

Artículo Original

Crecimiento empresarial & Mipymes de Autlán de Navarro

Micro, Small and Medium Enterprise (Mipymes, According to its Abbreviation in Spanish) Growth in Autlán de Navarro

Luis Carlos Gámez Adame, Roberto Joya Arreola, María Luz Ortiz Paniagua

Resumen

En Autlán de Navarro, uno de los municipios más importantes de la Región Costa Sur del Estado de Jalisco, México, las microempresas familiares tienen alta representatividad dentro de las Mipymes, con una aportación significativa en la economía regional y como importante fuente generadora de empleo. Sin embargo, su crecimiento empresarial se ha visto limitado en los últimos años, factor del que se deriva la necesidad de valorar las principales causas que inciden en esta situación. Debido a esto, el presente estudio se trazó como propósito fundamental determinar las principales limitantes que estaban incidiendo en el bajo crecimiento empresarial. Para cumplimentar el objetivo planteado se aplicó una encuesta por muestreo aleatorio simple a los microempresarios, cuyo procesamiento estadístico arrojó serios problemas en administración, conocimientos, y preparación de estos para enfrentarse al mundo competitivo actual.

Palabras clave: crecimiento empresarial, microempresas, principales limitaciones.

Abstract

In Autlán de Navarro, one of the most important municipalities in the Costa Sur region of the state of Jalisco in Mexico, Mipymes are comprised of a high percentage of family-owned micro enterprises which significantly contribute to regional economy and generate a great deal of jobs. However, they haven't grown much over the last few years. This study was mostly aimed at finding and examining main reasons therefor. A survey was conducted, by selecting a random sample of micro businessmen. Statistical results thereof were as follows: Micro businessmen are faced with the serious problems of mismanagement, and lack of expertise and training for being successful in today's very competitive world.

Keywords: *Business Growth, micro enterprises, reasons for little growth.*

Introducción

Las microempresas constituyen fuente de adelanto en las naciones, ya que impulsan la economía al consumir materias primas elaboradas como insumos para sus producciones y servicios, conjuntamente con su poder de demanda de bienes intermedios y tecnológicos básicos. Según Guerrero (2001); Díaz (2009) y Joya (2013), entre otros, constituyen el comprador por excelencia del equipamiento que se produce en el país, así como del desplazado por las grandes empresas. Es necesario reconocer que estas empresas son productoras de una parte significativa de los bienes de consumo del país y de bienes intermedios para las industrias.

En los estudios realizados sobre las microempresas por el Dr. Roberto Joya Arreola en su tesis doctoral, a partir del estudio de caso del Estado de Jalisco, México, se les identifica como un gran generador de empleo, que brinda oportunidades de trabajo a la mano de obra desplazada y a los nuevos

trabajadores que ingresan al mercado, sin embargo, se reconoce que uno de los grandes problemas de las microempresas mexicanas es su baja productividad al utilizar tecnologías atrasadas. Además, el microempresario no tiende a invertir en la capacitación de su personal, ya que una vez que lo hace, el empleado emigra hacia otras empresas donde es mejor remunerado (Joya, 2013, p. 52).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015), Autlán de Navarro es un municipio situado en la Región Costa Sur del Estado de Jalisco, México. Se halla a 192 Km de la zona metropolitana de Guadalajara y a 165 km del Puerto de Manzanillo. Su cabecera municipal es la Ciudad de Autlán de la Grana, que se destaca por ser la más grande y poblada de la Región Costa Sur. Es un municipio líder en dicha región, ya que su cabecera municipal constituye un importante centro de intercambio comercial.

La economía municipal está compuesta por la ganadería, donde se destaca la cría de ganado bovino, porcino, equino, ovino y caprino; además se atienden aves de corral y colmenas. La agricultura está compuesta por el maíz, sorgo, caña de azúcar, jitomate, pepino, jícama y chile de diferentes variedades además de frutas regionales de temporada como la pitahaya, ciruela, guamuchil y mango, entre otras.

El municipio de Autlán de Navarro se destaca en la región y la zona por ser el único con la mayor parte de servicios del estado, ya que cuenta con las siguientes clínicas y hospitales:

1. Hospital Regional de Autlán
2. Hospital Civil de Las Montañas
3. Hospital General de Zona No. 20 del IMSS
4. Clínica de Especialidades Robles Centro
5. Sanatorio de Especialidades Médicas Autlán
6. Clínica de Especialidades Robles Oriente
7. Centro de salud de Autlán, de la Región Sanitaria VII (controlado por la SSJ)
8. Hospital Médico Familiar del ISSSTE
9. Unidad de Radiología Roentgen (Rx, Servicio de Ambulancias)

Con relación a los servicios que se prestan resaltan los turísticos, profesionales, financieros, técnicos, sociales, personales y de mantenimiento.

Otra actividad económica importante se da en la explotación forestal de pino, encino, especies tropicales y oyamel.

Existe, asimismo, industria manufacturera y de la construcción, además de la industria de fabricación de productos del maíz y productos para limpieza, y también se destaca la azucarera, donde el Ingenio Melchor Ocampo procesa la caña que se produce en Autlán, El Grullo y El Limón. Esta empresa pertenece al Grupo Azucarero ZUCARMEX. Este ingenio azucarero, junto al de Casimiro Castillo abastece la mayor parte del occidente mexicano.

Estas empresas coexisten con la explotación minera de oro, plata, cobre, manganeso y cantera, entre algunos otros minerales ferrosos y no ferrosos.

Entre los principales centros comerciales se encuentran:

1. Plaza del Valle. Av. Independencia Nacional 75, junto a la Central Camionera Primera Plus.
2. Plaza Catedral. Av. Hidalgo 85.
3. Plaza Vista del Sol. En calle Corona Araiza, frente al Jardín Constitución.
4. Galerías Metropolitanas Autlán. Prol. Matamoros y Periférico Oriente, salida a El Grullo.
5. Plaza Galerías Autlán: cuenta con un complejo de cinco salas CINEPOLIS, una tienda de accesorios automotrices y refacciones AUTOZONE.
6. Soriana.
7. Bodega Aurrera

Los servicios bancarios en Autlán cuentan con las siguientes instituciones financieras:

1. HSBC
2. BBVA Bancomer
3. Banamex
4. BanCoppel
5. Banco Azteca
6. Compartamos Banco
7. Santander (Solo cajero)
8. Banorte (Solo cajero)
9. Caja Popular Cristóbal Colón S.A. de R.L. de C.V.
10. Caja Solidaria Autlán
11. Caja Santa María de Guadalupe

En la región se encuentran ubicados centros de distribución de diversas empresas, los cuales crean diversas fuentes de empleo para los habitantes de la ciudad y sus alrededores. Dentro de tales empresas destacan las siguientes:

- Centro de distribución de Grupo Bimbo S.A. de C.V.
- Centro de distribución del Grupo Modelo S.A. de C.V.
- Centro de distribución de Grupo Lala
- Centro de distribución Coca Cola
- Centro de distribución de Lechera Guadalajara S.A. de C.V. (Sello Rojo)
- Centro de distribución de Grupo Cuauhtemoc Moctezuma Heineken
- Almacén Regional de Coppel S.A. de C.V.
- Grupo PEPSICO: cuenta con sus centros de distribución de sus marcas PEPSI, SABRITAS y GAMESA.

Igualmente existen empresas locales con distribución tanto regional como nacional en algunos estados vecinos:

- HORFI S.A. de C.V.: ofrece tostadas, botanas y diversos productos alimenticios más.
- Salsas «El Diablito».

- Bonanza 2001: productora y exportadora de jitomate y diversos productos agrícolas.

Sin embargo, la mayor fuerza productiva del municipio se encuentra en las microempresas que abarcan 4 297 negocios, de las cuales el 58 % corresponde al sector de comercio, donde el giro de abarrotes tiene el mayor peso el giro de abarrotes. El 40 % pertenece al sector de servicio, en el que se destaca el giro de mantenimiento, mientras que el resto de los sectores ocupa un 2 %. No obstante, 412 microempresas quebraron en el último año para un 9,6 % (Cámara de Comercio, 2015, p. 11).

Teniendo en cuenta los aspectos abordados hasta el momento, el presente estudio se trazó como objetivo determinar las principales limitantes que estaban incidiendo en el bajo crecimiento empresarial de las microempresas de Autlán de Navarro.

El estudio realizado por Guiliana Coronado Aybar sobre las características y tipos de empresas, permite enfatizar en las siguientes definiciones de microempresas (Coronado, 2014, p. 3):

- Es una pequeña unidad económica, debido a que tiene posibilidades de auto desarrollarse, crecer y auto sostenerse.
- La microempresa es una organización independiente que produce y distribuye bienes o servicios para el mercado, con la finalidad de obtener beneficio económico.
- En la Comunidad Económica Europea se entiende por microempresa a toda entidad que ejerce una actividad económica, ocupa a menos de diez personas y tiene un volumen de negocios o un balance general anual que no supera los 2 millones de euros.

A pesar de los diferentes significados se coincide en que las microempresas son pequeños negocios que satisfacen necesidades de bienes o servicios para el mercado, con menos de diez empleados y con el objetivo de obtener beneficios económicos para sus dueños.

Al analizar las características de las microempresas, también existe consenso al declarar las siguientes:

- Generalmente son propiedad de pocas personas.
- No tienen más de dos niveles jerárquicos en su estructura organizacional.
- El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez personas.
- Son generalmente negocios familiares

Las microempresas se desarrollan a partir de un proyecto emprendedor por parte del dueño, el cual tiene la cualidad de ser al mismo tiempo administrador de su propia empresa. Estos negocios venden sus productos a baja escala y no requieren de gran inversión para su funcionamiento, por lo que tienen la posibilidad de crecer y generar competitividad con sus similares.

La importancia de estas empresas radica en su contribución al desarrollo local, a la creación de empleos y al aumento del ingreso familiar, donde se aprovechan los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los centros urbanos. Al mismo tiempo, son de gran utilidad para el consumidor al proporcionar satisfacción a su demanda de consumo, mediante la búsqueda del conocimiento de los gustos y necesidades de sus clientes para maximizar su propia utilidad.

Un microempresario exitoso debe cumplir con las características siguientes:

1. Disfrutar con lo que hace.
2. Ser una persona que reacciona a las circunstancias.
3. Uno de sus propósitos principales es obtener utilidades.
4. Tener autoestima, basada en reconocer que la labor lo beneficia tanto a él mismo como a la comunidad al crear fuentes de empleo, entre otras.
5. Poseer alta intuición, ya que no suele tener educación formal relacionada con su actividad.
6. Su principal consejero es la experiencia.
7. Tener capacidad de consultar.
8. No exponer sus proyectos a riesgos innecesarios, pero asumir los riesgos naturales de la empresa.
9. Tener un gran espíritu de superación.

Ahora bien, existen distintos tipos de microempresas que responden a diversos rasgos. Según las actividades que desarrollan pueden ser:

- Productivas: se dedican a la transformación de la materia prima, y la convierten en productos terminados.
- Comerciales: se dedican a la venta de bienes
- Servicios: se dedican a la prestación de servicios.

Por la forma de propiedad:

- Familiares: el propietario es un grupo familiar.
- Societarios: surge de la sociedad entre dos o más personas.
- Unipersonal: el propietario es un solo individuo.

Según el tipo de población involucrada:

- Subsistencia: poseen un bajo nivel de productividad.
- De expansión: generan excedentes que permiten mantener la producción, pero no permiten crecimiento.
- De transformación: sus excedentes permiten acumular capital.

Según la cantidad de funciones que desarrolla:

- De función única: desarrollan una sola actividad económica.

- De dos funciones: desarrollan dos funciones que tienen la misma importancia.
- De función múltiple: incorporan varias funciones, su gestión es más complicada.

Según la novedad de su producción:

- De producción por copia: producen bienes y servicios que ya están en el mercado tratando de aprovechar el *marketing*.
- De producción innovadora: producen bienes y servicios nuevos e introducen algunas modificaciones (Rodríguez, 2002, p. 5).

El director general de Estadísticas Económicas del INEGI, Arturo Blancas, al presentar los resultados definitivos de los Censos Económicos 2014, informó que en 2014 había un total de 5 654 012 establecimientos, cifra superior a los existentes en 2009, lo que representó un aumento de 1,9 %. Estos datos permiten afirmar que la economía mexicana se sigue caracterizando por tener muchos establecimientos pequeños, pues el 94,3% corresponde a microempresas; el 0,8%, a medianas; el 4,7%, a pequeñas; y el 0,2%, a grandes. (INEGI, 2015, p. 1). Según *El Informador* (2015), el 65 % del comercio en México se desarrolla en las microempresas y la mitad de los empleos se ubican en las mismas, aportando el 15 % del Producto Interno Bruto (PIB) (p. 3).

A nivel sectorial, la sección comercial es la más importante en cuanto a número de unidades económicas, y de estas empresas comerciales el 97 % es microempresa.

Según los estudios de Joya Arreola (2013), las Mipymes en México se caracterizan por las siguientes particularidades (p. 23):

- 1) Operan con escalas bajas de producción.
- 2) Utilizan tecnologías adaptadas.
- 3) Son generalmente de propiedad familiar.
- 4) Su financiamiento procede de fuentes propias y presentan limitaciones para acceder a las fuentes de financiamiento.
- 5) Con el Tratado de Libre Comercio las empresas se ven presionadas para producir artículos de calidad y, por lo mismo, buscan ser competitivas y aprovechar mejor sus recursos técnicos, humanos y financieros. Hace unos años el mediano conocimiento del mercado permitía a cualquier empresa nacional sobrevivir, actualmente, las condiciones han cambiado y los pequeños errores pueden generar fatales resultados; esto obliga a utilizar nuevas técnicas y elevar el nivel de gestión empresarial.
- 6) El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA) ha propiciado que la micro, pequeña y mediana empresa perdiera mercado y que a su vez se enfrente a un mercado de exportación con grandes limitantes. Algunos industriales opinan que esto se debe a que la empresa mexicana no estaba preparada para el TLC y ahora se ve obligada a prepararse para sobrevivir.

- 7) En México, son el principal generador de empleos, y el mejor distribuidor de ingresos entre la población y entre las regiones. Son indispensables para que las grandes empresas existan y constituyen un factor central para la cohesión social y la movilidad económica de las personas.
- 8) En el país la clasificación está basada exclusivamente en el número de trabajadores de la empresa.
- 9) Existen en la nación más de 5 millones de empresas de este tipo.

El autor reconoce, asimismo, las siguientes ventajas de las Mipymes mexicanas:

- Capacidad de generación de empleos.
- Asimilación y adaptación de tecnología.
- Producción local y de consumo básico.
- Contribuyen al desarrollo regional.
- Flexibilidad al tamaño de mercado
- Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, esto facilita resolver los problemas que se presentan.
- La planeación y organización no requiere de mucho capital.
- Mantiene una unidad de mando, y permite una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.
- Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas.

A su vez, se registran las siguientes desventajas:

- Les afecta con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación.
- No soportan períodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
- Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental.
- La falta de recursos financieros las limita, ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento.
- Tienen pocas o nulas posibilidades de fusionarse o absorber a otras empresas.
- Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños.
- Sus ganancias no son elevadas, por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.
- No contratan personal especializado y capacitado por no poder pagar altos salarios.
- La calidad de la producción muchas veces es deficiente porque los controles de calidad son mínimos o no existen.
- No pueden retener los gastos de capacitación y actualización del personal y cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Presentan problemas de control.
- La planeación estratégica es deficiente.

De lo planteado, se infiere que a estas empresas se les dificulta el crecimiento por lo que su grado de vulnerabilidad es bastante alto.

Como ya se había mencionado, las microempresas de Autlán de Navarro constituyen un universo de 4 297 entidades económicas, ubicadas fundamentalmente en las actividades de comercio y servicios, por lo constituyen una fuente importante de empleo municipal y realizan una aportación significativa al comercio y consumo de la región, sin embargo, en investigaciones previas, fue posible constatar un alto nivel de quiebra empresarial, donde muchas de estas entidades no llegaban a sobrevivir ni cinco años en el mercado.

Teniendo en cuenta el objetivo propuesto y los datos señalados, para la realización del estudio se siguieron los siguientes pasos:

- Diseño de la encuesta a aplicar.
- Determinación de la muestra por muestreo aleatorio simple, aplicando SPSS Versión 18,0 con una confiabilidad del 95,5 % y un error muestral deseado de 5.
- Aplicación y procesamiento de la encuesta por la moda y el Coeficiente de fiabilidad del Alpha de Cronbach, por SPSS Versión 18,0.
- Valoración final de los resultados.

La encuesta diseñada a partir de la experiencia de los investigadores y el estudio teórico realizado estaba conformada por 20 ítems, donde se evaluaban las siguientes variables:

1. Conocimientos que posee el microempresario en materia de administración, contabilidad, fiscalidad, ayudas gubernamentales y control financiero e interno.
2. Mercadotecnia: reflejado en si realizaban estudios de mercados, de amenazas y oportunidades, campañas promocionales a sus productos y servicios.
3. Control interno y financiero: a partir de valorar si tenían implementados controles administrativos internos, identificación y evaluación de riesgos, separación de funciones y controles financieros.
4. Organización: para determinar si poseían manuales organizacionales, contratos laborales, definidas las funciones de sus empleados y conocidas por estos, evaluaciones periódicas del personal y plan de negocios.
5. Financiamiento externo: al valorar si utilizaban las ayudas gubernamentales que brindan los programas federales y estatales para las Mipymes.

En cada caso se indagaba la causa de no aplicación, no posesión o no utilización. Por tener un Alpha de Cronbach de 0,822 la fiabilidad del instrumento aplicado y su procesamiento es alta.

La encuesta, a partir de la determinación de la muestra por SPSS, fue aplicada a 366 microempresarios de Autlán de Navarro, cuyas características generales fueron:

- Hubo representatividad de la actividad de comercio y servicios con un 56 % y 44 %, respectivamente.
- Predominó entre los dueños el género masculino.
- El nivel de escolaridad más representativo fue secundaria.
- La edad promedio de los dueños fue 46 años.
- El número de colaboradores promedio, incluidos familiares y empleados, fue de 4 personas.

Al procesar por la moda los resultados, se obtuvo que las principales limitaciones que reconocen los microempresarios de Autlán de Navarro son:

1. Falta de control interno manifestado en la no separación de funciones, exceso de confianza por ser empresas familiares, con pobre control del efectivo y los inventarios (95,6 %).
2. Falta de control financiero, no adecuada planeación financiera y fiscal y pobre gestión de riesgos, ya que no realizan flujos de cajas, no hacen provisiones de efectivo, desconocen el costo oportunidad de la inmovilización de activos, la gestión de búsqueda de financiamiento externo es pobre, desconocen las posibilidades que les brindan las regulaciones fiscales con los estímulos, no tienen identificados sus riesgos internos y externos y no poseen cultura de prevención de riesgos (95,6 %).
3. No se utilizan los programas de ayudas gubernamentales para estos tipos de empresas porque los trámites son demorados y complejos y manifiestan desconocimiento, por lo que requieren que se les indique cómo obtenerlas (95,6 %).
4. Desconocimiento en materia contable y las leyes y estímulos fiscales existentes. (97,8 %).
5. Falta de conocimiento y visión empresarial al no considerar necesarias las campañas publicitarias como un medio para obtener crecimiento empresarial (100%).
6. La existencia de niveles de escolarización polarizados, pues aunque predominó el secundario (38,5 %), este fue seguido de forma cercana por el nivel universitario (33,3 %). Lo anterior implica la necesidad de dirigir la capacitación teniendo presente estas características, aunque al predominar el nivel secundario no ayuda a tener conocimientos de gerencia.
7. Necesidad de un mayor acercamiento de la Cámara de Comercio a este tipo de empresas, ya que la mayoría no la reconoce (60%).
8. Necesidad de preparación en conocimientos sobre fuentes de financiamientos, asesorías prácticas en administración, competitividad y reactivación de la actividad empresarial, todo esto contextualizado a la realidad mexicana (100%).

Asimismo, se expresaron los siguientes criterios al margen de la encuesta:

- a) Necesitan tener más conocimientos sobre las fuentes de financiamiento y cómo obtenerlas, pues es una de sus mayores dificultades.
- b) Manifiestan necesidad de asesorías, más prácticas y asequibles a sus realidades, acerca de cómo administrar mejor sus negocios y poder competir en la nueva realidad mexicana.
- c) A veces en los programas gubernamentales las cuotas que pide el gobierno no las pueden pagar.
- d) No sienten que la Cámara de Comercio los ayude.
- e) La política fiscal actual considera que los perjudica y no los ayuda a sobrevivir.
- f) Necesitan asesoría para aprender a reactivar el comercio.

Conclusiones

El estudio realizado permitió constatar que a las microempresas de Autlán de Navarro se les dificulta el crecimiento empresarial debido a diferentes factores, entre los cuales se destaca el acceso a las fuentes de financiamiento externas, por lo que presentan una débil administración de sus negocios y ausencia de una cultura contable, financiera y fiscal.

El análisis permitió determinar que la capacitación que les oferta la Cámara de Comercio no tiene en cuenta factores tales como el nivel de escolarización, la contextualización de la misma a las necesidades prácticas de los microempresarios, entre otras. Esto provoca un débil reconocimiento del papel que pueda jugar esta institución como una oportunidad de crecimiento empresarial.

Se evidencia que los programas de financiamiento tanto federales como estatales no constituyen factores de crecimiento empresarial para este tipo de empresa, de manera que se manifiesta, en cierta medida, una falta de conocimiento y confianza en poder obtenerlo.

El nivel de fracaso empresarial que manifiesta este tipo de empresas en el municipio exige de las instituciones gubernamentales, organismos profesionales y la universidad, el diseño de una estrategia conjunta que capacite al microempresario para una mejor administración de su negocio.

Referencias bibliográficas

CÁMARA DE COMERCIO (2014): «Padrón de Licencia de Mipymes», Autlán de Navarro, Jalisco, México.

CÁMARA DE COMERCIO (2015): «Padrón de Licencia de Mipymes», Autlán de Navarro, Jalisco, México.

CORONADO, G. (2014): «Características de la empresa», <biblioteca.itson.mx>, <http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa11/caracteristicas_empresa/z6.htm> [22/3/2015].

DÍAZ, R. (2009): «Ocho guías para enfrentar la crisis», *El portal para emprendedores, micros, pequeñas y medianas empresas de México y América Latina*,

<[http://www.universopyme.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3637&Itemid="](http://www.universopyme.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3637&Itemid=)> [22/2/2015].

GUERRERO, M. (2001): «Hablemos de microempresa», <www.gestiopolis.com/.../articulos/no%2016/microempresa.htm> [22/2/2015].

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI) (2015): «Crecen comercios en México, 94% son microempresas: Inegi», <www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/07/28/aumentan-comercios-en> [30/7/2015].
- JOYA, R. (2013): «El control interno en las PYMES mexicanas. Una propuesta normativa», inédito, Universidad de Camagüey.
- LÓPEZ, A. (2008): «Problemas financieros en la micro, pequeña y mediana empresa de la ciudad de Celaya», Consejo de Ciencia y Tecnología (CONCYTEG), Guanajuato, México.
- MUNDO, E. (2009): «El 95 % del sector productivo nacional lo forman pequeñas y medianas empresas», <<http://www.guia.com.ve/noti/43890/el-95-del-sector-productivo-nacional-lo-formanpequenas-y-medianas-empresas>> [22/2/2015].
- RODRÍGUEZ, J. (2002): *Administración de pequeñas y medianas Empresas*, Editorial Thomson, Valencia, España.
- PÁEZ, T. (2007): *Emprendimiento e informalidad: hacia una construcción conjunta de soluciones*, Ediciones CEATPRO, Caracas, Venezuela.
- SOTRES, N. (2009): «El antídoto contra las crisis», *El portal para emprendedores, micros, pequeñas y medianas empresas de México y América Latina*, <http://www.universopyme.com.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3637&Itemid=> [30/7/2015].
- UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO (UNAM) (30/7/2015): «México, país de microempresas», *El informador*, <www.informador.com.mx/.../39496/1/mexico-pais-de-microempresas.htm> [30/7/2015].

Recibido: 25/11/2015

Aceptado: 1/7/2016

Luis Carlos Gámez Adame. CUCSUR – UDG, Autlán de Navarro, Jalisco, México.

Correo electrónico: cgamez@yahoo.com.mx

Roberto Joya Arreola. CUCSUR – UDG, Autlán de Navarro, Jalisco, México.

Correo electrónico: robertojoyaarreola@yahoo.com.mx

María Luz Ortiz Paniagua. CUCSUR – UDG, Autlán de Navarro, Jalisco, México.

Correo electrónico: ortizpan@yahoo.com.mx