, el 33.1% de este tipo de empresas son dirigidas por empresarias lo que se traduce en que 3 de cada 10 microempresarios son mujeres.

### **TERCERA.**

Empresa familiar, una característica de la microempresa informal

Las microempresas informales, en su mayoría son de tipo familiar, con las fortalezas y debilidades que esto les genera, se caracterizan por no tener roles claros y definidos, no contar con una estructura, y por su jerarquía y liderazgo confusos. Por otra parte, un proyecto común en la familia puede estrechar o

dividir los lazos familiares, lo cierto es que es imposible separar lo laboral de lo familiar y viceversa.

#### **CUARTA.**

Generar confianza en la microempresaria.

Es necesario generar en la microempresaria un clima de confianza, sobretodo en estos tiempos en que la falta de credibilidad llega a todas las esferas, brindarle herramientas para que su negocio sea más competitivo solo puede lograrse si se consigue generar un contexto cómodo y agradable para la empresaria, que ante cualquier acercamiento se muestra más que cautelosa y precavida, desconfiada.

#### **QUINTA.**

Edad promedio de las microempresarias comercializadoras de alimentos

La creación de una microempresa, se vuelve una opción más atractiva para aquellas mujeres que rebasan los 35 años, cuyas posibilidades de colocarse en un empleo asalariado se ven disminuidas, éstas, gozan de pocas alternativas, la microempresa comercializadora de alimentos le concede el beneficio de ser dueñas de su tiempo y conservar los lazos familiares, aspecto de suma importancia debido a nuestra cultura e idiosincrasia.

#### **SEXTA.**

Las actitudes, esenciales en la capacitación de las microempresarias.

La importancia de la capacitación radica no solamente en la adquisición de conocimientos y habilidades, para complementar el conjunto de saberes que harán competitiva a la microempresaria, es necesario desarrollar sus actitudes, fortaleciendo su motivación, su capacidad para interrelacionarse con otros individuos y para resolver conflictos y tomar decisiones.

### **SEPTIMA.**

Microempresas improvisadas en su mayoría.

Menos de la tercera parte de las microempresas comercializadoras de alimentos establecidas informalmente en la Colonia Independencia de Mexicali, fueron creadas con un plan de negocios, al menos elemental y básico. El resto de las microempresas nacieron a consecuencia de falta de empleo o problemas económicos por parte de las microempresarias.

### **OCTAVA.**

Microempresas proactivas gracias a la Gestión empresarial.

La gestión empresarial está asociada directamente a los cambios que se suscitan en el entorno, la capacidad de la microempresa para adaptarse a nuevos escenarios depende en gran medida del correcto desarrollo de las funciones básicas de gestión en la microempresa. La microempresaria que es buena gestora, logra identificar oportunidades de mejora, nuevos mercados, talentos humanos para hacer su negocio más competitivo y liderar a empresas similares en su entorno, estableciendo las pautas a seguir, conciente de que el cambio es permanente y seguro.

### **NOVENA.**

La capacitación es la llave de la creatividad.

La capacitación es una alternativa para potenciar la creatividad e innovación de la microempresaria basada en el conocimiento de sus necesidades, y valorando sus actitudes, habilidades y aprendizajes, como la base del desarrollo de una empresa competitiva.

## **DÉCIMA.**

El éxito radica en la capacidad de aprender.

La capacidad de aprendizaje permite además de solucionar problemas, que la microempresaria se cuestione y replantee continuamente sus necesidades, sus metas, los métodos y procedimientos, así como las estrategias que implementa para lograr sus propósitos.

Aprender a aprender implica innovar constantemente, propiciar el cambio, hacer uso de la información y de la inteligencia emocional.

## **DÉCIMOPRIMERA.**

Trabajar sobre las actitudes consiste en detectar y transformar mediante la capacitación aquellas creencias, actitudes, emociones y comportamientos negativos que interfieran con la aplicación efectiva de las habilidades aprendidas y con el logro de los objetivos y metas de la microempresa, produciendo así un aumento de productividad.

## **DÉCILOSEGUNDA.**

En lo que respecta a la hipótesis planteada al inicio de esta investigación se encontró que existen claras deficiencias en materia de gestión empresarial en las microempresarias comercializadoras de alimentos, de la Colonia Independencia de Mexicali, por lo que puede decirse que la hipótesis ha sido apoyada.

### **5.3 Recomendaciones**

Con base en los resultados de esta investigación, a continuación se presentan algunas recomendaciones:

1. Obtener una base para la programación posterior de investigaciones particulares acerca de los problemas relevantes detectados en las

microempresarias comercializadoras de alimentos en la Colonia Independencia de Mexicali.

2. Programar la realización de estudios posteriores, en distintas zonas de Mexicali, para identificar las similitudes y diferencias entre los perfiles de las microempresarias comercializadoras de alimentos y conocer sus propias necesidades de capacitación.
3. Diseñar un Programa de capacitación en gestión empresarial integral, que abarque las tres áreas del aprendizaje: cognoscitiva, psicomotriz y afectiva, con formato de taller y basado en módulos con temas como Planeación estratégica, Costos, Organización. Liderazgo y toma de decisiones, Herramientas de gestión administrativa, Inversión y comercialización y Calidad y control de los procesos.
4. Implementar el programa de capacitación, diseñado previamente acorde a las necesidades de las microempresarias comercializadoras de alimentos, como prueba piloto, para realizar un estudio de caso basado en los resultados de la capacitación en gestión empresarial y las posibilidades de mejora y crecimiento que pidieran generar a la microempresa.
5. Propiciar el enlace con otros proyectos complementarios de microempresas dirigidas por mujeres, no solo en el área de comercialización de alimentos, para fortalecer la equidad de género y poner el conocimiento científico en manos de

## Referencias Bibliográficas

- Arias Galicia, Fernando. (1994). *Administración de los Recursos Humanos*. Editorial Trillas. México,
- Arguelles, Antonio (comp.) (1996) *Competencia laboral y educación basada en normas de competencia*. México. Limusa.
- A.F. Stone James y Freeman R. Edward. (1996) *Administración*. Pearson Educación.
- Betancourt Tang, J.R. (2006) *Gestión Estratégica: Navegando hacia el cuarto paradigma*. Edición electrónica gratuita. [www.eumed.net/libros/2006c/220/](http://www.eumed.net/libros/2006c/220/)
- Bourdieu, P.; Passeron, J.; Chamboredon, J. (1998) *El oficio del sociólogo*. 20ª ed. México: Siglo XXI.
- Bisquerra R. (1999) *Educación Emocional y Bienestar*. Barcelona: Praxis.
- Carrobbles, eds. (1986) *Evaluación conductual*. Madrid: Pirámide.
- Camp B y Bash A. (1998) *Piensa en voz alta. Habilidades cognitivas y sociales en la infancia*. Valencia: Promolibro
- Contreras Soto, R. (2007) *Aproximación al perfil del empresario de los micronegocios en México. De acuerdo a los resultados INEGI (2003)*. México. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guanajuato.
- Diccionario Jurídico Mexicano. Instituto de Investigaciones Jurídicas.. Universidad Nacional Autónoma de México.- (1997) Décima edición.- México, Editorial Porrúa
- Franklin, Enrique Benjamín. (2004). *Organización de Empresas*. México McGrawHill.
- Fred. R. Davil. (1999). *Conceptos de Administración Estratégica*. Chile Prentice Hall.
- Graig L., Robert. (1975) *Manual de Entrenamiento y Desarrollo del personal*. México, Editorial Diana
- HayGroup (1996) *Las competencias: clave para una gestión integrada de los recursos humanos*. Bilbao: Deusto.

- Instituto de Investigaciones Científicas del Senado de la República (2002) *Micro, pequeñas y medianas empresas en México. Evolución, funcionamiento y problemática*. México.
- Koontz Harold y Weihrich Heinz. (2004). *Administración, Una perspectiva global*. México. McGrawHill.
- Laborda-De Zuani, Leopoldo Laborda Castillo. (2004). *Fundamentos de gestión empresarial*. España Valletta Ediciones.
- León C. y otros (2007) *Gestión empresarial para agronegocios*. Edición electrónica gratuita: [www.eumed.net/libros/2007c/318/](http://www.eumed.net/libros/2007c/318/)
- Martínez A y Marroquín M. :(1997) *Desarrollo de habilidades sociales*. Bilbao: Mensajero
- Marroquín M y Villa A. (1995.) *La Comunicación Interpersonal. Medición y estrategias para su desarrollo*. Bilbao: Mensajero
- Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. (1999). *Administración Estratégica, Competitividad y conceptos de Globalización*. México. International Thomson.
- Patrone, Alessandro (1997) *Metodología de formación flexible para pequeños empresarios latinoamericanos*. Montevideo: CINTERFOR-OIT. (Año 8 N°2, Diciembre 1997)
- Rachman, David J. y Michael H. Mescon. (1997) *Introducción a los negocios*. México. McGraw-Hill.
- Ramos, J. (1979) *Tecnología Capacitación y Empleo en PREALC: México: "La pequeña industria en una estrategia de empleo productivo, Serie Investigaciones sobre empleo, N. 17, OIT, Chile*.
- Reyes Ponce, Agustín. (1982). *Administración de empresas I: Teoría y práctica*. México. Limusa.
- Richard L. Daft. (2005). *Teoría y diseño organizacional*. Thomson Learning Ibero.
- Rubio Domínguez, P. (2006) *Introducción a la gestión empresarial*. Edición electrónica. [www.eumed.net/libros/2006/prd](http://www.eumed.net/libros/2006/prd)
- Santoni Rugiu, A. (1996) *Nostalgia del maestro artesano*. México: UNAM; Porrúa.
- Senge, P. (1998) *La quinta disciplina: cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*. Ediciones Granica

Silceo Aguilar, Alfonso (1995). *Capacitación y Desarrollo del Personal*. México. Editorial Limusa.

Thompson, Arthur & Strickland, A. J. (2005) *Administración Estratégica. Textos y Casos*. Mc Graw Hill.