

# **POTENCIAL Y RETOS DE LAS MICROEMPRESAS FAMILIARES ORIENTADAS A ALIMENTOS Y BEBIDAS: COMUNIDAD “CALDERITAS” QUINTANA ROO**

**Por: Ma. de Jesús Pérez Hervert**

## **RESUMEN**

El presente trabajo es resultado de la investigación realizada a las microempresas familiares orientadas a alimentos y bebidas de la comunidad de Calderitas, del Estado de Quintana Roo. El objetivo de esta investigación es analizar las principales características que muestran este tipo de unidades económicas con el propósito de determinar el potencial y los retos que enfrentan actualmente estas microempresas. Para cumplir con el objetivo se realizó un análisis univariado (análisis descriptivo) de las variables que tienen injerencia sobre las microempresas tales como: características de la organización, equipamiento y servicios tecnológicos, infraestructura, entre otras variables.

**PALABRAS CLAVES:** microempresas, restaurantes, consumidores, clientes.

## **INTRODUCCIÓN**

En las últimas décadas el tema de la Mipyme se ha convertido en un tema importante y prioritario para la economía de los países. El potencial que presentan las microempresas familiares es sin lugar a dudas extraordinario, debido que estas poseen ciertas características que pueden adaptarse a la dinámica que presentan los mercados, sin embargo, es un reto convertirlas en puntales de desarrollo de las regiones.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

La metodología que se utilizó para realizar la investigación fue la siguiente: investigación documental y de campo, en esta última se llevaron a cabo entrevistas en profundidad a autoridades municipales, empresariales y asociaciones, se efectuó un taller “grupo de enfoque”, se aplicó además una encuesta, para lo cual se diseñó un cuestionario y se sometió a una prueba piloto.

Dado que el universo de microempresas de alimentos y bebidas en la comunidad de Calderitas no es grande, se encuestó a toda la población (29 microrestaurantes).

## **UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD EN ESTUDIO**

La investigación se llevó a cabo en la comunidad de Calderitas del estado de Quintana Roo, a 8 kilómetros de la capital que es la ciudad de Chetumal. Calderitas es una comunidad históricamente pesquera. Actualmente, esta ha diversificado su economía principalmente hacia el turismo. Su cercanía con la ciudad de Chetumal hace que la relación de las dos poblaciones sea muy fuerte, generando que los habitantes de Calderitas se desplacen habitualmente a la capital a trabajar, estudiar o hacer compras (H. Ayuntamiento de Othón P. Blanco, 2011).

## **MARCO TEÓRICO**

El término de empresa no es fácil de definir, ya que a este concepto se le dan varios enfoques como son: económico, jurídico, social, filosófico, entre otros.

José Antonio Fernández Arena (1977) define a una empresa como la entidad o unidad económica productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales se integra por recursos (materiales, económicos, humanos y tecnológicos) con fines lucrativos y se vale de la administración para el logro de sus objetivos.

Así también (Münch, 2004, pag. 44), define a la empresa como “Grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad”.

Estas empresas tienden a clasificarse de diferentes tipos: según la actividad que desarrollan, de acuerdo al origen del capital, por la magnitud o tamaño de la empresa, entre otras. Esta última a su vez se clasifica en micro, pequeña, mediana -Mipyme- y grande empresa (Méndez Morales, 2002, pag.273).

El término de Mipyme se asocia con el concepto de empresa familiar. Como cualquier otra empresa, generan riqueza, producen bienes o proporcionan servicios. La empresa familiar posee determinadas características que le brindan una lógica distinta.

Aunque es difícil arribar a una definición clara y consensuada de la empresa familiar, sin embargo, la gran mayoría de los autores hacen hincapié en tres aspectos (Sebastian, Grünewald & Cannizzaro, 2000, pag. 21):

- Respecto a la propiedad: La familia tiene la propiedad o el control de la empresa.
- Respecto al poder: La familia o el entorno familiar ejercen una gran influencia sobre las decisiones de la empresa.
- Respecto a la continuidad: Existe la intención de transferir la propiedad y los valores empresariales a las siguientes generaciones.

En general el término de microempresa familiar es considerado como una prolongación de la economía doméstica, mediante la cual la familia como unidad de trabajo establece relaciones con el mercado, básicamente a nivel local y de barrio.

Para ello el microempresario es una persona que crea su propia fuente de trabajo y de ingresos, y que opera independientemente. La microempresa familiar más que una unidad de inversión que persiga maximizar la rentabilidad del capital, es una unidad de trabajo que busca garantizar un ingreso estable que compense el trabajo y el esfuerzo de los que participan en ella.

La microempresa familiar para Luis Razeto (1990) es una unidad económica de trabajo y gestión, que se forma por decisión familiar. En ella dos o más integrantes de la familia aportan diferentes recursos: sus propias fuerzas de trabajo y capacidades personales, conocimientos e informaciones sobre cómo hacer las cosas, medios materiales, local, equipamiento, relaciones sociales, etc. Se trata de negocios o empresas de tamaño pequeño, que tienen como base la organización

familiar, y que uno de sus integrantes dirige y administra, normalmente con la colaboración de otros miembros de la familia.

Otros autores concretizan que una microempresa familiar es aquella cuando el propietario del capital pertenece a un grupo familiar.

En otros países las microempresas son clasificadas según su número de trabajadores y sus ventas, en Argentina la microempresa cuenta hasta con 9 empleados y con ventas de \$590.000, en Chile los empleados son máximo 9 y con ventas hasta de 2,400 uf, Costa Rica maneja un número de 5 empleados máximo, Guatemala presenta hasta 10 empleados en la empresa y con ventas anuales hasta 60,000(Q) (Universidad Nacional Federico Villarreal, 2010).

En México se considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores. Esto es así, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios, (D.O 2009).

## **CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA FAMILIAR**

Dentro de las características que se pueden mencionar de una microempresa familiar (Rodríguez Valencia, 2005; Anzola Rojas, 2006) se encuentran las siguientes:

- Son un motor de crecimiento económico y de empleo fundamental para el país, de acuerdo a resultados del último censo económico del INEGI (2009) de cada 100 empresas mexicanas, 96 son microempresas y contribuyen con el 40.6% del empleo.
- Se constituyen con poca inversión
- El dueño o propietario es el jefe de hogar o en otros casos la esposa.
- Está integrada por miembros de la familia los cuales aportan diferentes recursos, no más de 10 personas.
- No tienen más de 2 niveles jerárquicos en su estructura organizacional

- Sus ventajas anuales, son limitadas en cuanto al monto y vol.
- Su área de operación es relativamente pequeña, aproximadamente la superficie no supera a los 200m<sup>2</sup>
- Utilizan sencillos procesos productivos, de distribución y de comercialización, no especialización.
- Sus instalaciones cuentan con características de taller
- Limitada profesionalización por parte de sus propietarios.
- Crecimiento desordenado.
- Rezago tecnológico.
- Imagen comercial descuidada e insalubre.
- Administración informal o estructura informal.
- Por lo general no separan las finanzas del hogar con las del negocio.
- Limitados accesos al financiamiento

## **IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESAS**

Las Microempresas son la fuerza económica más elemental del país para un crecimiento seguro de la economía.

Se puede mencionar que estas unidades económicas que proporcionan numerosos puestos de trabajo, así como también reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, mejoran la distribución del ingreso e incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población del país y son la principal fuente de desarrollo del sector privado. La pequeña y mediana empresa constituye hoy en día el centro del sistema económico de nuestro país.

De acuerdo al último censo económico (2009) y a los últimos datos proporcionados por el INEGI (2014), en el 2008 había 5, 194,811 unidades que realizaron una actividad económica, 904,703 unidades más que en el 2003, periodo en el que generaron trabajo a 27, 748,563 personas, once mil personas

más que en el año 2003. Así mismo en el 2014 las unidades económicas ascendieron a 5,664,515 generando trabajo a 29,893,584 personas. De estos totales, 97.9% de las unidades y el 87.2% del personal ocupado correspondieron en conjunto a la industria manufacturera, al sector comercio y de servicios en el 2008 y 97.8 y 89.2 en el 2014 respectivamente, (ver tabla 1).

**Tabla No. 1. Unidades económicas y personal ocupado en México**

UNIDADES ECONOMICAS Y PERSONAL OCUPADO EN MEXICO				
Año	Unidades económicas	Participación de sectores de manufactura, comercio y servicios (%)	Personal ocupado	Participación de sectores de manufactura, comercio y servicios (%)
2003	4,290,108	97.3	16,239,536	88.7
2008	5,194,811	97.9	27,748,563	87.2
2014	5 664 515	97.8	29 893 584	89.2

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI censos económicos 2004 y 2009.

Los datos estadísticos del INEGI, indican que las microempresas conforman el grupo más numeroso de unidades productivas ya que corresponden con un 95.6% del total de las empresas en comparación con la pequeña, mediana y grande empresa con un 3.4, 0.7 y 0.3 en el 2008 y de 95.4%, 3.6%, 0.8% y 0.2% en el 2014 respectivamente, (ver tabla 2).

**Tabla No. 2. Número de establecimientos por tamaño de empresa**

ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO DE EMPRESA (miles de personas y %)						
Sector	2003	(%)	2008	(%)	2014	%
Total	4,290,108	100	5,194,811	100	5,664,515	100
Micro	4,101,343	95.6	4,966,239	95.6	5,403,947	95.4
Pequeña	141,574	3.3	176,624	3.4	203,923	3.6
Mediana	34,321	0.8	36,364	0.7	45,316	0.8
Grande	17,160	0.4	15,584	0.3	11,329	0.2

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI censos económicos 2004 y 2009.

A pesar de su contribución tan significativa a la economía, las Mipymes mexicanas no han alcanzado un nivel de competitividad suficiente como para posicionarse en el mercado global ni como para integrarse como proveedores de grandes empresas. Su tasa de mortalidad pone en manifiesto el bajo nivel de desempeño de estas organizaciones; puesto que de las 200 mil empresas que anualmente abren sus puertas en México al año, solamente 35 mil sobreviven dos años más

tarde, esto es porque no cuentan con las habilidades para subsistir a los cambios externos del entorno empresarial.

Es importante mencionar que según Olmeda (2009) del Instituto de Investigaciones económicas de la UNAM, de cada diez empresas que surgen ocho desaparecen al año.

Como se muestra en la tabla número tres, las microempresas son las unidades económicas que reportan mayor personal ocupado; en el 2003 podemos observar que representa un 42.7 cifra que aumentó a 46.6 en el 2008 y de 39.7% en el 2014 respectivamente, esto puede atribuirse al gran incremento en microempresas familiares que se inician cada año con el fin de generar mayores ingresos para sus hogares.

**Tabla No. 3.- Personal ocupado por tamaño de empresa.**

PERSONAL OCUPADO POR TAMAÑO DE EMPRESA (miles de personas y %)						
Sector	2003	(%)	2008	(%)	2014	%
Total	16,239,536	100	27,748,563	100	29,893,584	100
Micro	6,934,282	42.7	12,930,830	46.6	11,867,753	39.7
Pequeña	2,143,619	13.2	3,413,073	12.3	4,513,931	15.1
Mediana	1,932,505	11.9	2,830,353	10.2	4,962,335	16.6
Grande	5,229,131	32.2	8,546,557	30.8	8,549,565	28.6

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI censos económicos 2004 y 2009.

## **PERFIL DE LA EMPRESA**

Como se pudo observar en los apartados anteriores las características que presentan las microempresas son numerosas y al igual las microempresas familiares prestadoras de servicio de alimentos y bebidas de la localidad de Calderitas del Estado de Quintana Roo también muestran sus propias particularidades. Este apartado tiene por finalidad analizar las principales características que muestran este tipo microempresas. El análisis se presenta por grupos de variables que de alguna manera tienen relación entre sí con el

propósito de facilitar su análisis, los grupos de variables a examinar son los siguientes:

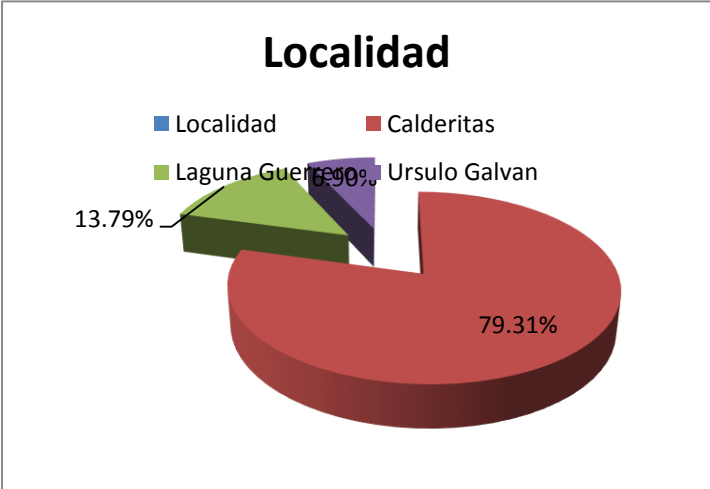
- 1.- Datos generales y tipo de empresa
- 2.- Características del establecimiento
- 3.- Características de la organización del establecimiento
- 4.- Equipamiento y servicios tecnológicos
- 5.- Infraestructura y acondicionamiento turístico
- 6.- Características de la administración de la empresa

A continuación se presenta un análisis descriptivo de la información obtenida a través de la encuesta aplicada a las empresas.

**A). TIPO DE EMPRESA Y DATOS GENERALES**

Con respecto a la localidad la grafica 1 nos señala lo siguiente: El 79.31% está ubicada en la localidad de Calderitas, esto nos indica que Calderitas es donde se encuentra concentrada la mayor parte de las microempresas con el giro de restaurantes.

**Gráfica No.1 Localidad**

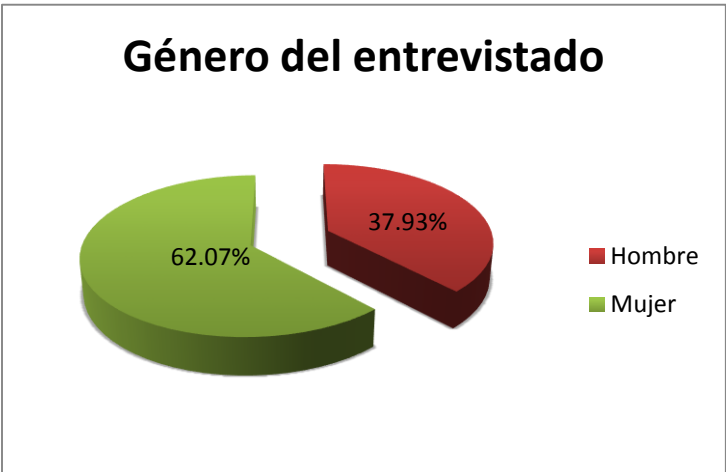


Fuente: Elaboración propia



La variable “genero del entrevistado” se obtuvo que el 62.07% de las personas entrevistadas son mujeres y el 37.93% son hombres, por lo que se puede apreciar que la mayoría de los restaurantes están bajo el liderazgo de una mujer, esto debido a que la mujer hoy en día a tenido mayor presencia en el ámbito empresarial pues son madres solteras, tienden a ser mas organizadas, se preocupan más por como aportar ingresos a la familia, son creativas, emprendedora, entre otras habilidades, ver gráfica número 2.

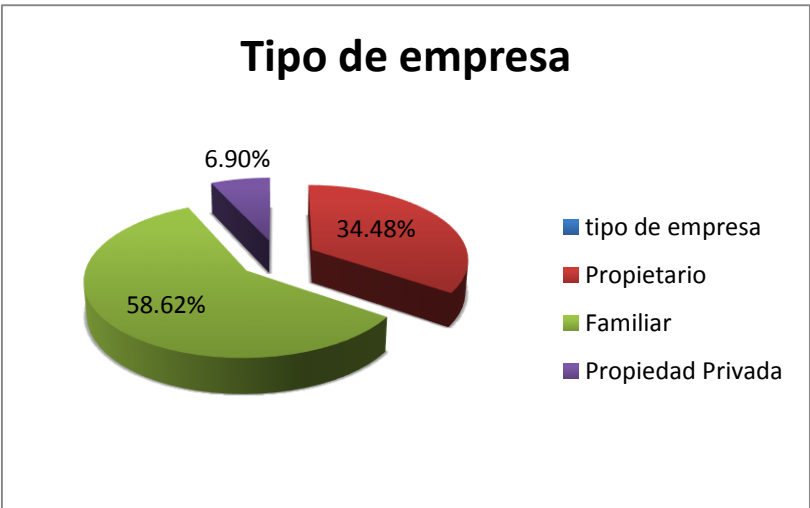
**Gráfica No. 2 Género del entrevistado**



Fuente: Elaboración propia

La información obtenida con la variable “tipo de empresa” refleja que el 58.62% son empresas familiares, el 34.48% pertenecen a un solo propietario y 6.90% son iniciativas de índole propiedad privada, (ver gráfica 3).

**Gráfica No.3 Tipo de empresa**

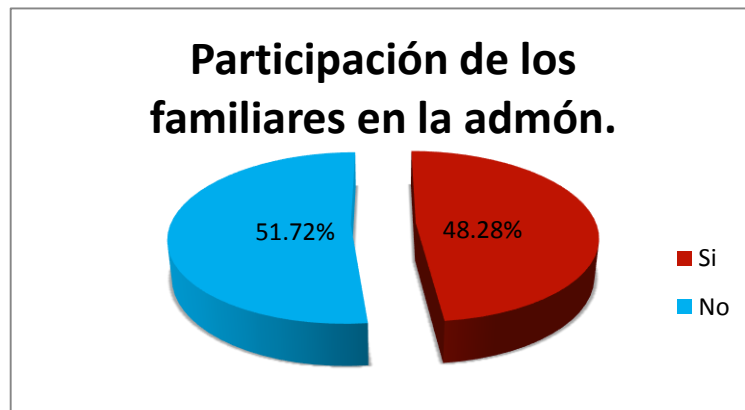


Fuente: Elaboración propia

Con esto se deduce que la mayoría de las microempresas restauranteras son familiares, lo que implica el involucramiento de los familiares en el negocio. Una de las características ya antes mencionadas de la microempresa familiar.

En la variable “participan directamente los familiares en la administración de la empresa” se puede observar que el 51.72% no participa en la administración y el 48.28% si lo hace. Esto, quiere decir, que esta función se le delega a una sola persona o al propietario, que es la persona más competente para realizar dichas funciones en el restaurante, (ver gráfica 4).

**Gráfica No. 4 Participación de los familiares en la administración**



Fuente: Elaboración propia

## **B). CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO**

Para realizar un análisis de las características del establecimiento se utilizaron entre algunas variables como calificación de la calidad de la infraestructura, calificación de la pintura del local, calificación de las áreas verdes, calificación del recibidor, calificación de los baños, señalización y rotulación, las cuales a continuación se describirán.

Con la variable “calificación de la calidad de la infraestructura” la información que se obtuvo fue 45% tienen una infraestructura buena y el 38% tienen una infraestructura regular, mientras que el 14% tienen una infraestructura excelente y el 3% tienen una infraestructura es mala, (ver grafica 5).

Por medio de la variable “calificación de la pintura del local” se obtuvo que el 41.38% de los encuestados consideran que la pintura de su local se encuentra en buen estado, el 27.59% consideran que se encuentra en un estado regular, el 17.24% consideran que su pintura se encuentra en excelente estado, un 6.90% consideran que su pintura esta en mal estado y el otro 6.90% mencionan que no tienen pintura dentro y fuera de su local (ver gráfica 5).

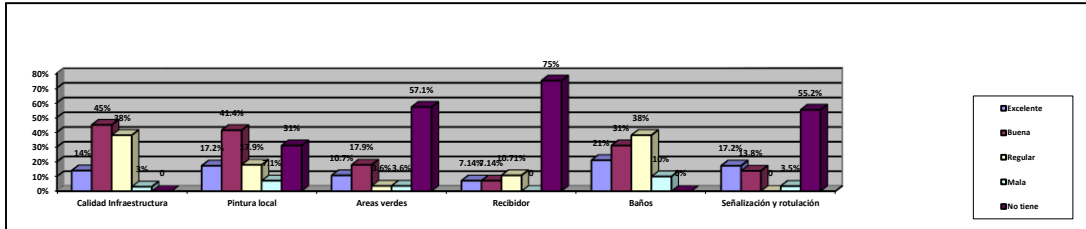
En la variable “calificación de las áreas verdes” la información que se obtuvo fue que el 57.14% no tiene áreas verdes, el 17.86% califican sus áreas verdes como buenas, un 10.71% las califican como excelente mientras que el 10.71% las califican como regulares y el resto 3.57% califican sus áreas verdes en mal estado (ver gráfica 5).

De acuerdo a la variable “calificación del recibidor” el 75% de los encuestados no tienen recibidores, un 7.14% consideran que sus recibidores están en buen estado mientras que el otro 7.14% consideran que sus recibidores se encuentran en excelente estado de conservación y mantenimiento y un 10.71% consideran que se encuentra en un estado regular (ver gráfica 5).

De la variable “calificación de los baños” refleja que, el 38% de los restaurantes encuestados califican sus baños en un estado regular, el 31% califican en buen estado sus baños, el 21% califican sus baños como excelente y el 10% califican sus baños en mal estado (ver gráfica 5).

De acuerdo a la variable “señalización y rotulación” el dueño del restaurante destacó que un 55.17% mencionan que no tiene este recurso en su establecimiento. Sin embargo, los que sí lo tienen, los califican como excelente con un porcentaje de 17.24%, el 13.79% como regular y finalmente un 3.45% lo califican como mala, (ver gráfica 5).

**Gráfica No. 5 Características del establecimiento**

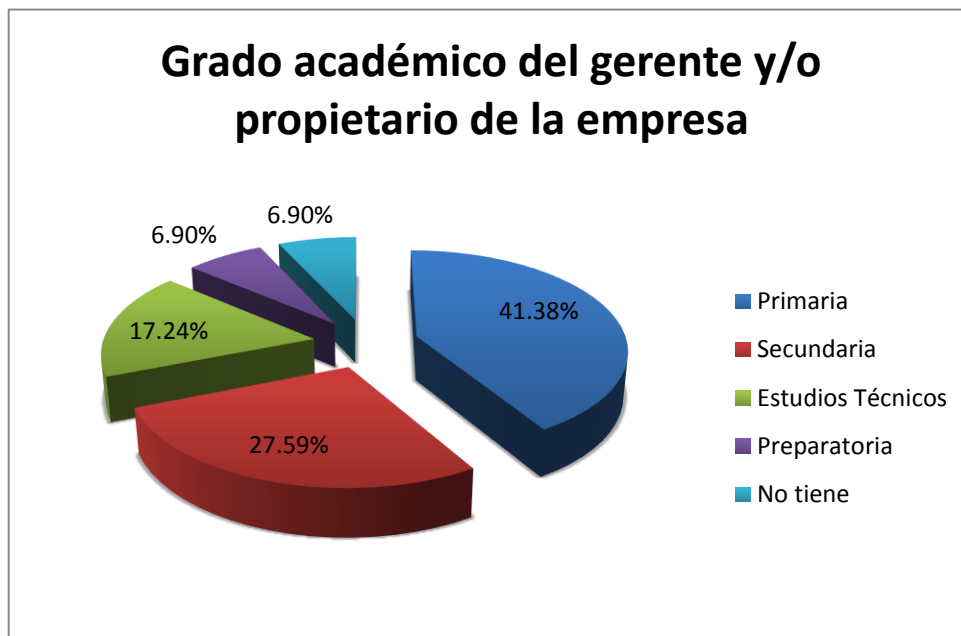


Fuente: Elaboración propia

### C). CARACTERÍSTICAS DE LOS PROPIETARIOS Y TRABAJADORES

De acuerdo a la variable “grado académico del dueño”, se obtuvo que el 41.38% terminaron la primaria, el 27.59% terminaron sus estudios de secundaria, el 17.24% terminaron sus estudios técnicos, el 6.90% terminaron la preparatoria y el 6.90% de todos los restaurantes encuestados no tienen ningún tipo de estudios, (ver gráfica 6).

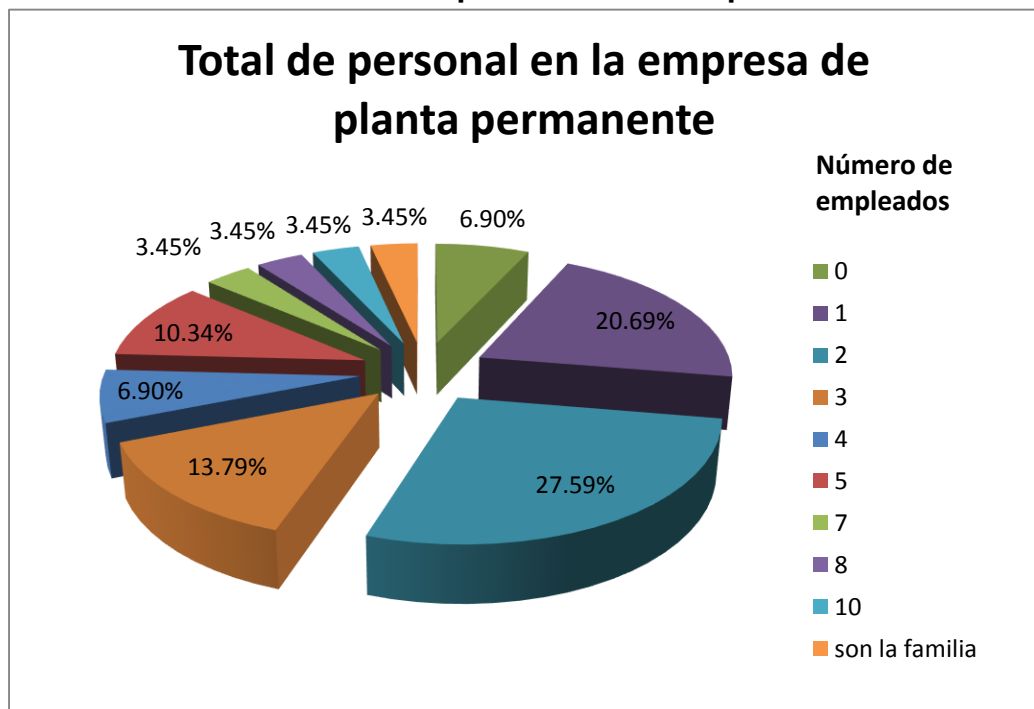
**Gráfica No.6 Grado académico del gerente y/o propietario**



Fuente: Elaboración propia

En relación con el estatus y número de los empleados de los restaurantes encuestados, el 27.59% respondieron que tienen 2 empleados permanentes, el 20.69% tienen un empleado permanente, el 13.79% tienen tres empleados permanentes, el 10.34% tienen cinco empleados permanentes, un 6.90% tienen cuatro empleados permanentes y otro 6.90% no tiene ningún empleado permanente, mientras que un 3.45% tienen siete empleados permanentes, y otro 3.45% tienen ocho empleados permanentes, y también otro 3.45% tienen diez empleados permanentes y por último otro 3.45% sus empleados permanentes son familiares, (ver gráfica 7).

**Gráfica No. 7 Total de personal en la empresa**

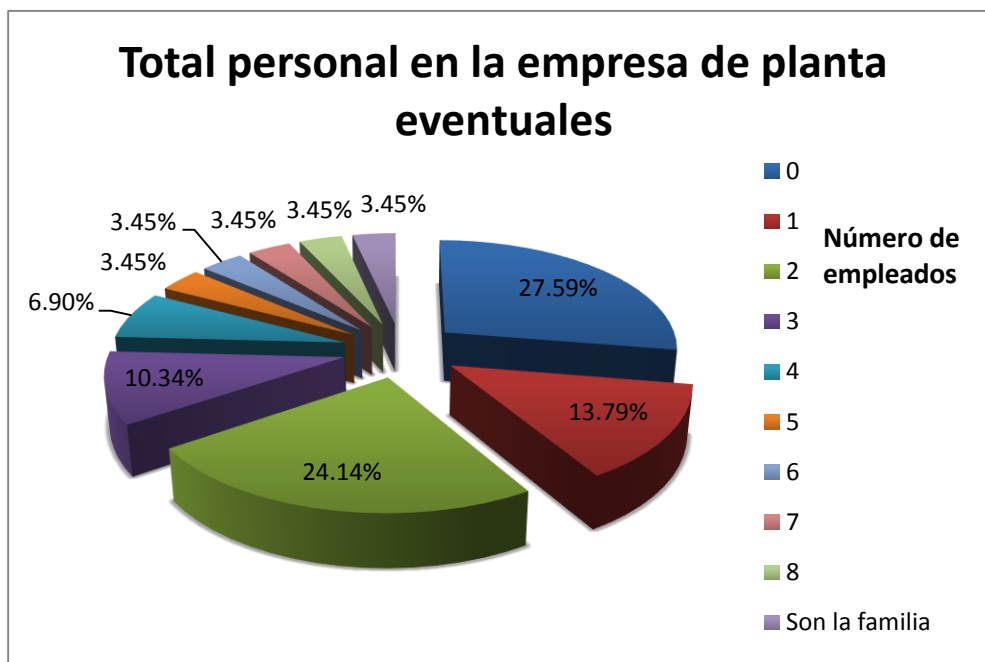


Fuente: Elaboración propia

De los restauranteros encuestados un 27.59% respondieron que no tienen empleados eventuales, el 24.14% contestaron que tienen hasta dos empleados eventuales, mientras el 13.79% tienen un empleado eventual, el 10.34% tienen tres empleados eventuales, el 6.90% tienen cuatro empleados eventuales, el 3.45%

tienen cinco empleados eventuales, otro 3.45% tienen seis empleados eventuales, también otro 3.45% tienen siete empleados eventuales, y otro 3.45% tienen ocho empleados eventuales y el resto otro 3.45% sus empleados eventuales son sus propios familiares,(ver gráfica 8).

**Gráfica No. 8 Total personal en la empresa de planta eventuales**



Fuente: Elaboración propia

En la variable “sufren de ausentismo de personal” refleja que el 58.62% de los encuestados no presentan problemas de ausentismo por parte de su personal y el 41.38% mencionó que si sufren de ausentismo por parte de sus empleados,(ver gráfica 9).

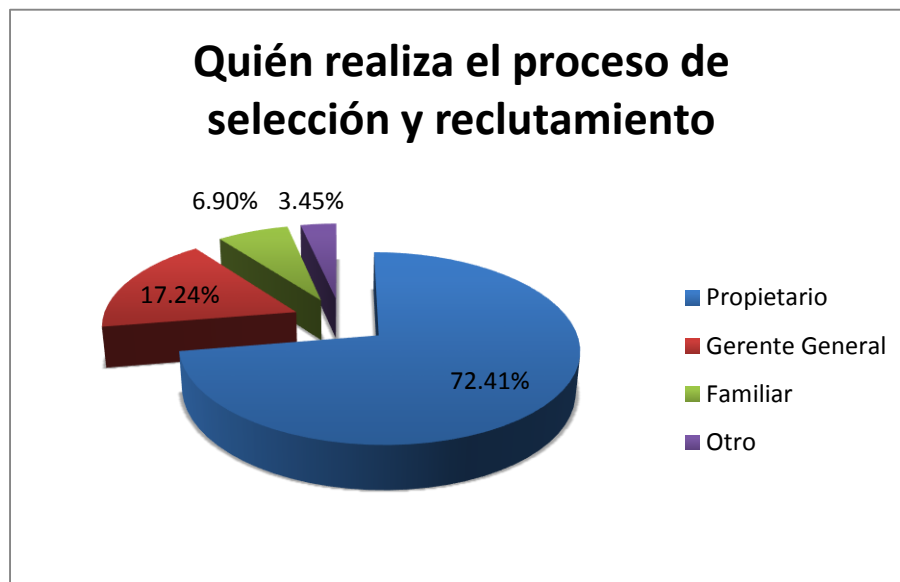
**Gráfica No. 9 Sufren de ausentismo de personal**



Fuente: Elaboración propia

La variable sobre la contratación del personal en los restaurantes se obtuvieron los siguientes resultados: el 72.41% de los encuestados contestaron que el propietario es él que realiza esta actividad, el 17.24% el Gerente General es el que se encarga de realizar este proceso, (ver gráfica 10).

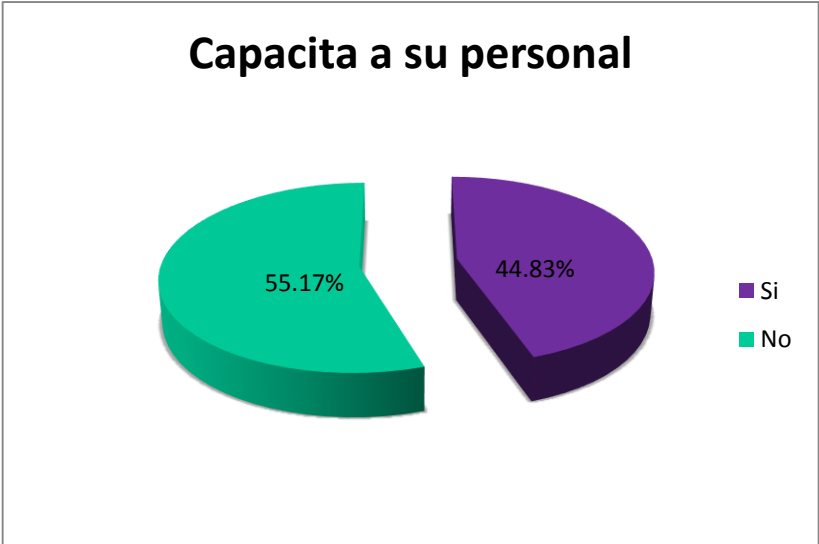
**Gráfica No.10 Quién realiza el proceso de selección y reclutamiento**



Fuente: Elaboración propia

Uno de los aspectos más importantes dentro de las empresas es la capacitación de sus recursos humanos, ya que de ahí se deriva la productividad de la empresa, los resultados de la encuesta muestra los siguientes datos: el 55.17% de los restaurantes encuestados no capacita a su personal, mientras que el 44.83% sí lo hace.

**Gráfica No.11 Capacitación**

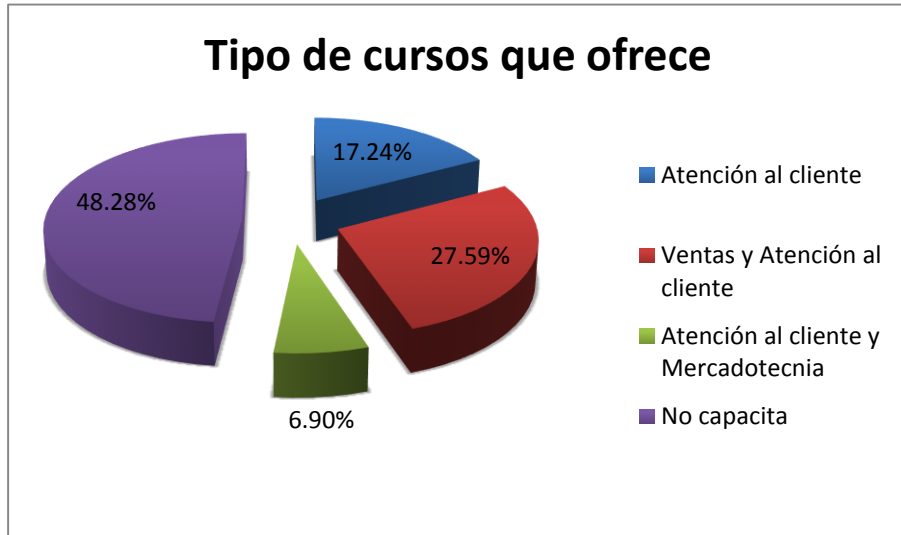


Fuente: Elaboración propia

Es importante conocer si las microempresas restauranteras que se encuestaron dan capacitación a sus empleados y si lo hacen también es importante saber en qué capacitan a sus empleados, por lo que en la variable “tipo de cursos que ofrece” se obtuvo que el 48.28% no da capacitación a su personal, mientras que un 27.59% proporciona capacitación en ventas, el 17.24% la capacitación es en atención al cliente y un 6.90% los cursos son en atención al cliente y mercadotecnia, (ver gráfica 12).

**Gráfica No. 12 Tipo de curso que ofrece**



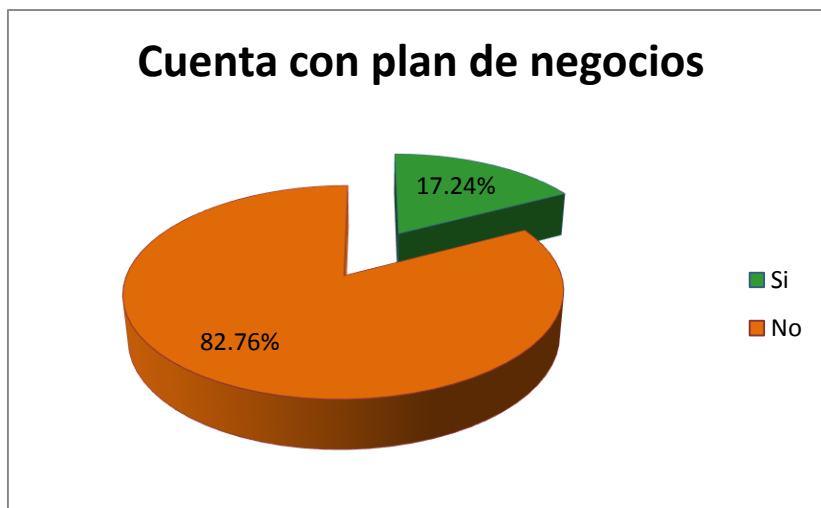


Fuente: Elaboración propia

#### D). CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

De acuerdo a la encuesta aplicada a los restaurantes se muestra que un 82.76% no cuentan con un plan de negocios formal, ya que la mayoría no tiene los conocimientos necesarios para llevar el control correcto de sus actividades para hacer crecer su empresa, solo un 17.24% mencionó que si cuenta con un plan, mismo que les ayuda a alcanzar un posición en el mercado, (ver gráfica 13).

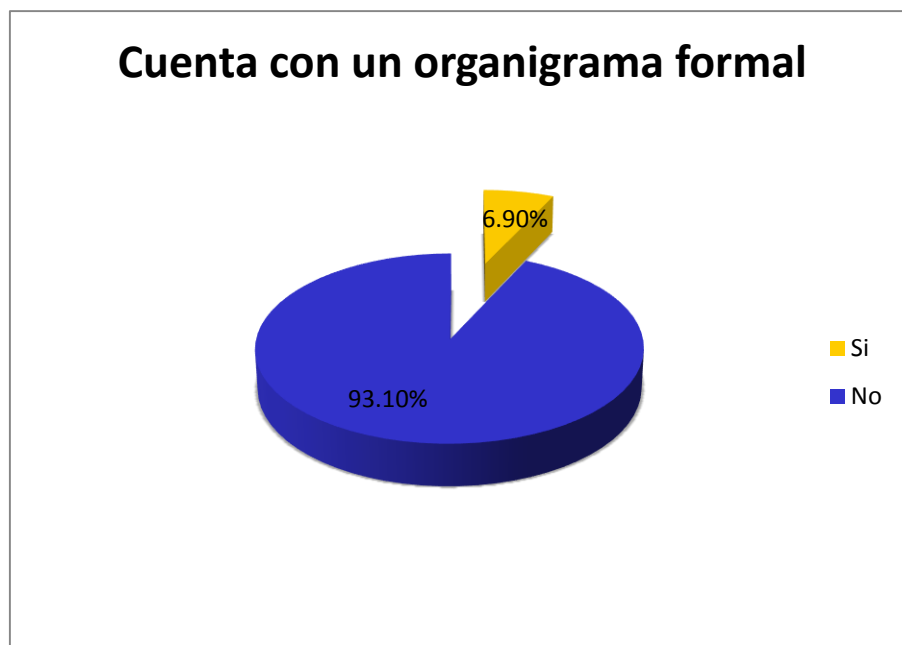
**Gráfica No.13 Cuenta con un plan de negocios formal**



Fuente: Elaboración propia

En relación con la variable “cuenta con un organigrama formal” los restauranteros encuestados manifestaron que el 93.10% no cuenta con un organigrama formal para operar su empresa y solo el 6.9% declararon que si cuentan con un organigrama formal. Estos resultados destacan que no tienen una estructura organizacional que indique los cargos y/o funciones que debe desempeñar cada persona que labora dentro del mismo, lo cual es importante en las empresas para que puedan funcionar bien, (ver gráfica 14).

**Gráfica No.14 Cuenta con un organigrama formal**



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variable “definiciones formales de tareas de cada persona” que labora dentro del restaurante se obtuvo que el 82.76% no cuenta con tareas establecidas en forma escrita y el 17.24% si cuenta con este recurso. Es importante destacar que la mayoría de los que laboran en dichos establecimientos son los mismos familiares, (ver gráfica 15).

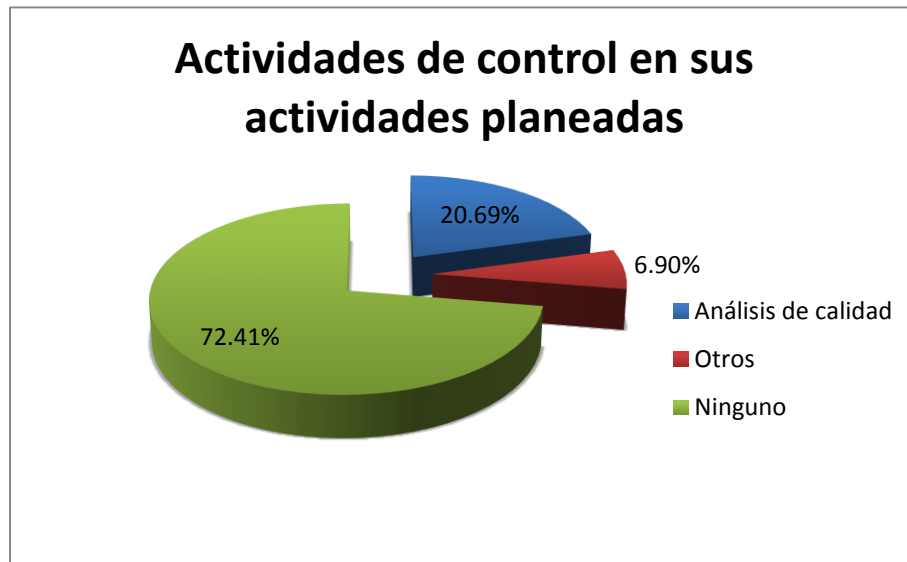
**Gráfica No.15 Cuenta con definiciones formales de tareas**



Fuente: Elaboración propia

En conformidad con mecanismos de control de las actividades que realizan en los restaurantes los encuestados manifestaron que el 72.41% no realiza ningún tipo de control en sus actividades y el resto si realiza algún tipo de actividad de control (calidad), ver gráfica 16.

**Gráfica No.16 Actividades de control en sus actividades planeadas**



Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en relación con la variable “cuenta con función contable permanente” los restaurantes que se encuestaron manifestaron que el 65.52% no realiza

ninguna práctica de este tipo de actividad, mientras que el 34.48% respondió que si realiza esta actividad permanentemente en sus empresas, (ver gráfica 17).

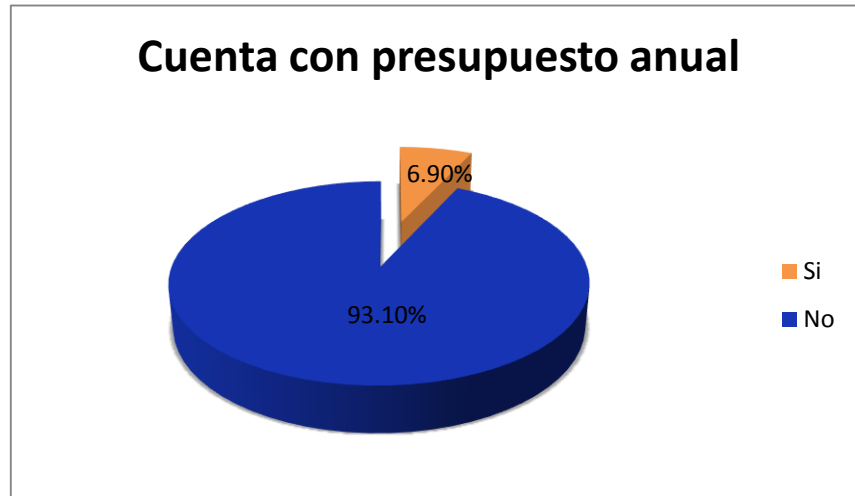
**Gráfica No. 17 Cuenta con función contable permanente**



Fuente: Elaboración propia

Así también, con respecto a la variable cuenta con “presupuesto anual” para realizar las diversas actividades de la empresa, los restaurantes destacaron que el 93.10% no establecen un presupuesto formal, mientras que el resto (6.90%) manifestaron que si realiza dicha actividad presupuestal para llevar un mejor control de su restaurante, (ver gráfica 18).

**Gráfica No.18 Cuenta con presupuesto anual**



Fuente: Elaboración propia

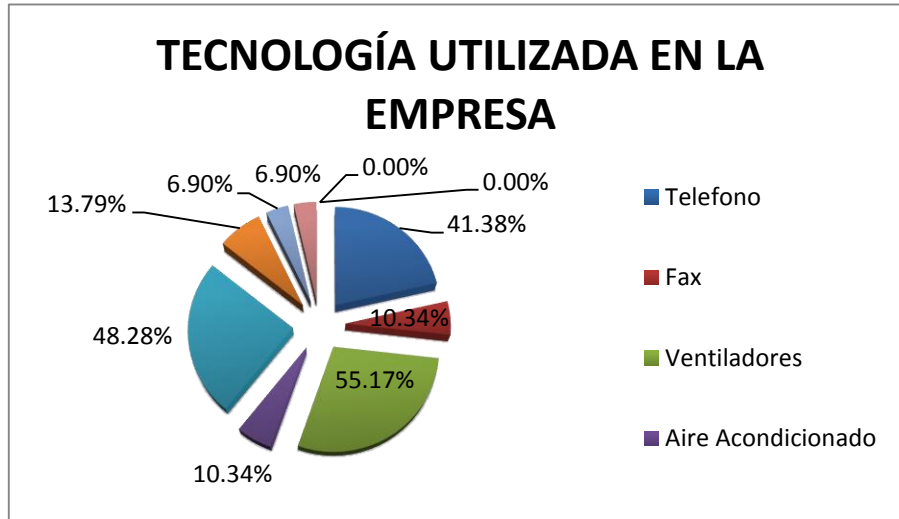
## E). EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS

El uso de tecnología en la empresa fue evaluada por diez variables las cuales son; uso de teléfono, fax, ventiladores, aire acondicionado, equipo estereofónico, computadora, internet, software de contabilidad, software de administración, software de reservaciones.

Hoy en día la tecnología se ha convertido en un medio indispensable para competir en el mercado, sin embargo, se puede observar que los restaurantes de Calderitas de acuerdo a la información obtenida en la encuesta, muy pocos utilizan algunos de los medios tecnológicos dentro de su empresa, un 10.34% cuenta con fax y aire acondicionado, un 13.79 utilizan computadoras en su empresas y un tan solo un 6.9% cuentan con internet y software de contabilidad.

También es importante mencionar que el 100% de los encuestados contestaron que no cuentan con un sistema de administración ni de reservaciones en su restaurante, (ver gráfica 19).

### Grafica No. 19 Tecnología utilizada en la empresa



Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este estudio refleja claramente las características básicas de las empresas de la comunidad de Calderitas. Las conclusiones a las que se han llegado después de haber analizado la información sobre el perfil socioproductivo de las microempresas son las siguientes:

- La mayor parte de los restaurantes de la región de Calderitas son microempresas, según la Secretaría de Economía (0 a 10 empleados).
- La mayoría de las microempresas son de tipo familiar.
- La mayoría de los empresarios de las localidades en estudio no tienen una educación formal, por lo que carecen de conocimientos para administrar la empresa y desarrollarla a otros niveles.
- Las microempresas no realizan ningún tipo de planeación de sus actividades que realizan.
- Las microempresas no tienen una estructura formal.
- Las microempresas no realizan actividades de mercadotecnia.

- Los trabajadores de los microrestaurantes cuentan con muy poca capacitación por parte de los empresarios.
- La mayor parte de los empresarios no se preocupan por la imagen que presentan sus establecimientos.
- Se detectó que la mayoría de los empresarios han heredado por generaciones la empresa por parte de sus familiares, por lo que no la valoran y no tienen un compromiso con la misma.

Si bien estas conclusiones pueden ser de alguna forma evidentes al conocer a la forma en que se organizan y operan las microempresas, presenta evidencias importantes de su situación actual. La comunidad de Calderitas se ha constituido a lo largo de los años como un punto de atracción para los visitantes locales y las empresas existentes constituyen un factor de desarrollo importante que debe ser aprovechado por la comunidad y por las autoridades correspondientes.

La información recabada muestra el potencial de desarrollo y puede constituir un punto de partida que permita estructurar iniciativas de desarrollo empresarial en las que los diferentes actores sociales, empresariales y académicos pueden jugar un papel importante para incidir en el desarrollo económico y social de la comunidad.

A continuación se presenta una serie de recomendaciones que corresponden claramente a algunas de las necesidades detectadas y que pueden ser abordadas con relativa facilidad para incidir en estas necesidades de desarrollo.

## RECOMENDACIONES

- Dado que se pudo observar que los empresarios tienen un nivel bajo de educación es imprescindible que reciban capacitación sobre administración y atención al cliente. Cabe mencionar que esta capacitación debe ser de acuerdo a sus necesidades y su nivel académico (libretos de caricaturas o videos cortos).
- La imagen es uno de los aspectos importantes que se debe de considerar e invertir para atraer un mayor porcentaje del mercado potencial.
- Tomando en consideración que el plan de negocios es una herramienta que permite el desarrollo y crecimiento de los negocios, los empresarios deben de implementar cursos y/o asesorías en el diseño y elaboración de planes de negocios.
- Las asociaciones (canirac, empresa integradora, cooperativas) existentes en Calderitas deben de tener un rol más participativo con los micro-restauranteros con el objeto de realizar acciones en conjunto encaminadas al desarrollo y crecimiento de sus empresas y en general de toda la comunidad.



## BIBLIOGRAFIA

Anzola Rojas, S., (2006). Administración de pequeñas empresas. México: McGraw Hill.

Fernández, A. J. (1977). El proceso administrativo. México: Editorial Diana Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, (2001). Censo económico 2004.  
----- Censo económico 2009.

Méndez Morales, J. S. (2002). La economía y la empresa. México: McGraw.

Münch, G. Lourdes (2004). Fundamentos de Administración. México: Editorial Trillas.

Olmeda Carranza, B. (2009). Boletín UNAM-DGCS-199. Ciudad Universitaria.  
[www.dgcs.unam.mx/boletín](http://www.dgcs.unam.mx/boletín).

Razzeto, Luís, (1990). Modelos organizativos de talleres laborales: la microempresa familiar, el taller laboral solidario, la pequeña empresa autogestionada. E.U.A.: Universidad de Texas.

Rodríguez, V. J. (2005). Administración de pequeñas y medianas empresas. México: Thomson Editores.

Sebastián, José Luís, (2000). Mipymes Turísticas: Perfil general de las Mipymes familiares. Argentina: Fundación Turismo para Todos. Argentina: Universidad de Quilmes.

Secretaría de Economía 2008.

Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación 2009.

Universidad Nacional Federico Villareal, (2010). Micro y pequeña empresa. Peru: UNFV.

[www. Opb.gob.mx/opb2011](http://www.Opb.gob.mx/opb2011)