

Plataforma para la planeación estratégica hacia sociedades del conocimiento. Estrategia para empresas regionales.

Ricardo Contreras Soto riconsoto@hotmail.com
Antropólogo y Lic., en administración
Adolfo Rodríguez Santoyo adolfosantoyo@yahoo.com.mx
Maestro en Mercadotecnia e ingeniero en Producción
Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad de Guanajuato
TEL: 014616140421

Resumen

El presente es un estudio explorativo, donde partimos de las necesidades prioritarias de un sondeo en las empresas (278) de la región Bajío de Guanajuato, levantado entre los años del 2002 al 2003 y retomado actualmente para su análisis más profundo por la importancia, sentido y magnitud de la información revelada. Con el propósito de identificar las líneas problemáticas generales y proponer una plataforma para la planeación estratégica, sustentada para apoyar y participar en la atención en la solución de las problemáticas detectadas, dado que con el fenómeno de la glo-localización en provincia se aprecia una gran barrera en la competitividad, en la que se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES). Concluye en reflexiones sobre la importancia de generar el papel de la asesoría universitaria en la planeación estratégica en la vinculación e investigación como uno de los elementos que pueden permitir construir la sociedad del conocimiento.

Palabras Clave: Sociedad del conocimiento, planeación estratégica y sistema mundial

Citación: CONTRERAS, Ricardo (2007): "Plataforma para la planeación estratégica hacia sociedades del conocimiento. Estrategia para empresas regionales". *Tecsisotecatl. Revista Interdisciplinar*, 1, Invierno 2007. Disponible en Internet: <<http://www.eumed.net/tecsistecat1/n0/rcs1.htm>>

Introducción

Contexto histórico de las sociedades del conocimiento

Iniciamos con una breve reseña sobre los cambios recientes en la economía – mundo (capitalismo), retomada en Brunet y Morell (1998: 333- 344), a esta fase del capitalismo se le llama por los cambios estructurales, Tercera revolución industrial, por parte de Ominia Chi (1988) o Revolución Informacional, Castells (1997): Esta orientada hacia los procesos y además su materia prima fundamental, así como su principal resultado, es la información. Desde la misma manera que la energía fue la materia prima de la revolución industrial. Capitalismo Científico- Técnico, Santos (1994).

Las nuevas tecnologías de la información han originado sectores productivos nuevos que son los que cuentan con las más altas tasas de crecimientos registrados en este siglo, (ver Coriat 1993).

Argumenta Castells (1997:44) que es el factor histórico más decisivo para acelerar, canalizar y moldear el paradigma de la tecnología de la información e introducir sus formas sociales asociadas en el proceso de reestructuración capitalista emprendido desde la década de 1980, así que resulta adecuado caracterizar al nuevo sistema tecnoeconómico de capitalismo informacional.

La generación y el tratamiento de la información desarrollan un papel central en la actividad y en la gestión. Así la información es un requisito estructural para la reducción de la incertidumbre, derivada tanto de la complejidad del entorno como de cualquier organización. Luhmann (1975) Identifica cinco características del paradigma tecnológico de la información en Castells (1997: 88-89).

La primera característica del nuevo paradigma es que la información es su materia prima: son tecnologías para actuar sobre la información, no sólo información para actuar sobre la tecnología, como era el caso de las revoluciones tecnológicas previas. Se han generado software y hardware para el manejo de la información entre otros, como paquetes que permiten hacer trabajos de investigación más rápido y a mayor escala.

La segunda característica hace referencia a la capacidad de penetración de los efectos de las nuevas tecnologías. Puesto que la información es una parte integral de toda actividad humana, todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están directamente moldeados (aunque sin duda no determinados), por el nuevo medio tecnológico. Entre los usos y los accesos se han “abierto” relativamente en los centros, con toda una tecnología más amigable y didáctica.

La tercera característica alude a la lógica de interconexión de todo sistema o conjunto de relaciones que utilizan estas nuevas tecnologías de la información. La morfología de la red parece estar bien adaptada para una complejidad de interacción creciente y para pautas de desarrollo impredecibles que surgen del poder creativo de esa interacción.

La cuarta característica es la flexibilidad: Lo que es distintivo de la configuración del nuevo paradigma tecnológico es su capacidad para reconfigurarse, un rasgo tecnológico.

Porque la flexibilidad puede ser una fuerza liberadora, pero también una tendencia represiva si quienes rescriben las leyes son los mismos poderes.

La quinta característica de la revolución tecnológica es la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado, dentro del cual las trayectorias tecnológicas separadas se vuelven prácticamente indistinguibles.

Generación de las condiciones sociales de las sociedades del conocimiento en los centros

De lo anterior que señalaron los teóricos sobre la tercera revolución industrial o sociedades de la información y del conocimiento, cabría reflexionar las implicaciones de esta fase en el capitalismo actual, donde hay orientaciones precisas a una mayor ponderación en la participación de los centros de información y de generación del conocimiento (universidades, centros de investigación privados, centros de investigación públicos, articulaciones de redes de investigadores ...), así como las formas de articulación entre los centros económicos, los aparatos estatales y civiles y las universidades.

La implicación de infraestructura para impulsarla, como las redes electrónicas, accesos a universidades, líneas de investigación, catálogos de investigadores, convenios de diversas organizaciones para el conocimiento, parques temáticos, directorios y catálogos de patentes, portales de saberes, cátedras virtuales, intercambios estancias en unidades productivas o en centros de investigación, etcétera. La sistematización en las formas de información y consulta, los flujos, los canales, los productos en forma de información de diversas actividades sociales – económicas- culturales, la capacidad de aglutinar sintéticamente la información o analíticamente, de diferenciarla y de establecer espacios simultáneos de producción, diálogo, consulta han activado la vida social, desde la información como insumo.

Problemas en la generación de conocimiento en las periferias

Existen carencias estructurales para generar conocimiento en los llamados “países periféricos” (mal llamados países del tercer mundo), mucho menos para generar una “sociedad basada en el conocimiento”, se pueden señalar como ejemplos de esos obstáculos: la ausencia de cuadros de investigadores, la carencia de productos científicos, el desconocimiento de problemáticas específicas de su competencia que afectan a la sociedad, la ausencia de discusión y reflexión de las condiciones sociales de los objetos de estudio y de su contexto, el desconocimiento de las implicaciones que subyacen en los problemas y en el trabajo científico en la situación compleja de las organizaciones del país en el contexto dinámico del sistema mundial y las regiones.

Es evidente que el impacto social es grande, si se piensa en la magnitud del problema en términos de repercusiones: de dependencia económica, en la insuficiencia competitiva y creativa empresarial y de los sectores de la economía que contribuye con un alto porcentaje en el sostenimiento de las familias mexicanas que se pudiera deteriorarse y desde luego también en los efectos en la economía y en la sociedad de la región y del país.

El predominio de los planteamientos funcionalistas, universalistas, instrumentales: que encierra el planteamiento de las problemáticas solo a nivel técnico a problemas de eficacia y eficiencia, dejando otro tipo de factores fuera, tanto otras posibilidades y potencialidades de las organizaciones, como la capitalización de saberes y experiencias,

conocimientos de contextos particulares y dinámicas de ellos global y local, desconocimiento específico de las organizaciones de las condiciones y realidades periféricas, de prácticas en las que se circunscriben, como problemáticas sociales y de su medio, (ver Contreras 1999).

Por otro lado la existencia de la no articulación del mercado laboral con las necesidades de la sociedad, se presentan como dos entes separados, quitándole capacidad crítica y reflexiva (por no decir ética), a las posibles respuestas o propuestas de solución, no hay articulación sistemática entre investigación, docencia y extensión en las universidades.

Por todo esto, es necesario y estratégico ir generando las condiciones de producción de las llamadas “sociedades del conocimiento” de manera gradual, que va más allá de la meritocracia académica, sino de un acercamiento reflexivo a las condiciones sociales del mercado laboral, de las necesidades sociales y de la forma de hacer ciencia. Para hacer un trabajo de manera intensa, interdisciplinaria, crítica, propositiva e ínter metodológica. La propuesta se centra en ir vinculándonos a las problemáticas de las micros, pequeñas, medianas empresas, para ayudar a generar estrategias: de sobrevivencia, crecimiento y desarrollo (con orientación sustentable), para ello es necesario plantear condiciones del trabajo¹.

Situación y posicionamiento

Ante la situaciones e implicaciones diferenciales entre el centro y la periferia, estamos colocamos en puntos de desventaja “competitiva” en el sistema mundial, tanto el aparato productivo como las condiciones sociales de vida en general del país (pobreza, bajos niveles de educación, salud, etcétera).

Sin un proyecto civilizatorio prospectivo, sin una representación de los actores sociales en el país dejando fuera a grupos de la nación (como por ejemplo a los indígenas), sin una reactivación a los sectores productivos clara y estratégica: el campo olvidado, las estrategias económicas más asistenciales que detonadoras, con el deterioro y casi pérdida del sistema financiero, con un aparato de estado servil, redes de corrupción en distintos niveles sectores y esferas dentro del juego del sistema mundial, donde no se cuida el patrimonio, ni la capacidad sustentable de él, involucrados en tratados ventajistas que lo único que han generado es: “desarrollo del subdesarrollo” (diría Gunder Frank), el deterioro de las condiciones de vida en crisis recurrentes (más de 25 años en ellas) y décadas perdidas (los 80as y los 90as).

Antecedentes

¹ Consideramos que las condiciones de trabajo para este ejercicio deben ser:

1. Asertividad.
2. Condición de diálogo y propuesta.
3. Predisposición a escuchar y pensar colectivamente.
4. Respeto.
5. Madurez.
6. Claridad en los fines del ejercicio.
7. Compromiso.
8. Un espacio al colectivo de investigadores donde puedan trabajar y realizar las entrevistas.
9. El ejercicio con responsables.

Un grupo de maestros interesados por los problemas nacionales - regionales en los que se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas, también con interés de conocimiento de que es lo que sucede en ellas, tratan de buscar articulación en dichas unidades económicas, para ir en un futuro no muy lejano estableciendo las bases de los puentes desde la Universidad Pública en la llamada “Sociedades del conocimiento”[∇].

Es importante resaltar que por sectores, el beneficio de esta investigación, es el siguiente: para el estado y la región se conocerá en un primer detalle la problemática de las empresas MIPyMES en materia de problemática recurrente, con ello la posibilidad de afinar los apoyos y programas de gobierno. Para las instituciones educativas arrojará información insumo para afinar en su caso la parte correspondiente al impacto de los programas educativos en la empresa, líneas de investigación, temas de tesis para licenciatura y postgrado, posibilidad de proporcionar asesoría, consultoría y trabajos especiales, así como posibilidad de estancias didácticas por mencionar algunas. Para los investigadores sociales será importante el conocimiento de algunos factores de fracaso en el trabajo, en la empresa y sus consecuencias o repercusiones tales como, delincuencia, el alcoholismo, la inmigración, la estabilidad familiar, las relaciones familiares, etc., Para el empresario el beneficio es directo. Otros sectores beneficiados pueden ser las instituciones de crédito, las cámaras empresariales.

Objetivo de la investigación

En esta fase iniciamos con las necesidades prioritarias que tienen las empresas de la muestra, como un ejercicio de análisis y reflexión para proponer: por que es importante impulsar las asesorías de planeación estratégica en las empresas de la región en el esbozo para un esquema de las sociedades basadas en el conocimiento.

Teoría

Las necesidades prioritarias son demandas implícitas o explícitas de requerimientos necesarios en actividades, insumos, procesos o cosas concretas o concretadas, los testimonios son los ejemplos de esas demandas específicas, y que son producto de una omisión, situación, tendencia o condición que se ha vuelto preocupación manifiesta en necesidades, que se han operativizado en las siguientes dimensiones.

De acuerdo a la clasificación de las dimensiones administrativas donde adscribimos las competencias de los problemas de las necesidades prioritarias, para ubicarlas en la planeación estratégica son:

Gestión es la búsqueda de conocimiento y prácticas que permita incidir en la conducción-trayectoria (de la dirección), desde sus posibilidades de acción (poder), partiendo de las condiciones y problemáticas de la organización, del campo y sus características, y sentidos en el que se juega; (la racionalidad, capitales y tecnologías con las que se actúa), a partir de sus posiciones, disposiciones, procesos, situaciones, obligaciones, responsabilidades y objetivos sociales de acuerdo a su efectividad y relevancia de sus funciones sociales, un lugar y un reconocimiento de servicios para el desarrollo de organización y el medio

[∇] El concepto de ‘sociedades del conocimiento’ tiene en cuenta que la actividad humana es creativa y genera pluralidad y diferencias en sus diferentes expresiones.” : http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=16044&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

amplio, a través de sus acciones, denominada también administración general. (Contreras 1999).

Recursos humanos son la estrategia empresarial que subraya la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre gestores o directivos y trabajadores, se refiere a una actividad que depende menos de las jerarquías, órdenes y mandatos, y señala la importancia de una participación activa de todos los trabajadores de la empresa. (Rodríguez Valencia 1998).

Finanzas (en definición operativa) son aquellas actividades que permiten planear, organizar y controlar los recursos monetarios para poder realizar las operaciones de la organización.

Mercadotecnia es un conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del consumidor. Con el fin de descubrir cuáles son éstas se utilizan los conocimientos del marketing. Al principio se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir, la actividad de mercadotecnia era posterior a la **producción** del bien y sólo pretendía fomentar las **ventas** de un producto final. Ahora, el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción; entre éstas, cabe destacar la investigación de mercados y el diseño, desarrollo y prueba del producto final. La actividad del marketing incluye la planificación, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de productos, los precios, la promoción y los servicios postventa. (Rodríguez Valencia 1998).

Producción y servicios (en definición operativa) son aquellas actividades que permiten planear, organizar y controlar los procesos de transformaciones de insumos a bienes o el conjunto de prestaciones de trabajo concreto que generan cuestiones intangibles que sirven para satisfacer directa o indirectamente una necesidad social – humana.

Contabilidad (operativamente la definimos) como las actividades que regulan y controlan el manejo de los recursos monetarios y que está implícito a los requerimientos gubernamentales, como ejemplo a los fiscales, está contemplada dentro de las actividades financieras, pero para este caso de análisis los hemos separado.

¿Por qué la planeación estratégica en las sociedades de conocimiento?

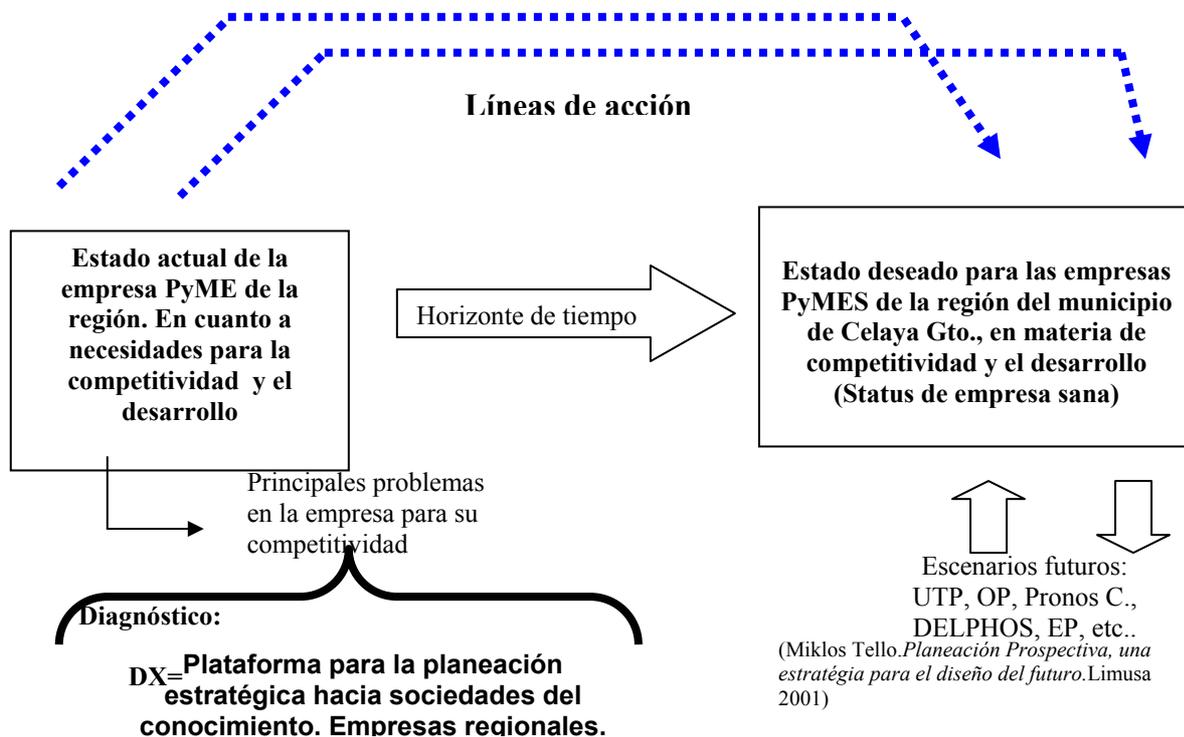
Porque consideramos que puede ser un buen instrumento estratégico:

1. Para que los miembros de las organizaciones auto reflexionen sobre el contexto en donde están insertos. No se encierran en una lógica interna del campo organizacional.
2. Se debe de pensar compleja e integralmente, no solo por área, departamento o puesto, es un ejercicio de pensamiento sintético e integral.
3. Pueden participar agentes externos con conocimientos técnicos (es recomendable), que faciliten los procesos internos y que informen técnicamente de dimensiones,

variables o indicadores que permiten ubicar y contextualizar a la organización dentro de una gran problemática.

4. Es un ejercicio de reflexividad, de auto crítica y sobretodo de aspiración.
5. Se retoma el proceso de la experiencia interna (de conocimiento empírico o técnico), y la experiencia externa (técnica), donde dialogan sobre la situación, tendencias y posibles escenarios. Para reconsiderar el papel de la organización.
6. El ejercicio puede auxiliarse de metodologías Verstehen o Erklären para girar en metodologías de investigación – acción, investigación participante o de otra forma metodológica de intervención, participación y compromiso.
7. Es un ejercicio de democracia técnica organizacional, que redefine posiciones de poder con base a “fines” en la organización.
8. Presupone compromisos, acuerdos y consensos en la organización apuntalados en prospectiva desde la acción práctica actual y dirigida a mejorar para subsistir, crecer y desarrollarse.
9. Implica socialmente, involucrarse con responsabilidad en procesos de situación y coacción con el medio externo y sobretodo de negociación social al interno (si en realidad se quiere hacer sinergia, buscando el impacto de mejora también a sus miembros).
10. Puede evolucionar ese ejercicio a dimensiones de responsabilidad social (sustentable, con la comunidad, con los miembros al interno, etcétera), eso le da un potencial social de conciencia y de conocimiento con orientación ética colectiva a la organización.
11. Aquí la universidad podría participar con asesoría externa porque tiene los cuadros multidisciplinarios e interdisciplinarios técnicos, porque tiene el compromiso social, porque puede ser la plataforma de observación de la región que acumula el conocimiento y la experiencia, que a su vez puede detonar de manera conjunta la sociedad del conocimiento.

El modelo de planeación estratégica utilizado es el siguiente.



El modelo de planeación estratégica indica la secuencia en la propuesta de solución a la problemática, utilizando una plataforma diagnóstica, que aterrice el estado actual del ente. A partir de esa realidad se trazan elementos que puedan componer un estado deseado, utilizando toda una tecnología de formación de escenarios tales como el UTP (Utópico, Tendencial y Prospectivo), PO (Pesimista Optimista), y/o el uso de técnicas de pronósticos en sus clasificaciones cuantitativos o no cuantitativas.

El modelo entonces presenta dos polos el presente (real, plataforma para la planeación) y el futuro anhelado (el estado en que se desea estar en el futuro), las diferencias entre estos dos polos conforman los retos para la realización de proyectos, programas, acciones que faciliten de una forma estratégica el tránsito desde el estado actual al futuro anhelado.

La aplicación de las herramientas de la planeación estratégica, La Matriz DOFA, La Matriz diferencial, etc. Se fundamentan en lo encontrado en la plataforma para la planeación.

En el caso que nos compete, los resultados encontrados en este estudio arrojan datos específicos sobre la configuración de la problemática en las empresas MIPyMES en la región, con lo cual se forma una plataforma de despegue para iniciar primero, el futuro deseado de las empresas, segundo marcar una línea de tiempo en la que se logre llegar a ese futuro deseado y en tercer término las acciones que permitirán y facilitarán a estas empresas transitar desde este estado actual a un futuro anhelado y es precisamente en este punto en el que las sociedades del conocimiento entran con su papel aglutinador y de acción múltiple realizando sus acciones de apoyo compartido usando los diferentes activos de conocimiento y expertiz de los elementos formadores de las sociedades del conocimiento. (Thomsom, Artur A. *Planeación Estratégica, conceptos y casos*.2000. BPI.)

Método

Se aplicó a 278 empresas una entrevista² de preguntas abiertas, se registraron los datos en una base matricial en Excel de preguntas / empresas, para procesar en este caso las dimensiones en el programa SPSS versión 8. El método es cualitativo, con tratamiento descriptivo, cuantificándolas por la naturaleza de las respuestas.

Tomado como base la pregunta ¿Díganos 6 necesidades prioritarias de su empresa?, de estas preguntas, para el análisis de las dimensiones “funcionales” de los problemas, consideramos las seis respuestas de las preguntas y solo retomamos las respuestas de la primera necesidad de nuestro banco de datos (por la magnitud), para ilustrar el tipo necesidades prioritarias.

Muestra

El tamaño de la muestra se calculó bajo los parámetros de una confiabilidad de 92% y un error permisible del 5.5, con lo cual nos resulta:

Usando $n = \sigma^2 pq / e^2$ (tamaño de la muestra desconocido el tamaño de la población)³

En la que σ = nivel de confiabilidad normal

p, q = probabilidad binomial

e = error permisible

$n = (1.75)^2 (0.5)(0.5) / (.055)^2 = 254$ se retomó una muestra de 278 encuestas

Ver tabla 1

Se entrenó al equipo de encuesta formado por un grupo de alumnos de la FCA, bajo los siguientes criterios.

- El encuestador debe estudiar previamente el instrumento
- El encuestador debe prescindir de presentarse con maletas o bultos que den apariencia de vendedor
- Ser siempre amable, inclusive ante las negativas.
- Si no se encuentra la persona meta, se debe regresar.
- Si el entrevistado pide que se le deje el instrumento para contestarlo después, no se debe prestar a ello.
- Cuando el entrevistado no entienda una pregunta, esta debe repetirse lentamente, pero en ningún caso deberá ofrecerse una explicación de ella.
- Las preguntas deberán formularse tal y como están escritas.
- La entrevista debe de realizarse sin apresurarse, dando tiempo de reflexión
- Jamás de debe “pulir” las respuestas del entrevistado.

La administración del levantamiento se realizó mediante llamadas telefónicas para constatar la visita. Resultando en todos casos positiva.

² Cuestionario aplicado para la oferta educativa de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guanajuato en el 2001 - 2002, siendo responsables la Maestra Blanca Arroyo y Ricardo Contreras. Se retomaron los datos porque no habían sido analizados a profundidad y la información es importante para la región, de hecho es un sondeo de panorámico que permite una visión de observatorio regional, para darnos una idea del comportamiento de las micro, mediana y pequeñas empresas. Este trabajo es solo el inicio del análisis que contempla problemáticas generales y específicos de este levantamiento, se vuelve al trabajo por la riqueza de sus datos que aún no habían sido analizados con profundidad.

³ Fischer & Navarro. *Investigación de mercados*. 3°ed. Mc Graw Hill. 2003

El siguiente es el instrumento utilizado:

Apreciable empresario, la presente es una entrevista para indagar sobre la principal problemática y su nivel de importancia para los empresarios de la región del municipio de Celaya, Gto.

Los resultados servirán como base para la nueva oferta educativa. Por ello mucho agradeceremos la veracidad de su respuesta y su comprensión. Las líneas contempladas en los conjoints fueron los siguientes.

- 1) Datos generales y específicos de la empresa
- 2) Tipología de la empresa (pública, privada, tamaño)
- 3) Número de trabajadores
- 4) Calidad de los perfiles laborales (profesionistas, técnicos, etc.)
- 5) Las 6 principales necesidades en orden de importancia para la empresa
- 6) Etapa del ciclo de vida de la empresa en la que se encuentra y su razonamiento. (Nacimiento, crecimiento o madurez).
- 7) 16 preguntas más sobre áreas específicas (que no vamos a tratar aquí).

El análisis se basa en la pregunta 5

La captura de la información se realizó en el paquete Excel y el procesamiento se realizó en el paquete SPSS.

Sectores productivos * Tamaño de la empresa Crosstabulation

Count Tabla 1

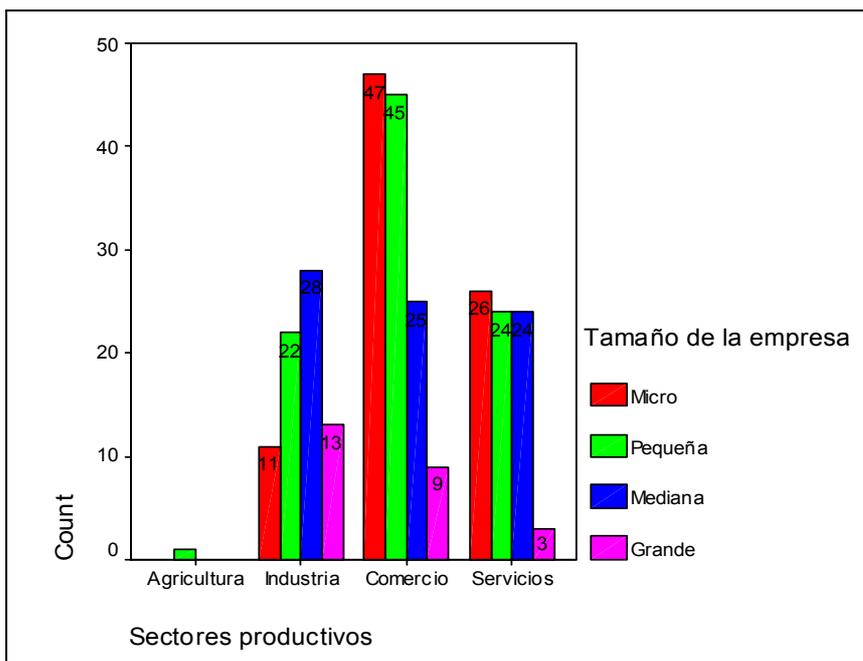
| | Micro | Pequeña | Mediana | Grande | Total |
|-------------|-------|---------|---------|--------|-------|
| Agricultura | | 1 | | | 1 |
| Industria | 11 | 22 | 28 | 13 | 74 |
| Comercio | 47 | 45 | 25 | 9 | 126 |
| Servicios | 26 | 24 | 24 | 3 | 77 |
| Total | 84 | 92 | 77 | 25 | 278 |

Como muestra esta compuesta de acuerdo al tamaño por el 30. 2 % de microempresas; 33.09 % son pequeñas; 27. 70 % son medianas y 9 % son grandes.

De acuerdo a los sectores productivos esta compuesta por 3.5 % del sector primario; del sector secundario 26.6 % y del sector terciario corresponde la mayoría de las empresas entrevistadas 73. 02% (compuesta por 45.32 % por comercio y 27.69 % de servicios).

Se puede ver representada en la gráfica 1

Grafica 1



En la gráfica 1 podemos observar como el sector comercio de la micro y la pequeña son las empresas más entrevistadas, le siguen las industrias medianas con los servicios micro, posteriormente los comercios medianos y los servicios pequeños y medianos, para por último en menor casos de la industria micro.

Desarrollo

De acuerdo a la tabla 2, las necesidades prioritarias de acuerdo a las dimensiones administrativas de manera general, se dan de la siguiente manera en 278 entrevistas:

Producción o servicios tiene 290 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Recursos humanos tiene 250 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Mercadotecnia tiene 215 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Gestión tiene 212 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Finanzas tiene 88 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Contabilidad tiene 40 referencias, que tienen que ver con las necesidades prioritarias en general, (sumando las 6 necesidades prioritarias).

Tabla 2

| | Necesidades prioritarias 1 | | Necesidades prioritarias 2 | | Necesidades prioritarias 3 | | Necesidades prioritarias 4 | | Necesidades prioritarias 5 | | Necesidades prioritarias 6 | |
|------------------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Count | % |
| Gestión | 45 | 16.1% | 37 | 13.3% | 35 | 12.5% | 33 | 11.8% | 33 | 11.8% | 29 | 10.4% |
| Recursos humanos | 62 | 22.2% | 51 | 18.3% | 52 | 18.6% | 37 | 13.3% | 26 | 9.3% | 22 | 7.9% |
| Finanzas | 26 | 9.3% | 17 | 6.1% | 15 | 5.4% | 13 | 4.7% | 11 | 3.9% | 6 | 2.2% |
| Mercadotecnia | 56 | 20.1% | 53 | 19.0% | 42 | 15.1% | 26 | 9.3% | 24 | 8.6% | 14 | 5.0% |
| Producción | 54 | 19.4% | 71 | 25.4% | 57 | 20.4% | 55 | 19.7% | 30 | 10.8% | 23 | 8.2% |
| Contabilidad | 8 | 2.9% | 7 | 2.5% | 8 | 2.9% | 12 | 4.3% | 3 | 1.1% | 2 | 0.7% |

Es evidente también que la problemática que se puede encontrar al hablar de empresas MIPyMES, puede ser múltiple, dado que de igual forma podría mapear en lo tecnológico como en lo administrativo, desde esa óptica el impacto académico también es múltiple.

La relación que existe entre tamaño de la empresa y las necesidades prioritarias en general (sumando las 6 necesidades prioritarias) de acuerdo a la Tabla 3, nos dice:

Tabla 3

| Tamaño de la empresa | Necesidades totales | Gestión | Recursos humanos | Finanzas | Mercadotecnia | Producción | Contabilidad | Total |
|----------------------|---------------------|---------|------------------|----------|---------------|------------|--------------|-------|
| Micro | 306 | 60 | 57 | 30 | 60 | 94 | 5 | 84 |
| Pequeña | 379 | 70 | 88 | 33 | 77 | 86 | 25 | 92 |
| Mediana | 311 | 63 | 75 | 22 | 58 | 84 | 9 | 77 |
| Grande | 99 | 19 | 30 | 3 | 20 | 26 | 1 | 25 |
| Total | 1095 | 212 | 250 | 88 | 215 | 290 | 40 | 278 |

Las necesidades de la **micro empresa** de acuerdo a la muestra son:

El 30.7% de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de producción o servicios.

El 19.6 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de gestión.

El 19.6 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa en mercadotecnia.

El 18.6 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de recursos humanos.

El 9.8 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de finanzas.

El 1.63 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de contabilidad.

Las necesidades de la **pequeña empresa** de acuerdo a la muestra son:

El 23 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de recursos humanos.

El 22 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de producción y servicios.

El 20 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de mercadotecnia.

El 18 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de gestión.

El 8.7 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de finanzas.
El 6.5 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de contabilidad.

Las necesidades de la **mediana empresa** de acuerdo a la muestra son:

El 27 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de producción y servicios.

El 24 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de recursos humanos.

El 20 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de gestión.

El 18.6 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de mercadotecnia.

El 7 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de finanzas.

El 2.9 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de contabilidad.

Las necesidades de la **gran empresa** (aunque a estas no nos estamos refiriendo) de acuerdo a la muestra son:

El 30 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de recursos humanos.

El 26 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de producción o servicios.

El 20 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de mercadotecnia.

El 19 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de gestión.

El 3 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de finanzas.

El 1 % de las necesidades prioritarias se dan en la dimensión administrativa de contabilidad.

Gestión

La gestión es la cuarta dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales.

Necesidad 1 testimonios

Implementación de planes maestros en todas las áreas de la empresa

Expansión de sucursales

Aumento de bases

Ser más competitivos

Organización de tienda

Dirección

Saber como dirigir el negocio

Grandes responsabilidades para que el proyecto planeado se realice.

Desarrollo y comunicación

Comunicación (2)

Sistema Informativo

Administración (2)

Administrador General

Administración en general

Administración optima de recursos (2)

Mejor administración
Buena organización administrativa
Aplicar tecnología administrativa (2)
Reestructuración administrativa
Actualización (3)
Actualización y desarrollo del departamento de sistemas
Actualización en general
Continuidad
Calidad
Certificación en el sistema de calidad QS-9000
Capacitación integral a nivel organización
Ambiente laboral
Enseñar a las personas que pueden ser mejor
Compromiso de parte de todos para con el despacho
Trabajo en Equipo
Relaciones Humanas
Compañerismo
Investigadores

Análisis

De acuerdo a los testimonios encontramos una gran necesidad de planeación: para implementar los planes maestros (para quien ya lleva de alguna forma cierta sistematicidad), también para quien requiere expandir, ser más competitivos o aumentar ciertos requerimientos), para establecer la estructura de la dirección, plantearse la forma adecuada de dirigirse, distribuirse las responsabilidades de los proyectos, establecer las líneas de desarrollo, establecer los canales de comunicación y los sistemas informativos. También existe casos de la micro y pequeña (sobretudo), que no tienen ni planeación, ni organización. No se puede improvisar en los puestos gerenciales o de dirección, se requiere conocimientos técnicos en las decisiones.

En cuanto a la organización de su operación se requiere de diseñar los sistemas administrativos para mejorar y optimizar su desempeño. En caso de tener un sistema que no ha rendido de la manera deseada es necesario una reestructuración.

La demanda de actualización es para conocer los avances en teorías, enfoques y sistemas de administración y en su caso para renovar.

Sobre la necesidad de control los sistemas de calidad han permitido sistematizar los procedimientos de forma adecuada. Pero desde nuestra opinión es necesario no dejar de ver los escenarios externos de manera conjunta en la organización y para ello requiere la planeación estratégica (en el caso de los modelos europeos si la incorpora previamente).

En cuanto a la implementación de sistemas o nuevos sistemas se debe contemplar una capacitación integral para que sean efectivas las innovaciones.

En cuanto a las formas de trabajo se requiere mayor compromiso colectivo, compañerismo, mejorar las relaciones humanas y generar un ambiente adecuado de trabajo.

Recordemos que el esquema de autoridad de las micro y pequeñas muchas veces esta fundamentado en el esquema familiar, porque son empresas familiares. Y este esquema edípico trabaja más en lógicas de autoridad patrimonial y no autoridad racional-técnica.

Es importante resaltar la necesidad de contratar o apoyarse de investigadores y científicos para que generen investigación y desarrollo en sus empresas, factor estratégico que se ha impulsado a través de las sociedades de conocimiento. El CONACYT, el CONCYTEG y otros organismos federales y estatales tienen programas para buscar detonar el conocimiento y la tecnología como insumo potencial en las actividades sociales y económicas.

Recursos humanos

Recursos humanos es la segunda dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales.

Necesidad 1 testimonios

- Mano de obra (3)
- Falta de personal (obreros).
- Personal (2)
- Mayor personal
- Mano de obra capacitada (3)
- Personal capacitado (2)
- Personal calificado (2)
- Capacitación (16)
- Capacitación en el área de computación
- Más trabajadores
- Contratar más personal
- Incrementar la ocupación
- Contratar más trabajadores
- Juntas de capacitación
- Actualización docente

- Personal de producción
- Completar la cuadrilla básica en gerencia, jefatura, etc.
- Mto. Ambulancias (puesto específico)
- Contar con un Químico en Metalurgia
- Jefe de departamentos
- Personal adecuado para atención en ventas (2)
- Gerente administrativo
- Recursos humanos

- Desarrollo Organizacional
- Desarrollo Humano de todo el personal.
- Contratación de personal más enfocado a servicio
- Personal con un mejor nivel de compromiso para con su trabajo
- Desarrollo Humano de todo el personal.
- Constancia en horario (2)

Revisión de puestos
Reducción de rotación de personal (2)

Salarios

Análisis

De las demandas más solicitadas en las necesidades se encuentra por un lado capacitar al personal (que ya está trabajando), por otro lado contratar mano de obra y sobretodo calificado para tener un mejor desempeño. La actualización es una modalidad de capacitación.

En ciertas áreas o puestos se requiere personal calificado (técnicamente), como es en producción, ventas, finanzas..., en diferentes jerarquías, con diferentes grados de estudio. Es necesario organizar las juntas de capacitación (en algunos casos).

Es claro que la exigencia en el mercado laboral, ya no se puede improvisar al personal menos en puestos y actividades claves.

La necesidad de fomentar una cultura organizacional donde se comprometan todos los integrantes en el desarrollo de la empresa (sobretodo los dueños), impulsando ciertas actitudes y disposiciones generales en el trabajo como el desarrollo humano o servicio.

Criterios orientadores en la contratación o permanencia como es puntualidad, servicio y compromiso.

En cuanto a estrategias organizativas se presenta la necesidad de revisión de puestos, reducción de rotación de personal.

Los salarios son la parte importante social en las empresas, ya que necesitan tener un buen salario para que no emigren al otro lado, vivan con dignidad, estén motivados, estén seguros, etcétera, y no sigan estando en condiciones deplorables los trabajadores (es decir que no se continúe generando lumpenproletarización del trabajador), recuerden que Guanajuato es de los estados con salarios menores⁴ y no permite la reproducción social de la clase, incluso como trabajador calificado.

La capacitación y el adiestramiento son importantes para las empresas medianas ya que necesitan tener a sus empleados actualizados con la tecnología.

Finanzas

Las finanzas es la quinta dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales.

Con referencia a las necesidades prioritarias y los problemas financieros⁵

⁴ En el **Estado de Guanajuato** hay una población ocupada que recibe ingresos mensuales menores o iguales a 1 salario mínimo es de 9%, y que también hay una población ocupada que no recibe ingresos mensuales es de 7.4% (fuente INEGI, XII Censo de Población y Vivienda 2000, en Revista este País #124, julio 2001: 61).

⁵ Agradezco a la Contadora Ma. Concepción Franco Bonilla y a los alumnos que colaboraron parcialmente en el análisis son Mancera Ángel Adriana Ivette, Aboytes Granados Lidia Jazmín, Andrade Campa Wendy,

Necesidad 1 testimonios

Mayor capital
Capital (6)
Más dinero
Mayor inversión
Obtención de recursos económicos
Tener más recursos financieros
Económicas
Recursos financieros
Capital limitado
Financiamiento (2)
Socios (2)
Obtención de recursos económicos
Crédito
Presupuesto
Equilibrio en el flujo de recursos financieros
Aumento de capacidad (inversión)
Dinero (financiamientos básicos)
Mayor inversión y capital disponible
Liquidez
Personal capacitado en proyectos de inversión
Deudas

Análisis

De acuerdo a los testimonios de las entrevistas, la mayor preocupación en esta dimensión son las formas de proveerse de recursos económicos para solventar sus necesidades y para su crecimiento de la organización. Indudablemente se requiere de un asesor financiero para que evaluara la mejor forma y estrategia de hacerse llegar de recursos. Por lo tanto, existe una baja capacidad de acumulación de capital.

Recordemos que México es un país que ha tenido 25 años consecutivos de crisis económicas⁶

Barbosa Soto Judith, Castañeda Chavarria Keiry y Robles Graciano Marisol

⁶ Heat (2000) hace un estudio sobre las crisis en México desde la década de los 70 hasta 1998 con reportes mensuales. Utiliza como modelo el de Eichengreen / Kaminsky, con umbrales de severidad (desviación estándar) en tres escalas de intensidad de la crisis: moderada, aguda, severa. La clasificación en tiempo es **crisis moderada** es menor a 3 meses, con desviación estándar mayor igual a 2 y menor a 3; **crisis aguda** cuando es igual o mayor a 3 meses y menor a 6 meses, con desviación estándar mayor e igual a 3 y menor a cuatro; **crisis severa** es mayor o igual a 6 meses, con desviación estándar mayor e igual a 4.

| Año | promedio | meses | acervo | pico máximo | intensidad | periodo |
|------|----------|-------|--------|-------------|------------|------------|
| 1976 | 4.3 | 1 | 4.3 | 4.3 | severa | sept |
| 1982 | 1.73 | 7 | 12.08 | 3.74 | severa | feb-ago |
| 1985 | 2.03 | 1 | 2.03 | 2.03 | moderada | ago |
| 1987 | 2.4 | 4 | 9.61 | 4.41 | severa | oct-ene 88 |
| 1988 | 1.38 | 5 | 6.88 | 2.3 | aguda | jul-nov |
| 1990 | 2.16 | 1 | 2.16 | 2.16 | moderada | mar |

De acuerdo a Heath (2000), han existido en este periodo 10 crisis, 4 crisis severas, 5 moderadas, 1 aguda. Representadas en la tabla 4. Observamos que en 25 años aproximados de crisis continuas, ubicamos en 8 años claves con diversa magnitud en que se intercalan en el periodo ya dicho.

Se requiere incrementar los recursos monetarios por vía de incorporar nuevos socios o de créditos, como es la vía de bancos, Nacional Financiera, etcétera. Habría que considerar su solvencia económica.

Sobre la planeación de los recursos en presupuestos, se da por la necesidad de la ausencia de planeación en las organizaciones, sobretudo en las actividades operacionales básicas.

También se requiere de equilibrio en los recursos, que no estén estancados o amortizados, sino que sirvan dinámicamente para hacer las necesidades principales, teniendo capital disponible (liquidez), para otras operaciones.

Otra empresa de servicios requiere una competencia específica en la elaboración de proyectos de inversión.

En este sondeo dentro de las micro-empresas, la problemática en donde tuvo mayor énfasis fue por la falta de capital, dándose con un 66.6%, en la cual, mostró una dificultad para obtener los objetivos fijados, ya que sino se tiene un capital necesario para poder crecer como empresa difícilmente será reconocida como una verdadera organización y menos poder aspirar a un desarrollo sustentable.

Con esto deducimos que las micro-empresas se abstienen de comprar el equipo requerido, ya que la falta de capital no lo permite y prefieren estar en equilibrio al no endeudarse, pero esto limita su crecimiento, manteniéndolos en un estancamiento.

Mientras dentro del panorama de las pequeñas empresas, encontramos dos problemáticas principales: “las deudas y el exceso de crédito“, ambas con aproximadamente un 50%, haciendo esto referencia a que el exceso de crédito ocasiona un endeudamiento mayor, ya que se ve mermada la utilidad.

En éste caso, que seguimos hablando de las pequeñas empresas, las problemáticas restantes tienen un rango de variación mucho mayor que las micro-empresas, al haber obtenido aproximadamente un 22.2% en falta de capital, un 27.2% en formas de financiamiento, un 28.7% en problemas administrativos, un 33.3% en clientes y un 36.3% tanto en falta de equipo como en información y mecanismos técnicos de evaluación.

Para finalizar nuestro análisis, las medianas empresas nos dieron a conocer que su

| | | | | | | |
|---------|------|---|-------|------|----------|----------------|
| 1994(a) | 1.86 | 2 | 3.71 | 2.47 | moderada | (a) mar-abr |
| 1994(b) | 4.71 | 5 | 23.74 | 6.08 | severa | (b) nov-may 95 |
| 1995 | 2.19 | 2 | 3.28 | 2.19 | moderada | oct-nov |
| 1998 | 2.43 | 1 | 2.43 | 2.43 | moderada | sept |

mayor problemática fue basada en las deudas con aproximadamente un 50%, ya que al no tener buenas formas de financiamiento, ni buena administración, es probable que tienda a caer como empresa, al sentirse presionada de no poder tener esa liquidez en sus deudas y al no otorgar créditos.

Mercadotecnia

La mercadotecnia es la tercera dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales.

Con referencia a las necesidades prioritarias y mercadotecnia ⁷ las demandas son:

Necesidad 1 testimonios

Incremento de ventas (14)

Atracción de clientes

Ventas mayores

Más clientes

Contratación de clientes

Vender la producción que sale

Contar con más clientes

Necesidad de ventas a mayoristas

Penetración de mercado agrícola

Ampliación de mercado (2)

Investigación de mercado (2)

Mercado (2)

Mayor numero de sucursales en la ciudad.

Aumento de área de acción

Adquirir nuevos clientes

Comercialización- mercadotecnia

Mayor mercado

Expansión de sucursales (2)

Aplicar una MKT mas estructurada para la comercialización de los productos

Aumentar número de exportaciones

Programa de ventas al extranjero

Exportación

Tener más productos novedosos (2)

Publicidad (5)

Propaganda en radio (2)

Promoción

Mayor demanda de servicios del cliente

⁷ Agradecemos a los alumnos por participar parcialmente en el análisis Castañeda Vallecillo Yolanda Esmeralda, Moreno Porras Juan Carlos, Olalde García Liliana y Sánchez Núñez Miriam

Satisfacer al cliente (2)
Atención al cliente (2)
Satisfacción del cliente
Calidad en atención al público
Disponibilidad al cliente
Satisfacer las necesidades de nuestros clientes

Manejo de cartera de clientes

Contratar un mercadólogo
Vendedores con experiencia
Tener surtido de mercancías en general
Mejorar el autoservicio

Análisis

En el caso de la función de Marketing, la respuesta recurrente en las necesidades fue de la siguiente forma porcentual

| | |
|---|-----|
| Problemas en Ventas | 35% |
| Problemas en Reconocimiento del mercado | 25% |
| Problemas en el Servicio al cliente | 20% |
| Problemas en Publi-promoción | 15% |
| Problemas de Exportación | 5% |

La necesidad prioritaria que se dio en las micro empresas de la región fue la de promover ventas (comercialización), entre otras la necesidad de darse a conocer, debido a que son micros, no están muy bien posicionadas en el mercado, lo importante es la de darse a conocer en la región, ya que no las conocen y no pueden hacerse mucha publicidad, debido a que no cuentan con demasiados recursos financieros, se podría decir que están al día, debido a que con lo que ganan se sostienen ese día y sus ingresos no alcanzan para mas, esto quiere decir que carecen de una cultura de ahorro, al no tenerla siguen siendo empresas muy pero muy pequeñísimas (micro empresa), es por eso que sus necesidades son:

Mercado.

Nos dimos cuenta de la problemática principal que tienen las micro empresas en la venta de su producto es, debido a que no poseen una infraestructura económica fuerte como para darse a conocer.

Otro de los aspectos que impide una venta mayor es que no se pueden satisfacer las necesidades de los clientes por que no las podemos conocer y si se llegaran a conocer pensamos que no se lograría cambiar mucho debido a la carencia de capital. Pero es una demanda de mercado es constante y se deben de buscar estrategias adecuadas al producto y al mercado.

Precio.

Las micros empresas tienen problemas en la determinación de precios, debido a que estos se fijan en el gran mercado. Tienen que reducir costos y esto los pone en dilema con las ventas. El factor de ventaja es el servicio.

Publicidad.

La necesidad de publicidad es cara, pero se puede retomar estrategias de su campo de acción de mercado, por ejemplo retomar estrategias de la cultura popular y aprovechar su capital social en la comunidad.

Producto.

Esta claro que el empresario, no tiene mucha preocupación por los productos que vende en comercio, debido a que puede cambiar de proveedor, a sí de simple si no esta satisfecho con sus proveedores. Pero cambia para quien produce (sector industrial), ya que de el depende parte de su permanencia en el mercado, sobretodo por la dinámica en el mercado de estar transformando el producto se requiere infraestructura organizacional.

Análisis de las pequeñas empresas.

Los principales problemas que enfrentan las pequeñas empresas comerciales son de distintos tipos, las mas importantes que estas presentan están en el área de Mercado, que dentro de las empresas encuestadas esta es la mas afectada ya que el 61% de las empresa presenta necesidades principales como clientes, ventas y para explicarlas, es importante el aumentar el número de clientes que la empresa tiene, para ello es indispensable por un lado aumentar el nivel de ventas y por el otro manejar sus ingresos de manera adecuada, para que permita a reinvertir y crecer su negocio. Otra estrategia mejor es agrupar a las tiendas en organizaciones de abastecimiento, para reducir los costos, una alianza estratégica idónea que requiere trabajo y disposición de equipo.

La ventaja es el servicio personal, el crédito a la palabra, el capital social que se ha acumulado en los barrios, en las comunidades, la honestidad y responsabilidad para poder conformar un mejorar y mantener su mercado, un compromiso de los empleados y los directivos para poder tener un mayor desarrollo en el mercado.

Dentro de los problemas de comercialización en el sector secundario se encuentra el de la producción, y su dependencia con los factores macro, como con el crecimiento de la economía, o factores como la competencia, es necesario planear sobre lo estratégico para ver si puede aumentar el nivel de producción, tener una buena reorganización en las ventas para saber ¿Cómo? Y ¿A quién vender? Para tener un mayor desarrollo así como la amplitud de trabajo, para lograr el crecimiento de la empresa, otra problemática también muy importante es la de el costo de la materia prima para la elaboración de nuestros productos esto impide que se puedan adquirir mejor material y impide tener la introducción de productos innovadores, la empresa también tiene responsabilidades y una de ellas es la de enviar las refacciones que necesita a tiempo para que no tengan ningún problema en llevar a cabo todos los movimientos para lograr y aumentar las ventas y la producción, el ofrecer los productos con una buena calidad (que afortunadamente hay bastantes instituciones que se dedican a implementar sistemas de calidad), es otro necesidad principal de las empresas, estos son algunas de las problemáticas que presentan generalmente las empresas pequeñas dentro de su desarrollo en producción.

Se requiere planear la ampliación del mercado, todo ello requiere procedimientos técnicos, análisis y visualización crítica.

Otra necesidad que falta por mencionar es la que hoy tendrá mas enfoque la de publicidad, el tener la presencia en medios masivos locales (o dependiendo de la orientación alcance del mercado meta), para así lograr que los clientes consuman y aumentar ventas, siempre teniendo en cuenta hacia que clientes va dirigido y cada vez tener mayor difusión de los productos, la imagen que el producto o servicio tendrá es indispensable porque este será nuestro sello para todos los que consuman lo que producimos, aumentar el lugar de exhibición de productos, la modernización del lugar de trabajo.

Análisis de las Medianas empresas.

Basándonos en los resultados que arrojaron las encuestas tenemos que los principales problemas de comercialización en la mediana empresa se dan:

Principalmente en el mercado:

Muchos son los factores que influyen para que se den éstos problemas como el principal, podemos citar la falta de mercado, la imposibilidad que se tiene en algunas ocasiones para poder abrir el negocio a nuevos lugares, imposibilidades tanto económicas como gubernamentales.

Los principales problemas radican en la extensión de su mercado a nuevas plazas tanto locales como extranjeras.

Otra de las preocupaciones en ésta categoría es la necesidad que ve el empresario de innovar en sus productos, para poder aspirar a nuevos mercados y a un crecimiento de la empresa. Los requerimientos tecnológicos día con día va avanzando y podemos ver de acuerdo a los datos arrojados en éstas encuestas que una de las preocupaciones que destacan más en el empresario es poder presentar su producto con tecnología más innovadora donde a la vez muchas personas puedan conocer su producto, como lo es la Internet.

La preocupación que se presenta en cuánto al Producto:

Es la variedad de productos que hay en el mercado, es necesario replantear sus posibilidades y las formas como se pueden agregar, para incursionar a nuevos mercados.

Así mismo también podemos citar la preocupación por la adquisición de un prestigio de la empresa en todos los aspectos.

Poder tener una mayor tecnología para poder sacar el producto en menores tiempos. Con una mayor eficiencia en el servicio.

Ir aumentando la cantidad de producto que sale al mercado y más métodos de comercialización del mismo.

Es recomendable encontrar medidas en las medianas empresas, para que puedan optimizar costos.

Producción y servicios

La producción y servicios son la primera dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales.

Necesidad 1 testimonios

Materia prima
Materia prima barata
Variedad de hilo (insumos).
Conseguir (el mejor proveedor en calidad y precio).
Adquirir materia prima
Existencia de mercancía
Materia prima de buena calidad
Ingreso de más alumnos
Producción
Producir
Fabricación del producto
Que nos dejen aumentar producción
Aumento de Producción
Cantidad de maquila diaria
Mejor sistema en el control de producción
Automatizar
Reducir costos (2)
Trabajo (2)
Control de inventarios
Incremento y consistencia en la productividad
Reingeniería
Mantenimiento
Servicio
Servicio a la representante
Mejorar servicio
Mejorar la calidad
Mantener la calidad del producto
Proporcionar un mejor servicio
Producción de calidad
Productos realizados con calidad
Productos realizados con calidad
Buena calidad en el producto
Obtener el certificado ISO 9000
Mejorar el servicio de transporte
Dar al paciente un diagnostico perfecto de su estado de salud
Instalaciones
Instalación más grande
Local más grande
Ampliación de instalaciones
Ampliación del lugar de trabajo
Local más grande
Crecimiento de la planta
Espacio
Ampliar el local

Infraestructura
 Maquinaria (2)
 Maquinas mas sofisticadas
 Adquisición de equipo de cómputo
 Sistemas electrónicos
 Más hornos
 Camiones de transporte pesado
 Teléfono
 Incremento de flotilla de autobuses
 Mejores computadoras
 Mayor capacidad en el área de computación
 Renovar las unidades de reparto

Análisis

En el caso de la función de Producción y servicios, la respuesta recurrente en las necesidades fue de la siguiente forma porcentual.

| | |
|------------------------------------|--------|
| Problemas de Planta | 22.58% |
| Problemas de Calidad | 19.35% |
| Problemas de Insumos y proveeduría | 19.35% |
| Problemas de Tecnología | 9.67% |
| Problemas de Logística | 9.67% |
| Problemas en Maquinaria | 6.47% |
| Problemas en Procesos productivos | 6.47% |
| Problemas en Recursos Humanos | 6.47% |

Es importante resaltar la gran problemática que existe en el sector productivo (secundario) de las MIPyMES es desde nuestro punto de vista donde se encuentra uno de los talones de Aquiles importantes de la economía Mexicana, porque es donde más desventaja existe en las periferias, debido a la ausencia de infraestructura, de tecnología, de investigación y desarrollo, etcétera. Mientras en los servicios, si bien las grandes tiendas transnacionales han desplazado negocios, la terciarización de la economía en las periferias, ha propiciado mercados secundarios o de productos secundarios que les ha convenido a los centros, para reciclar productos y modelos obsoletos o con baja calidad. Existen reducidas posibilidades de cambio tecnológico y de mejorar productividad.

Entrada

Los problemas existentes en los insumos y en la proveeduría se da por las problemáticas en cuanto a obtener materia prima barata y de calidad, por otro lado conseguir proveedores estables y cumplidos, bajo el stock requerido.

Procesos

La necesidad de consolidar demandas en los volúmenes de producción que oscilan por la situación económica o por la ausencia de establecer una clientela (más o menos fijas), hace que una de las demandas sea producir, fabricar el producto, producción. Existen casos donde la cantidad de la maquila en las MIPyMES que es común se establece en un esquema de dependencia en la elaboración de piezas, componentes o ensambles en la economía internacional.

El esquema de eficiencia es necesario como racionalizador es importante para minimizar costos y optimizar resultados, pero no se debe de quedar fuera la responsabilidad social de la organización.

La falta de calidad en el producto, que al final se traduce en menores ventas y en pérdidas (en un esquema de competencia internacional, es requerimiento), la falta de calidad en el producto es otro de los problemas que sufren las MIPyMES, que no debe de pasar desapercibido. Existen orientaciones a la calidad que si se lleva realmente sincroniza al productor con el mercado, porque objetiva las características de los productos o servicios.

Factibilidad y logística

La necesidad de ampliar o adecuar las instalaciones manifiesta el carácter de crecimiento o improvisado de la organización, por requerir un espacio o instalaciones adecuadas.

Tecnología e infraestructura

Las necesidades de tecnología adecuada es uno de los problemas principales, tanto para la producción, como para el manejo de la información. Así como a la actualización de equipo, para producir más y con menores costos.

Contabilidad

La contabilidad es la sexta dimensión demandada que interviene a las necesidades prioritarias generales⁸.

Necesidad 1 testimonios

- Capital de trabajo (2)
- Auxiliar en contabilidad
- Cambios fiscales (2) (forma simplificada de tributaciones)
- Sistema contable (2)
- Estar actualizados en materia fiscal
- Documentación fiscal (2)

Análisis

Los problemas se dan principalmente se dan por no tener un sistema contable que se adapte a las necesidades de la empresa.

En materia fiscal, en cuanto a los cambios en la miscelánea fiscal (que cambia constantemente) y por lo tanto modificaciones en las declaraciones. A la necesidad de asesoría en materia de los diferentes regimenes fiscales para que sepa en cual tiene que tributar y en la manera en que se registra.

Hacen referencia también a la disposición de dinero para sus operaciones. La necesidad de apoyo de auxiliares en contabilidad para registrar al día.

⁸ Agradezco a la Contadora Ma. Concepción Franco Bonilla por su apoyo en el análisis parcial de este apartado.

Conclusiones

De acuerdo a los resultados de ésta investigación deducimos que para toda empresa es necesario e indispensable tener una buena planeación estratégica, para sobrevivir, crecer y desarrollarse socialmente. No basta los programas de calidad en las organizaciones, es necesario que haya conciencia, visualización, consenso, racionalidades y sentido en la dirección de las MIPyMES. Falta mucho por hacer.

No se puede solucionar el problema, si no se sabe donde radica la causa que lo produce, y en éste análisis, hemos podido percatarnos algunas de las principales necesidades demandadas, esperando con ello que sea de utilidad para la sociedad y se empiece a trabajar sobre ello.

Hemos llegado a la conclusión que los principales problemas en las micros, pequeñas y medianas empresas

- Necesitan prioritariamente planear estratégicamente en la orientación de producción o servicios, ya que el 26.4 % general de las problemáticas se encuentran en ámbito de esta dimensión, debido a que existen problemas de capacidad de planta, problemas de calidad, problemas con los insumos y la proveeduría, con la ausencia de tecnología (reducidas posibilidades de cambio tecnológico y de mejorar productividad), la logística y los procesos productivos.
- Los recursos humanos son otra de las dimensiones que requiere atención, de acuerdo a los resultados el 22.8 % general, porque falta personal capacitado y de capacitar al personal para realizar las operaciones, se requiere personal calificado técnicamente en los puestos (no se puede seguir improvisando), criterios de contratación y permanencia como puntualidad, desempeño, etcétera. Se requiere reducir las tasas de rotación del personal y de generar una cultura organizacional más comprometida de todas las partes en un mejor ambiente laboral, así como mejorar los salarios del personal.
- La dimensión de la mercadotecnia representa el 19.6 % general de los requerimientos de las necesidades prioritarias, problemas en ventas, en reconocimiento del mercado, en servicio a clientes, en publi-promoción y en exportación.
- La dimensión de la gestión representa el 19.3 % general de la problemática, por las siguientes razones: existe una gran necesidad de planeación y organización para visualizar las acciones, controlar de manera eficiente y sistematizar los procedimientos en sistemas administrativos, existe una demanda de renovar y evaluar los sistemas administrativos aplicados, y de renovar los enfoques de gestión. Los puestos gerenciales de la organización requiere conocimientos técnicos.
- La dimensión de finanzas representa el 8 % general de las demandas en necesidades prioritarias, manifestando las siguientes preocupaciones son: las formas de proveerse recursos económicos para impulsar sus actividades o se crecimiento, la planeación de recursos presupuestos, asesoría técnica y liquidez.

Baja capacidad de acumulación de capital.

- Los problemas de contabilidad como necesidades prioritarias representan el 3.6 % general, centrándose principalmente en las demandas de llevar sistemas contables que se adapte a la empresa, tener conocimiento y manejar la materia fiscal.
- Es claro que la representación de las demandas de las necesidades prioritarias tienen implicaciones, repercusiones e impactos en otras dimensiones y por ello se debe hilvanar en un ejercicio integral, de planeación estratégica.

La situación de nuestro país se torna cada vez más difícil, hablando en todos los entornos, pero en el entorno económico se está tornando aún más difícil. Las micros, pequeñas y medianas empresas nacionales están en desventaja con las grandes empresas, sobretodo con las transnacionales. Haciendo que éstas no puedan competir contra ellas y llevándolas así (en muchos casos) al cierre de las mismas. Por ello también es necesario replantear estrategias de enfoque regional:

- Propiciar una economía más fuerte en la producción, distribución y consumo regional, articulada a los esquemas internacionales.
- Un cambio de cultura gerencial de responsabilidad social con conocimiento técnico y no de ventaja a toda costa o saqueo.
- Difundir la experiencia de proyectos exitosos, de manera colectiva, para fomentar aprendizajes.
- Impulsar esquemas de alianzas estratégicas, con cultura cooperativista, asociacionista y colaboracionista, para fortalecer los sectores productivos.
- Generar las condiciones de fomentar una sociedad más integrada, comprometida y con visualización civilizatorio.
- Propiciar estratégicamente en lo económico, social y cultural territorios más integrados.
- Potencial de incremento de la productividad de la fuerza de trabajo y de los factores en general en un esquema de mejoramiento en distribución del ingreso y de mayor equidad.
- Crear centros de inteligencia de desarrollo regional (multi institucionales y cívicos).

Nos pudimos percatar de algunas de las problemáticas por las que están atravesando las micros, pequeñas y medianas empresas y las posibilidades de dar respuestas como Universidad en la investigación y extensión.

- ◆ Formas de articulación entre los centros económicos, los aparatos estatales, civiles y las universidades como miembros de redes de conocimiento.

- ♦ Se plantea⁹ el papel de participación de la Universidad pública como instituciones intermediarias con las MIPyMES, porque cuentan con la infraestructura, capacidad técnica y compromiso social.
- ♦ Las problemáticas de la región se llevarían también, a la docencia como estudios de caso o situaciones generales, para que reflexionen, discutan y propongan la comunidad académica de las carreras en determinadas materias, que vayan conociendo las realidades de su contexto.

Con referencia a las investigaciones

- Generar un sistema de formación de investigadores vinculándose con los problemas.
- La necesidad de articular la investigación para la solución de problemas sociales y del mercado laboral, que muchos de ellos están asociados en el fondo, sería importante por la complejidad y relación de los ámbitos del saber implicados, tratarlos de manera interdisciplinaria y multidisciplinaria, no encerrándolos en un solo enfoque, sino pensarlos integralmente para contribuir en la construcción de la sociedad del conocimiento.
- Es importante abordarlas desde varias ópticas, fundamentalmente replanteando los fines de esos medios. Es decir considerando la finalidad social de los estudios (con sus respectivos instrumentos), reflexionando, para no quedar atrapado en su razón instrumental.
- Buscando tener una visión más integral, metodológicamente se esboza una serie de problemáticas y propuestas a considerar en la elaboración de los instrumentos sobre la evaluación de las micro, pequeñas y medianas empresas. La reorientación instrumental debe de basarse desde re planteamientos y re formulaciones de orientación social y teóricas – críticas (en este caso), buscando en la realidad y en la posibilidad estrategias de acción. La propuesta debe ser coherente y pertinente, reconsiderando de manera conjunta la producción y las necesidades sociales, el desarrollo y la sustentabilidad de el.
- Instituciones, que agrupen estudiosos para trabajar en común y por un año en torno a puntos específicos urgentes (grupos limitados ad hoc). Como proponen Bourdieu (1988) con Gros, Derrida, Condamines y otros.
- Será importante en particular, conciliar el Universalismo inherente al pensamiento científico y al relativismo que enseñan las ciencias históricas, atentas a la pluralidad de los modos de vida y a las tradiciones culturales. Propone Bourdieu (1988) con Gros, Derrida, Condamines y otros.

⁹ En España, como ejemplo, desarrollada esta propuesta el Dr. Ignacio Gil Pechuan en su conferencia sobre las nuevas tendencias europeas de la Universidad Politécnica de Valencia. En el 2º Congreso Internacional de Administración, Contaduría y Mercadotecnia en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guanajuato 20, 21 y 22 de abril del 2005, en Celaya Guanajuato.

- Nombramiento conjunto obligatorio para los profesores (a su área especialidad y a un departamento secundario donde 25% no poseyeran el título de esa disciplina). Propone Bourdieu (1988) con Gros, Derrida, Condamines y otros.

En la articulación de la docencia y de la investigación se propone:

- ♦ Estimular y revitalizar las prácticas que objetiven en los productos, los procesos y los procesadores- procesados las condiciones de la generación del conocimiento al interno de las instituciones de educación.
- ♦ Promover una cultura de la investigación.
- ♦ Fomentar investigaciones que orienten sobre las necesidades reales e imperantes de los empresarios de las MIPyMES, en materia de desarrollo para la competitividad, que permita puntualizar estos requerimientos, en magnitud y en especialidad, para correlacionar con la posible oferta de apoyos universitarios, privados y gubernamentales tales como diplomados, cursos, licenciaturas, asesoría, consultoría, apoyos financieros, de tal manera que se pueda establecer vínculos en los que las instituciones educativas del estado y la problemática empresarial se haga uno de los motivos de estudio, y se potencialice la sinergia y con ello la formación de sociedades del conocimiento en la que las instituciones educativas, las empresas privadas, las instituciones de apoyo al desarrollo ganen en casos prácticos, líneas de investigación, posibilidad de retroalimentación curricular, temas de tesis, etcétera.
- ♦ Buscar que las empresas participen en estos intercambios de doble flujo, para que en estos aprendizajes conjuntos se generen las condiciones de competir con mayores probabilidades de éxito y en materia de conocimiento. Y a su vez aporten conocimientos y experiencia como materia de laboratorios de reflexión y experimentación profesional.
- ♦ En una articulación más estrecha de Universidad - Sociedad donde el conocimiento con base social y cultural participe responsablemente en las soluciones.

Los resultados representan la base problemática de una gran plataforma insumo de generalidades características de las MIPyMES de la región, donde se puede apuntalar la planeación estratégica en la solución de las problemáticas encontradas.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (1998) Capital cultural, escuela y espacio social. 2ª. Edición. Siglo XXI. México, paginas 129-144. Principios para una reflexión sobre los contenidos de la enseñanza.
- Bourdieu, Pierre (2001) Las estructuras sociales de la economía. Manantial. Argentina. paginas 221- 243. Principios de una antropología económica.
- Bourdieu, Pierre y Loic J.D. Wacquant. (1995) Respuestas por una Antropología Reflexiva. Grijalbo, México. Pág. 185-190.. Bourdieu sociólogo sus contribuciones teóricas como a la discusión epistemológica ha desarrollado la actividad de transversalidad disciplinaria aportando un recuento importante en la teoría social.

- Brunet, Ignasi y Morell, Antonio. (1998) Clases, educación y trabajo. Trotta. España. paginas 333- 344.
- Coriat, Benjamin. (1993) EL taller y el cronómetro, ensayo sobre el Taylorismo, el fordismo y la producción en masa. 9ª edición Siglo XXI México.
- Contreras, Ricardo (1999). Pre- tension de ciencia (censurada desde la razón instrumental). Universidad de Guanajuato. México.
- Fischer y Navarro. (2003) Investigación de mercados. 3ºed. Mc Graw Hill. México.
- Heath, Jonathan.(2000) La Maldición de las Crisis Sexenales. Grupo Editorial Iberoamericana. México.
- Rodríguez, Valencia, Joaquín. (1998) Como Administrar Pequeñas y Medianas Empresas. 4ª edición ECAFSA. México.
- Miklos, Tello. (2001) Planeación Prospectiva, una estrategia para el diseño del futuro. Limusa México.
- Morin, Edgar (1998) Introducción al pensamiento complejo. Gedisa en Español. España Pág. 119-131.
- Samir, Amin (1977) Los Desafíos de la Mundialización Siglo XXI –UNAM. México. Pág. 6-7 y 58-91.
- Revista este País #124, julio 2001: 61. México.
- Revista internacional de ciencias sociales La sociedad del conocimiento marzo 2002 numero 171
- Taylor, Peter J. (1994) Geografía política. Economía-mundo, estado-nación y localidad. Primera edición en español, Edit. Trama, España Traducción Adela Despujol Ruiz-Jiménez y Heriberto Cairo Carou. Pag 3-12.
- Thomsom, Artur, A. (2000) Planeación Estratégica, conceptos y casos. Editorial BPI.
- Wallerstein, Immanuel. (coordinador) (1997) Abrir las ciencias sociales. 2ª coedición. Siglo XXI y UNAM. México.
- Wallerstein Immanuel (1998). Impensar las ciencias sociales. Siglo XXI-UNAM México 1998. Pág. 278-287.
- Sociedades de conocimiento en http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=16044&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html