

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

**CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA**

ADMINISTRACION

**CONFORMACION DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
EN EL SECTOR INDUSTRIAL DE IZTAPALAPA. ANALISIS DE
ALGUNAS CARACTERISTICAS RELEVANTES.**

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LIC. EN ADMINISTRACION
AREA DE CONCENTRACION FINANCIERA**

PRESENTAN:

CANO MINA SANDRA VERONICA

GUILLEN MONDRAGON IRENE JUANA

ASESOR: DR. LUIS MONTAÑO HIROSE

Iztapalapa, México D.F.

1991.

126829

A mi padre:

Arq. Claudio Cano Guerra.

Por ser mi primer y mayor ejemplo, por tu apoyo y amor durante mi etapa de formación. Y por que siempre estarás presente en mi mente y en mi corazón.

A mi madre:

Sra. Ma. de Lourdes Mina Monroy:

Por ser mi mejor guia y amiga, por tu apoyo, comprensión, fortaleza y amor que te hacen ser la mujer y madre admirable que eres.

A ambos por mi mejor herencia.

A mis hermanos:

José Claudio y Edgar Demetrio.

Por su apoyo, comprensión y respeto. Esperando les sirva de motivación para forjar su camino

A Mario Alberto Navarro Rodriguez:

Por tu amor, comprensión, motivación y ayuda incondicional. Por compartir conmigo tantos momentos y estar presente en mi vida.

SANDRA.

A mi madre:

Sra. Eribertha Mondragón Flores.

Guia inseparable en mi camino, por su gran amor, ternura y comprensión así como por sus consejos y apoyo incondicional que desde niña me ha brindado.

A mi esposo:

César Aguirre Hernández.

Compañero en mi vida, por su amor y comprensión y por su apoyo incondicional que es mi fortaleza.

A mis pequeños:

Eduardo Antonio y William Alejandro.

Por su cariño y paciencia y por significar para mí una de las razones de existir.

A mis hermanos:

Lulú, Vero y Guillermo.

Porque representan para mí un gran cariño y como un estímulo para que sigan siempre adelante.

A mis primos:

José Saldaña y Magarita Jácome.

Por su cariño y apoyo de siempre.

IRENE.

AGRADECIMIENTOS.

A la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa:

Por habernos dado la oportunidad de formar parte de ella.

A nuestro asesor, Dr. Luis Montaña Hirose:

Nuestro más amplio agradecimiento por sus valiosas observaciones y aportaciones al presente trabajo.

Al Ing. Mario Alberto Navarro Rodríguez:

Un especial reconocimiento por su colaboración y ayuda en la realización de este trabajo.

A nuestros profesores:

Por compartir con nosotras sus conocimientos y experiencias.

A los compañeros de generación.

A la comunidad universitaria.

A la Sra. Ma. del Pilar Aponte, Directora de la Asociación de Empresarios de Iztapalapa y Al Dr. Michel Diaz, Delegado de Iztapalapa:

Por las facilidades brindadas para el acceso a las empresas.

SANDRA E IRENE.

Al Sr. Jesús Mina Monroy:

Por brindarme su apoyo y ayuda en el transcurso de mis estudios profesionales.

A aquellas personas que directa o indirectamente me brindaron su apoyo y ayuda durante mi formación profesional.

SANDRA.

A la Mtra. Marcela Rendón y al Dr. Luis Montaña:

Por su amistad y aliento que me impulsan a seguir adelante.

Al Ing. Ricardo Villa Treviño:

Ejemplo de rectitud y honradez, por su confianza y ayuda.

Al Ing. Alejandro González Rubín:

Por su disposición a brindarme ayuda y consejos durante mi formación profesional.

IRENE.

INDICE

Introducción

Marco teórico 1

Antecedentes 11

Breve historia de Iztapalapa

Localización geográfica

Demografía de Iztapalapa

Tendencia demográfica del D.F. y por delegación

Industria y fuerza de trabajo

Asociación de Empresarios de Iztapalapa 27

Resultados obtenidos en la muestra 30

Datos generales

Giro de la empresa

Composición de niveles jerárquicos

Clasificación por tipo de empresa

Período de inicio de operaciones

Clasificación por tamaño de empresa

Situación de las empresas en el mercado..... 41

Clase de mercado

Contribución al tipo de segmento de mercado

Competitividad en el mercado

Índice de innovación de nuevos productos

Cambios en la demanda

Espectativas de desarrollo económico

Efecto ante la apertura comercial

Situación de los recursos humanos..... 57

Porcentaje de rotación de personal

Planeación de recursos humanos

Nivel de satisfacción de los empleados

Importancia de la capacitación

Porcentaje de capacitación por nivel jerárquico

Influencia de los aspectos culturales

Frecuencia de asesorías externas..... 70

En el área de planeación

En el área de dirección y organización

En el área de desarrollo tecnológico

En el área de finanzas

En el área de personal

En el área de mercadotecnia

En el área de producción

Necesidades de capacitación	86
Cursos técnicos	
Cursos de finanzas	
Cursos de personal	
Cursos de administración general	
Cursos de planeación	
Cursos de organización	
Cursos de desarrollo secretarial	
Cursos de mercadotecnia	
Cursos de producción	
Cursos de desarrollo tecnológico	
Cursos de actualización legal	
Capacidad de innovación de las empresas.....	110
Contaminación producida por las empresas	112
Sectores problemáticos en las empresas	114
Nivel de satisfacción alcanzado por las empresas.....	117
Utilidades	
Rentabilidad	
Calidad	
Desarrollo tecnológico	
Liquidez	
Solvencia	
Moral de los trabajadores	
Bienestar de los trabajadores	
Capacitación	
Nuevos Productos	
Nuevos clientes	
Modalidades de gestión y posibilidades de vinculación con la Universidad Autónoma Metropolitana - Iztapalapa	141
Proceso de planeación de las empresas	
Objetivos que persiguen las empresas	
Tipo de tecnología	
Porcentaje sobre el nivel de ventas destinado al desarrollo tecnológico	
Principales canales de distribución	
Porcentaje de empleados que habitan dentro de la delegación	
Contribución de la UAM-I a la solución de problemas del sector empresarial	
Conclusiones y Propuestas.....	157
Bibliografía	161

INTRODUCCION

La realización de la presente investigación tiene como objetivo principal conocer las características y la situación actual del Sector Industrial del país , así como de las empresas que lo integran y a partir de ahí tratar de deducir como pueden enfrentar el reto que significa la Apertura Comercial (Tratado de Libre Comercio TLC).

Sabemos que efectuar un estudio de tal dimensión no es viable por las diversas limitaciones que se nos presentarían para obtener resultados confiables, por tal motivo optamos por tomar una muestra formada de 152 Empresas del Sector Industrial de Iztapalapa, las cuales son parte de " **La Asociación de Empresarios de Iztapalapa** " , la razón principal de esta elección se basa en el interés de comprender el contexto de nuestra Universidad (UAM-I) y la manera en que ésta puede contribuir a solucionar los problemas que dicho sector debe afrontar.

Inicialmente se hace referencia a los acontecimientos Politico-Económicos mundiales que afectan el desarrollo de México y que lo motivan a integrarse a tal globalización a través del Tratado de Libre Comercio (TLC), así mismo se hace un breve análisis del Sector Industrial del País, advirtiéndose que son las Micro ,Pequeñas y Medianas Empresas las de mayor concentración, con un porcentaje de participación del 90% en relación al total debido a ello se han convertido en la base de la economía. Antes de proceder a la explicación del presente estudio se trata de manera somera la historia y evolución de Iztapalapa así como de su población y estructura económica , para entender los peligros y ventajas a que estan sujetas las empresas del lugar.

Con el fin de obtener información acerca de la muestra acudimos a la "Asociación de Empresarios de Iztapalapa" en donde nos proporcionaron las facilidades para poder acceder a las empresas socias. Ya que esta Institución juega un papel importante en el desarrollo de las mismas consideramos que es necesario dar una explicación a grandes rasgos de cómo funciona, la forma en que se vincula con las organizaciones y los beneficios que les otorga.

Finalmente, a través de los conocimientos de administración adquiridos durante nuestros estudios en esta Universidad, interpretamos las respuestas de las encuestas hechas a empresarios y directivos de las firmas de la localidad, acerca de las diversas características, necesidades y problemas que se presentan dentro y fuera de sus entidades, enfocándonos primero hacia una idea general del tema a tratar y exponiendo a continuación el porqué de las respuestas, mediante este análisis observamos la forma en que los funcionarios aplican la administración en las diferentes áreas funcionales y las deficiencias de que son objeto.

MARCO TEORICO

La humanidad continua con su evolución y todos los países se ven involucrados en los acontecimientos que van conformando la historia. En la actualidad se está gestando un nuevo ordenamiento mundial que obliga a todas las regiones del mundo a buscar procedimientos que mejor se adapten a sus características y que les ayuden a enfrentar los cambios de su entorno económico internacional.

El hecho de mayor relevancia en el reordenamiento mundial es la formación de los *Estados Unidos de Europa* para 1993, (Confederación de doce países , con elevado nivel de desarrollo político, económico, tecnológico, cultural y de producción. Figuran entre ellos Alemania, Francia, Bélgica, Suiza, Italia, Holanda, etc.). Esta coalición se regirá bajo un plan de igualdad entre todos sus miembros. Este proyecto tiene su origen desde 1945, bajo el nombre de *Comunidad Económica Europea*.

Estados Unidos y la Unión Soviética que gracias a su hegemonía en los planos económico, político, tecnológico y militar, jugaban un papel muy importante en el mundo, ahora han pasado a segundo término. Estados Unidos en los últimos años ha experimentado una considerable disminución del Producto Nacional Bruto per cápita y en relación a la capacidad de producción también ha descendido a niveles muy bajos, lo que hace a este país estar a la zaga con respecto a Japón y a la C.E.E. Por otro lado la caída del Mundo Socialista, obliga a la Unión Soviética y a sus dirigentes a reconocer lo inoperante del *Régimen Socialista*¹ y del grave error de dedicar siempre la mayor cantidad de recursos, investigación y esfuerzos a la producción de armamento sofisticado, en su incansable competencia contra los Estados Unidos , por obtener la hegemonía armamentista-militar, que lo condujo a la Guerra Fría y al estancamiento en otras áreas de la economía.

1

El socialismo no funcionó porque los planteamientos teóricos e ideológicos en que se fundamenta no fueron cumplidos en forma por los dirigentes de la URSS.

Los gobiernos de Estados Unidos y la URSS deben buscar soluciones viables que les ayuden a salvar los errores cometidos en el pasado.

Por su parte la URSS trata de lograr su reconstrucción abriendo sus puertas al capitalismo y reformando su régimen político y económico. Estados Unidos por otro lado en su afán de recuperar la hegemonía económica, está haciendo las gestiones necesarias para lograr una integración con Canadá y México, a través del TRATADO DE LIBRE COMERCIO, para crear un mercado norteamericano de mayor magnitud al actual, que le permita ser competitivo y estar a la vanguardia respecto de Japón y la Comunidad Económica Europea. Otra salida adicional al Mercado Común Norteamericano es la Cuenca del Pacífico, en donde se encuentran tres bloques de países; Estados Unidos y Canadá, Japón y Australia (Sudáfrica- Nueva Zelanda).

Nuestro país no debe y no puede sustraerse a los cambios del mundo, pues no somos independientes a lo que sucede en él. El *Tratado de Libre Comercio* con Estados Unidos y Canadá, es reto al que el país debe enfrentarse, ya que su aprobación no debiera corresponder sólo al gobierno, pues este pacto afecta tanto al sector industrial del país, desde las grandes empresas, hasta las de menor tamaño, públicas y privadas así como también a cada uno de los mexicanos.

Por lo anterior el *Tratado de Libre Comercio* debe negociarse en términos claros y leales, que no impliquen la sumisión de los intereses nacionales a los extranjeros, ya que reflexionando un poco sobre la situación en que se encuentra nuestra nación, advertimos que el nivel de desarrollo es inferior al de nuestros vecinos del Norte, ya que esta condición se le debe principalmente a Estados Unidos, que por lo general ha frenado cualquier intento de desarrollo mexicano.

Aún conociendo la actitud del pueblo y el gobierno de Estados Unidos, hacia nuestros compatriotas en el extranjero², y los saqueos de que ha sido objeto nuestro país. El presidente de México

2 Actitud de rechazo y desprecio, hacia el trabajador mexicano (bracero) en Estados Unidos.

Carlos Salinas de Gortari ha venido afirmando que : México, Estados Unidos y Canadá pueden integrarse soberanamente sin lastimarse... Y que.. el Tratado de Libre Comercio representa una oportunidad para crear una gran zona económica, que ayude a enfrentarse de manera positiva la Mercado Europeo y a la Cuenca del Pacífico.

La soberanía a la que se refiere el presidente Carlos Salinas de Gortari, en nuestra opinión, tiene su base en el petróleo principalmente, así como en otros recursos naturales y humanos (los que atraen la atención de extranjeros) que le permiten a nuestro país ser independiente y soberano.

En relación a los energéticos, el gobierno de la República ha declarado que el petróleo queda fuera de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio, ésto es como una medida de protección a los legítimos intereses nacionales. El presidente de los Estados Unidos de Norté América (George Bush) declara al respecto que : el petróleo es un problema histórico que no se toca y que su inclusión o no en el Tratado de Libre Comercio es un asunto que compete a los mexicanos , y él hará lo que el presidente Salinas y los mexicanos decidan.

Sabemos que se verán afectados en gran medida los intereses de las empresas que conforman el sector industrial del país con la firma de este tratado, en el sentido de que, nuestros productos en el extranjero no gozan de gran aceptación por el público consumidor, ya que los consideran de baja calidad o bien, no son aceptados debido a las medidas proteccionistas de los países extranjeros hacia los productores de su país.

Es necesario tener una noción de la conformación y evolución del sector industrial mexicano, y para ello se da a continuación una breve explicación de tal fenómeno.

En la década de los años 30's. se consolidan las instituciones surgidas de la Revolución Mexicana, comienza entonces a desarrollarse la estructura industrial del país, lo que conduce a elevar en buena parte los ingresos de los mexicanos.

En el período 1954-1957 se efectúa una gran sustitución de importaciones, ello se debe al incremento de la inversión extranjera en coordinación con el capital mexicano en las ramas de la industria que a continuación se menciona:

- Siderurgia.
- Productos metálicos.
- Industria de la Transformación del papel.
- Hule.
- Maquinaria y aparatos eléctricos.
- Equipo de Ferrocarril.

En la década de los 60's. cobran gran impulso las inversiones. En 1962 se invierte en las industrias: Química, Hule, Maquinaria Eléctrica, Maquinaria no Eléctrica y en la industria automotriz; en esta época disminuyen también las importaciones.

En los 70's. aunque la producción se duplica, se elevan las importaciones a niveles alcanzado en los años 50's.

El país en la década de los 80's. se financiaba con deuda contraída con el exterior, financiamiento externo, y con exportaciones en crudo.

La estructura actual es de semiindustrialización, compuesta por la industria que se inclina hacia la producción de bienes de consumo e intermedios, de estos últimos se sirven en general las grandes empresas transnacionales utilizandolos como componentes para sus productos finales, los que ingresarán a los mercados de consumo bajo su marca.

En la presente década existen trabas y dificultades que limitan las condiciones de acceso al crédito financiero y a la colocación del excedente del petróleo fuera de las fronteras del país. Surge entonces la necesidad de reestructurar el aparato industrial, para impulsar el crecimiento económico del país.

El gobierno ha planteado con el fin de lograr tal objetivo "...dos grandes líneas de acción; la apertura comercial (TLC), y la vinculación de la Industria con la Universidad ".³

Con la línea de apertura comercial (T.L.C.), se busca oportunidad de crecimiento a través de la atracción de capitales que generen empleos para el bienestar social y creación de nuevas tecnologías que permitan al país ser competitivo a nivel internacional.

Sin embargo no todo lo que ofrece el *Tratado de Libre Comercio* es benéfico, sabemos que el empresario extranjero desde hace ya mucho tiempo ha venido adquiriendo del país mano de obra barata y recursos materiales a muy bajo costo, con los cuales logra un gran incremento en su rentabilidad.

De las pláticas que se han llevado a cabo en Estados Unidos; en el parlamento, el sector obrero y el empresarial, han surgido diversas controversias en pro y en contra de este tratado con nuestra Nación. Sabemos que en el parlamento no todos los miembros están de acuerdo con la firma del tratado por considerarlo desventajas o bien peligroso. La clase trabajadora por su parte siente amenazados sus intereses, específicamente el empleo, debido a que el empresario del Sur tendrá fácil acceso a la mano de obra barata del mexicano, o bien a establecer su empresa en México, lo que hará más probable su desplazamiento por el sector obrero mexicano.

Los empresarios extranjeros aunque en cierta forma se beneficiaron con el T.L.C. habrán algunos que se resistan a invertir en nuestro país por el temor a la nacionalización de que pudieran ser objeto sus empresas.⁴

La afirmación de "A mayor riesgo mayor rentabilidad" encaminará a otros empresarios a invertir en México, los cuales tendrán ventajas superiores respecto a gran parte de empresas mexicanas, ya que la mayoría pertenece al grupo de pequeñas y medianas empresas.

En nuestro país las empresas se clasifican de diferentes maneras; a continuación se da un ejemplo por tamaño y tipo de propiedad.⁵

I CLASIFICACION POR TIPO DE PROPIEDAD.

1.- Empresas de participación extranjera mayoritaria.

50 % del capital pertenece a extranjeros, y
50 % del capital pertenece a nacionales.

2.- Empresas de participación extranjera minoritaria

15 % a 49 % de capital extranjero, y
50 % a 100 % de capital nacional.

La división del capital la marca la ley de 1973. Que regula la inversión del capital extranjero.

3.- Empresas públicas.

50 % o más de capital pertenece al estado.

4.- Empresas privadas nacionales.

La constitución en su artículo 27 fracc. VI párrafo 2 señala que:
"Las leyes de la federación y de los estados en sus respectivas jurisdicciones, determinarán los casos en que sea de utilidad pública la ocupación de la propiedad privada..."

Presencia de distintos tipos de empresa en la industria mexicana.
características y diferencias. pag. 22-25.

II CLASIFICACION POR TAMAÑO.

- A.- Grandes Empresas : Son aquellas que cuentan con 250 trabajadores o más.
- B.- Medianas Empresas : Son aquellas en las que participan de 100 a 249 empleados.
- C.- Pequeñas Empresas : Las que cuentan con menos de 100 trabajadores.

El número total de empresas del país está distribuido en la siguiente forma⁶ :

663 - Empresas transnacionales mayoritarias.	
390 - Empresas de participación extranjera minoritaria.	
160 - Empresas públicas.	
118,499 - Empresas privadas.	906 Empresas grandes.
	1,582 Empresas medianas.
	116,011 Empresas pequeñas.

La inversión extranjera se inclina hacia las empresas de participación extranjera mayoritaria, pero para hacerlo, toman muy en cuenta el poder de negociación que éstas tengan dentro del sector industrial donde se encuentran. Cuando la empresa transnacional ostenta liderazgo en el mercado, ello le ayuda a imponer sus condiciones sobre las empresas nacionales, dando lugar a la coinversión, hecho que de alguna manera favorece a nuestra industria.

Es notable que la pequeña empresa ocupa un número elevado dentro de las empresas privadas nacionales, en algunas ramas de la industria estas pequeñas empresas aportan un volumen de producción mayor al promedio de la industria, lo cual indica su importante participación. En contraparte observamos que hay un número reducido

⁶

ibid. pag. 24 y 25.

de empresas privadas nacionales medianas y que éstas comparten un segmento de mercado con pequeñas empresas, ésto es preocupante, ya que son las empresas medianas las que pudieran competir de manera más significativa con las extranjeras, puesto que tienen la posibilidad de mejor acceso a créditos y tecnología que las pequeñas empresas.

Las grandes empresas en nuestra economía son pocas, éstas operan con alta y moderna tecnología, tienen poder económico, facilidad de acceso a financiamiento y a economías de escala.

Con la anterior aproximación a la forma en que se integra la industria mexicana, nos damos cuenta que predominan las pequeñas empresas seguidas de las medianas, por lo tanto, el camino a seguir para lograr el desarrollo de nuestro país con el *Tratado de Libre Comercio*, es la intervención y compromiso del gobierno que garantice la supervivencia y crecimiento de la pequeña y mediana empresa a través de:

- " - Crear un sistema proteccionista para la pequeña y mediana empresa.
- Crear un sistema de defensa contra políticas desleales.
- Elaborar una política fiscal que incentive la inversión y reinversión de utilidades.
- Crear una estructura tributaria competitiva a nivel internacional, simplificación y equidad en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Y lo más importante, crear un sistema financiero que garantice el acceso al crédito a empresas de menor tamaño "⁷

Otro aspecto que el gobierno no debe olvidar es "El bienestar social", debe defender el gran potencial humano con que cuenta la nación, para que el extranjero deje de considerar al mexicano como "mano de obra barata".

7

Ortiz Muñoz Gilberto.

" La Integración México-Estados Unidos-Canadá, el impacto de la Integración sobre la pequeña y mediana industria ". pag.215-220.

Para que el *Tratado de Libre Comercio* funcione adecuadamente, se requiere el firme compromiso de los trabajadores y empresarios mexicanos, que dedicarán todo su esfuerzo para que los productos que se generen sean competitivos en el extranjero.

El gobierno por su parte debe vigilar y exigir el cumplimiento de lo que se pacte en el documento oficial sobre el TLC, ya que es bien sabido que no todo lo que en teoría se dice se aplica en la realidad.

El sector empresarial debe incrementar la comunicación con el gobierno, el sector obrero y con otros empresarios, para informar y dar opiniones sobre las perspectivas que en particular vislumbran sobre el TLC. Cada empresario en forma individual debe mejorar su competitividad, eficiencia, niveles de producción, así como también reconocer las oportunidades para aprovecharlas y los riesgos para evitarlos o salvarlos. De no hacerlo así, es inevitable que tienda a desaparecer.

En suma, el sector empresarial privado, para hacer frente al TLC, deberá hacer lo que a continuación se menciona :

- " - Promover la integración de los sectores productivos.
- Crear infraestructura.
- Capacitar al personal y desarrollar nuevas tecnologías.
- Impulsar nuevos sistemas de comercialización interna y externa.
- Invertir en el sector agropecuario, para satisfacer la demanda del mercado interno en expansión.
- Fomentar el desarrollo de bienes de capital.
- Diversificar sus productos exportables, a través de un estudio de mercado a nivel internacional.
- Responsabilizarse de elevar la producción y la calidad de los bienes para la exportación. ".⁸

Si el *Tratado de Libre Comercio* se convierte en realidad, será necesario que el gobierno en coordinación con el sector empresarial mexicano lleve a cabo un programa que coadyuve a fortalecer nuestra identidad nacional⁹, a través de la difusión de la cultura y el apoyo para la realización de eventos tradicionales que nos legaron nuestros antepasados. Con ello logrará conservar el nacionalismo y la identificación nacional.

9

Recuérdese que el pueblo norteamericano carece de raíces, pues provienen de varias razas. Y no se identifican con costumbres similares.

BREVE HISTORIA DE IZTAPALAPA *

El significado de la palabra Iztapalapa es "Agua sobre las lajas o losas" se compone de las palabras: IZTAPALLI.- Losa o laja; ATL.- Agua y PAN.- en, sobre.

Iztapalapa era una de tantas ciudades de TEPATLAPANTLACA, éste uno de los poblados más antiguos del Valle de México lo cual se afirma a raíz de las investigaciones que se han hecho sobre la arqueología del "Cerro de la Estrella" y las antiguas consejas de la región, que aseguraban el cerro era sagrado y tenía por dentro varias cavernas que en los tiempos antiguos habían sido habitadas, los naturales de la región relataban la existencia de un lago y siete cavidades en donde una de las siete tribus nahuatlacas tenía el santuario y a su propio "Númen" siendo el lago la representación de la mitología "AZTLAN".

La historia de Iztapalapa está profundamente ligada a Culhuacan, una de las poblaciones más antiguas del Valle de México, tiene abundantes restos arqueológicos que están siendo explorados científicamente.

Un grupo de Toltecas se refugia allí, después de caer el reino de Tula. En donde se establece una confederación con poblaciones similares para mantener unidos cuatro pueblos: Tula, Otumba, Azcapotzalco y Culhuacan, a manera de alianza y finalmente la segunda entre los pueblos de Azcapotzalco, Coatlinchan y Culhuacan

En 1142 Iztapalapa hizo la guerra a Xochimilco y Chalco apoderándose de tierras de estos dos pueblos.

En 1240, aliada esta ciudad con Azcapotzalco y Chalco atacó a los fundadores de Tenochtitlan y los hostilizó cuanto pudo.

En 1347 una revolución mató al gobernante y a los príncipes obligando a emigrar a los habitantes.

En 1350 dió Culhuacan a los mexicanos al príncipe Acamapichtli, para que fuera raíz de la dinastía mexicana.

* Monografía histórica de la Delegación Iztapalapa. Coord. de Control de Gestión, Julio 1987.

En 1430 al vencer los mexicanos a Maxtla señor de los Tepanecas, Culhuacan queda sometido a Tenochtitlan, e Itzcoatl funda el señorío de Iztapalapan que fue semi-independiente.

El primer gobernante de Iztapalapa fue Cuitlahuac "El viejo" hijo de Itzcoatl, existía una confederación con Culhuacan, Huitzilopochco (Churubusco) y Mexicaltzingo, pueblos también subordinados a México-Tenochtitlan.

Iztapalapa tenía jardines hermosos con plantas y flores exquisitas, cercados con carrizos que formaban calles, así como numerosos canales seguidos por compuertas y divisiones, era una ciudad lacustre que se hallaba al pie del Cerro de la Estrella (Xiuixachtepetl "Cerro de Huizaches"). Había estanques de agua dulce, una huerta grande con arboles frutales y una gran alberca de cal y piedras con escalones hasta el fondo esta contenía peces y acudían a ella una gran variedad de aves. Poseía además un jardín botánico mandado construir por Moctezuma II en el que se cultivaban plantas medicinales y de ornato.

El señor de Iztapalapa tenía un enorme y hermoso palacio que contaba con grandes salones y aposentos, todo de cantera, con vigas de cedro blanco.

Iztapalapa era una ciudad importante situada casi en la punta de una pequeña península que se formaba entre dos lagos, uno de agua salada al Norte y otro de agua dulce al Sur. Estaba unida a la isleta de México por medio de una calzada de dos leguas y media de largo, fabricada muchos años antes entre las aguas del lago. La población vivía en más de doce mil casas, fabricadas en su mayoría en islotes del lago salubre, en cuyo entorno había innumerables cementeras y jardines flotantes. Gobernaba entonces esa ciudad el príncipe Cuitlahuatzing, hermano del Rey Moctezuma y su inmediato sucesor en la corona.

En 1520 a la llegada de Cortés a Iztapalapa gobernaba Cuitlahuac II, hermano y sucesor de Moctezuma. Esta población unida por tierra con México-Tenochtitlan por la calzada de Iztapalapa (hoy Tlalpan) tuvo un papel decisivo durante el sitio impuesto a la

Metrópolis por los españoles ya que por este lugar entraron los invasores a la ciudad, encontrando fuerte resistencia, dicha epopeya fue recordada durante toda la época colonial e independiente y aún hasta la revolución, denominándose por ello a esta zona "Iztapalapa del invicto Cuitlahuac ", rúbrica que llevaban las cartas y los documentos oficiales emitidos por las autoridades del lugar.

Habiendo muerto Moctezuma II y después de la derrota de los españoles en la "Noche triste" y de la famosa batalla de Otumba, se retiraron estos a Tlaxcala para reposar de su fatiga y sus heridas. De Tlaxcala Cortes pasó a Texcoco donde asentó su plaza de armas dejando a Gonzalo de Sandoval como guardián, ahí ordenó una expedición contra Iztapalapa llevando a Cristobal de Olid y Pedro de Alvarado en su compañía. El asalto a la ciudad fue determinado para vengarse de Cuitlahuac, antiguo señor de Iztapalapa, a quien Cortés reconocía como autor de la fatal derrota de la Noche Triste. A fin de llevar a cabo el sitio de México, distribuyó su ejercito nombrando al Capitán Pedro de Alvarado como jefe del ataque a la ciudad de Tlaconpan, a Cristobal de Olid jefe del ataque a Coyoacan y a Gonzalo de Sandoval ordenandole destruir la ciudad de Iztapalapa, a la cual Cortés acudió personalmente, ya que mantenía un particular resentimiento contra ésta.

Después de la caída de Tenochtitlan y de la edificación de la nueva ciudad de México, Iztapalapa estuvo gobernada por Alonso Ixhuecatocatzin, hijo de Cuitlahuac II y de una nieta de Netzahualcoyotl, de su casamiento con una nieta de Nezahualpilli nació Doña Magdalena, quien fue la última gobernante indigena del lugar.

Inmediatamente después de la conquista se asignaron pueblos como propios de la ciudad: Iztapalapa, Huitzilopochco (Churubusco) Mexicaltzingo, Culhuacan, Ciutlahuac y Mixquic.

En 1525 la ciudad solicitó confirmación de esta otorgación por parte del rey, declarando que los seis pueblos estaban todavía a su servicio, después de 1525 estos pueblos fueron perdidos por la ciudad, otorgandose encomiendas privadas a individuos, estos fueron Huitzilopochco, Mexicaltzingo, Culhuacan y Mixquic. En 1530 solo

iztapalapa quedó al servicio de la ciudad. En 1582 el gobierno virreinal exigió que la ciudad mostrara sus títulos sobre Iztapalapa, el Cabildo no pudo hacerlo y ésta se convirtió en propiedad de la Colonia el 23 de Diciembre de 1582. Posteriormente el cabildo municipal quiso extender sus ejidos, especialmente en el territorio de Iztapalapa, basandose en códigos de tipo Techialoyan como "La Relación de Iztapalapa". En 1600 la población indígena de Iztapalapa se encontraba reducida en un 90% o más en comparación con los tiempos de la conquista.

Hasta la segunda mitad del siglo XVII Iztapalapa dependía para asuntos religiosos de la ciudad de México, y por esta época pasa a ser parroquia con curas titulares, pero la dependencia mayor era de tipo económico, pues vendía parte de sus productos en México y compraba allí lo que no producía directamente. La localidad era basicamente agrícola, pero también se dedicaba a la explotación de la sal, de otros productos lacustres y de la manufactura de artefactos de piedra, de tule o madera.

El 23 de julio de 1814 se firma una ley que ordena la existencia de un jefe político para la ciudad y de un territorio específico para la misma, pero no es sino hasta once años después, el 18 de noviembre de 1825 que se marcan límites específico para la ciudad de México, siendo la residencia del gobierno y de los poderes federales , esta misma legislación trae consigo nuevos problemas con los pueblos que habían quedado dentro de tal demarcación , ya que pertenecían al Distrito Federal, es así como Iztapalapa pasa a formar parte de él.

A mediados del siglo XIX el Distrito Federal se compone de la Ciudad de México y de 11 municipalidades con sus respectivos pueblos dependientes .Una de esas municipalidades pertenece a Iztapalapa. Vestigios de la administración prehispánica y colonial es la división de ésta en pueblos y barrios la cual aún subsiste y que ha influido en el proceso de urbanización dificultando la funcionalidad de un plano regulador.

Los pueblos y barrios en que está dividido Iztapalapa son los siguientes:

PUEBLOS

- | | |
|----------------------------|---|
| 1.- San Andrés Tetepilco. | 11.- Sn. Lorenzo Tezonco. |
| 2.- San Juanico Nextipac. | 12.- Sn. Felipe Terremotes.
(Constitución de 1917) |
| 3.- Magdalena Atlazolpa. | 13.- Sta. Cruz Meyehualco. |
| 4.- Aculco. | 14.- Sn. Sebastian Tecoloxt. |
| 5.- Mexicaltzingo | 15.- Sta. María Aztahuacan. |
| 6.- Los Reyes. | 16.- Sta. Martha Acatitla. |
| 7.- Culhuacan. | 17.- Sn. Lorenzo Xicotancatl |
| 8.- San Andrés Tomatlán. | 18.- Santiago Acahualtepec. |
| 9.- Santa María Tomatlán. | |
| 10.-Cabecera de Iztapalapa | |

BARRIOS

Los barrios se encuentran en la cabecera de Iztapalapa.

- | | |
|------------------|-----------------|
| a) San Ignacio. | e) La Asunción. |
| b) Santa Bárbara | f) San José |
| c) San Lucas. | g) San Pedro. |
| d) San Pablo | h) San Miguel. |

Para finales del mismo siglo, Iztapalapa forma parte de la prefectura de Tlalpan, que a su vez dependía del D.F. En el año de 1898 son fijados los límites del D.F., por los decretos del 15 y 17 de Diciembre del mismo año , notificando los convenios celebrados con los Estados de Morelos y México respectivamente .

En 1928 una reforma legal cambia las municipalidades en delegaciones , así lo marca el artículo 10 que dice:

El Distrito Federal o Ciudad de México, se divide, para los efectos de esta Ley y de acuerdo con sus características geográficas, históricas, demográficas, sociales y económicas, en 16 delegaciones:

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1) Alvaro Obregón. | 9) Iztapalapa. |
| 2) Azcapotzalco. | 10) La Magdalena Contreras. |
| 3) Benito Juárez. | 11) Miguel Hidalgo. |
| 4) Coyoacán. | 12) Milpa Alta. |
| 5) Cuajimalpa de Morelos. | 13) Tláhuac. |
| 6) Cuauhtemoc. | 14) Tlalpan. |
| 7) Gustavo A. Madero. | 15) Venustiano Carranza. |
| 8) Iztacalco. | 16) Xochimilco. |

LOCALIZACION

La delegación de Iztapalapa se localiza al Oriente del Distrito Federal, cuenta con una superficie de 116.5 Kilometros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 2100 metros. Es una región casi llana en sus totalidad, pues formó parte del Lago de Texcoco. Sus limites son:

Al Norte con la delegación Iztacalco, y el Estado de México.
 Al Sur con la delegaciones Tlalpan y Xochimilco.
 Al Oeste la delegación Coyoacan.
 Al Este el Estado de México
 Al Noroeste una pequeña fracción de la delegación Benito Juárez

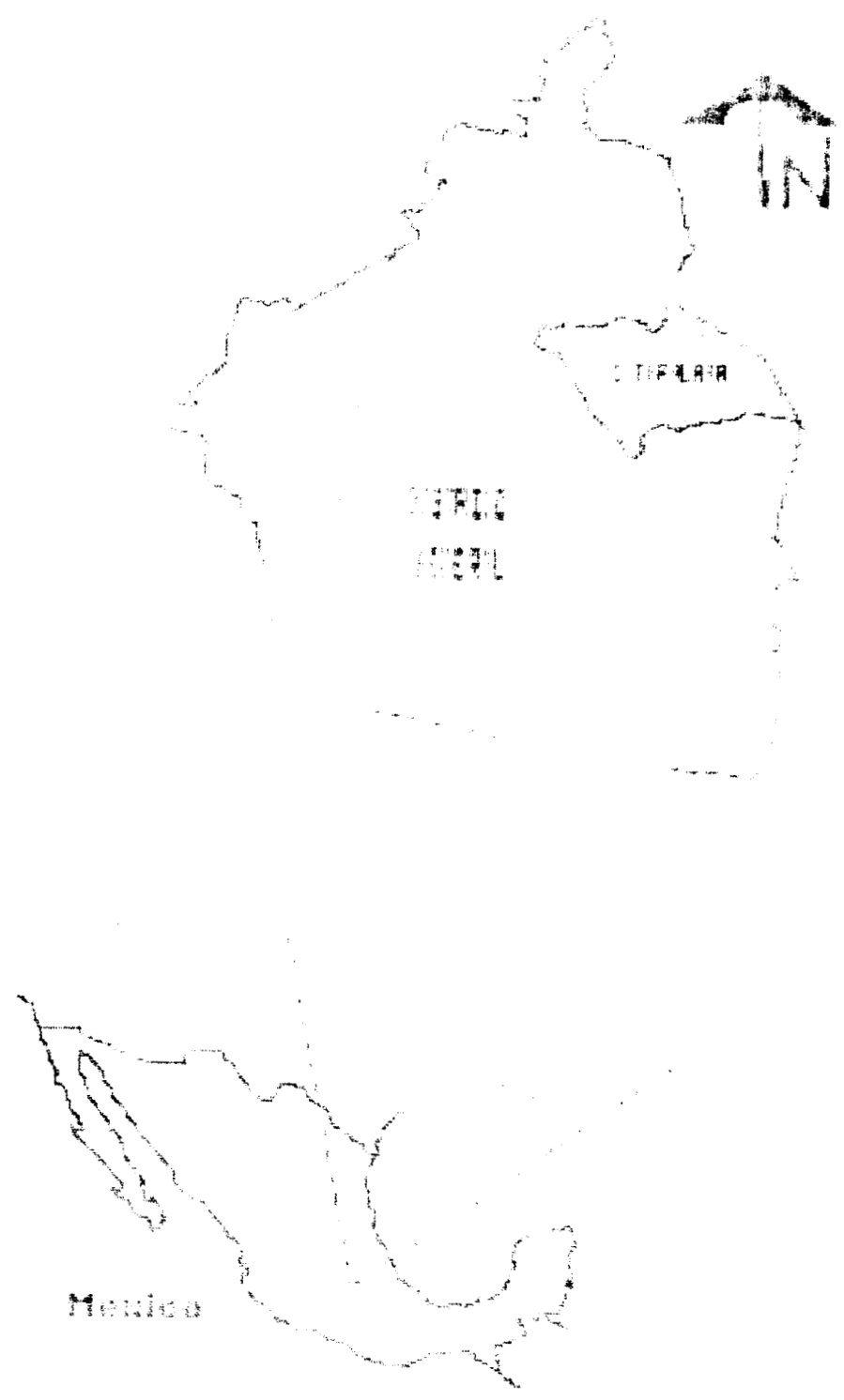
Al Sur en sus límites con Tlahuac se encuentra la sierra de Santa Catarina, al Poniente el cerro de la Estrella, en cuya ladera está el pueblo de Iztapalapa; al Nororiente se observa el cerro cuyo verdadero nombre es Peñón del Marquez, conocido hoy popularmente como " Del Peñón Viejo ", al Norponiente pasa el río Churubusco.

La Calzada Ermita Iztapalapa cruza la delegación de Poniente a Oriente y entronca con la carretera México-Puebla siendo también vía de salida hacia Texcoco, Tlaxcala, Veracruz y Oaxaca; además existen diversas calzadas que la comunican con las delegaciones y colonias vecinas, existe un camino que conduce a la cima del cerro de la Estrella, en el que existen ruinas arqueológicas en donde los indígenas celebraban cada 52 años la famosa celebración del Fuego Sagrado (Fuego Nuevo)

La Calzada de la Viga, que comunica a Iztapalapa con Iztacalco y con el centro de la Ciudad de México, fue hace mucho tiempo un canal por el que navegaban canoas procedentes de Xochimilco, cargadas de verduras y flores para surtir a la capital.

Otras Calzadas de importancia dentro de la delegación de Iztapalapa por su funcionalidad y longitud son:

Eje 3 Oriente (Av. Cinco)
 Calzada Ignacio Zaragoza
 Av. México-Tulyehualco
 Canal de Garay
 Av. Plutarco Elias Calles
 Av. Río Churubusco
 Eje Cinco Oriente (Av.Javier Rojo Gómez
 Continuación Eje Seis Oriente
 Anillo Periférico (En proyecto)





DEMOGRAFIA DE IZTAPALAPA

A mediados del S. XVIII el pueblo de Iztapalapa estaba compuesto por menos de mil habitantes, un siglo después, en 1853 había aumentado cuatro veces, y para fines del S. XIX se incrementó en diez veces. Dicho incremento se debe principalmente a la disminución de mortalidad y a la emigración de obreros y campesinos de otros estados, a partir de 1940, que buscaban dentro de esta ciudad terrenos baratos para vivir, próximos a las vías de comunicación y de transporte popular masivo.

En un principio se establecieron en terrenos de cultivo que negociantes urbanos adquirieron y lotificaron para su venta como zonas de habitación.

Resultados de Censo de 1970 muestran el origen de la población como sigue:

- 73.3% Nativos de Iztapalapa.
- 14.1% De otras delegaciones.
- 8.6% De otros estados.

Debemos tomar en cuenta que la población en esta región, se incrementa después del año 1985, a causa de los sismos ocurridos en la ciudad de México, que obligan a un considerable número de habitantes del Centro de la ciudad a emigrar.

Los resultados preliminares del XI Censo General de Población y Vivienda de 1990 en el Distrito Federal, muestran que la población total residente asciende a 8'236,960 habitantes, y que a la delegación de Iztapalapa corresponden 1'490,981 habitantes, siendo ésta la más poblada.¹⁰

¹⁰ INEGI. Dirección regional en el D.F. XI Censo General de Población y Vivienda en el D.F. 1990.

TENDENCIA DEMOGRAFICA DEL D.F. Y POR DELEGACION
1950-1990.

Tomando en cuenta los resultados de los últimos cinco censos de población y vivienda para el D.F., se observa que el volumen total de la población se ha multiplicado por un factor de 2.7% Entre 1950 y 1990, la tasa de crecimiento intercensal muestra una tendencia descendente. El ritmo de crecimiento poblacional después de alcanzar su tasa más elevada durante 1950/1960 que fue de 4.79% promedio anual, se ha ido desacelerando al pasar a 3.75% en el periodo 1960/1970, y a 2.45% en los años 70's. De esta manera el D.F. alberga en 1990 aproximadamente el 10% de la población total del país.





El crecimiento observado para el D.F. en su conjunto no es homogéneo, las tasas anuales promedio de crecimiento poblacional obtenidas a partir del último censo, permiten hacer un análisis por delegación política y distinguir cuatro grupos:

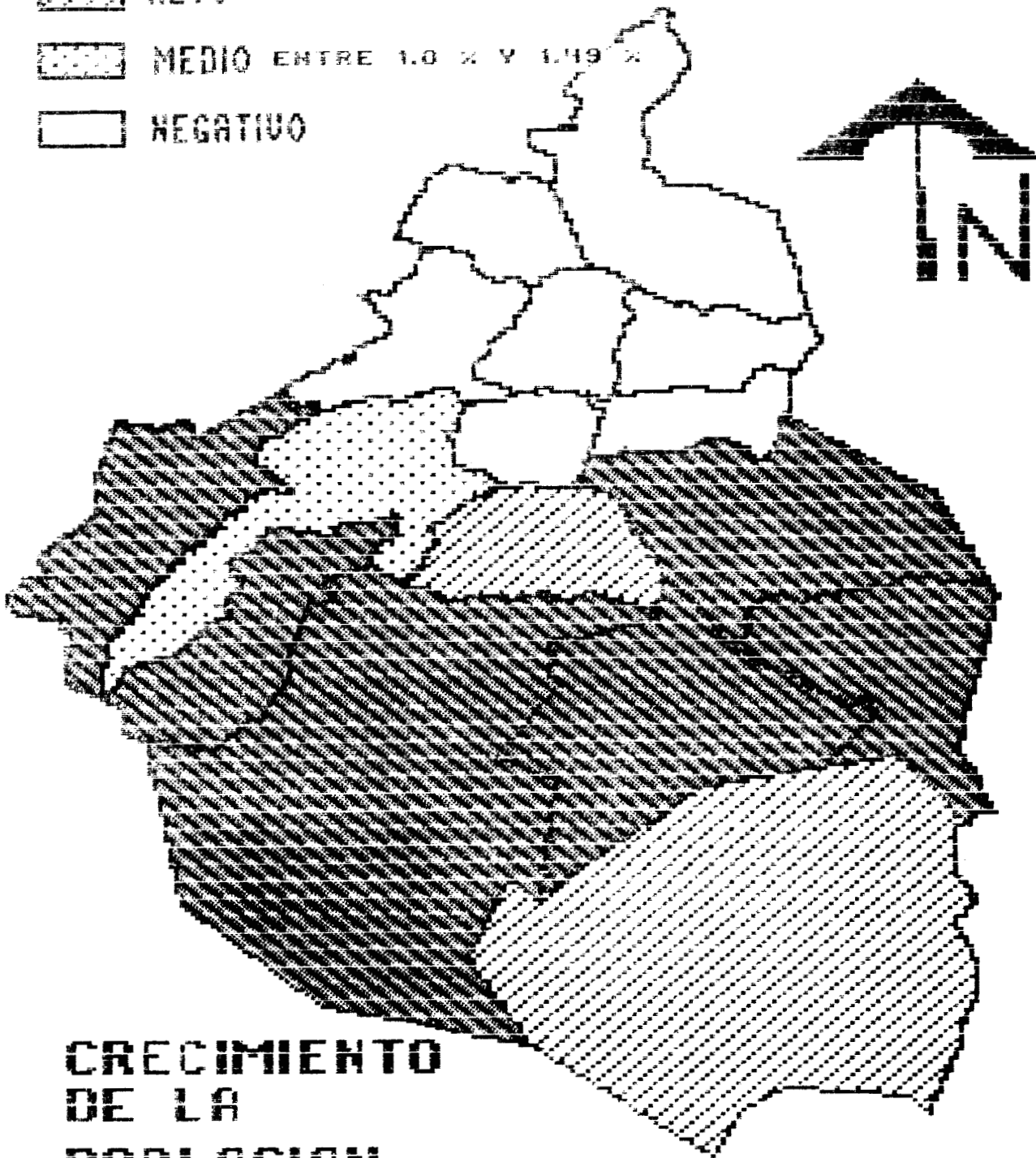
- 1) Crecimiento Elevado.- Que corresponde a las delegaciones con tasas mayores al 2%
- 2) Crecimiento Alto.- Correspondiente a delegaciones con tasa de crecimiento entre 1.5 y 2%.
- 3) Crecimiento Medio.- Se refiere a las delegaciones con tasas mayores al 1% y menores al 1.5%.
- 4) Crecimiento Negativo.- Delegaciones con tasas menores al 1%.

Como resultado de los dispares ritmos promedio de crecimiento poblacional (Natural y Social) en el D.F. la distribución geográfica de la población se ha modificado de la siguiente manera:

Las delegaciones centrales como la Benito Juárez, Cuauhtemoc, Miguel Hidalgo y Venustiano Carranza han perdido peso relativo, mientras que en 1950 contenían el 73% de la población total del D.F., que para 1980 se reduce a sólo el 29.4% y en 1990 al 23.4%. En cambio las delegaciones de Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Coyoacan, Alvaro Obregón, Tlalpan y Xochimilco incrementaron su participación relativa con el 53.8% de la población total en 1990.

Los datos anteriores nos permiten observar claramente que la delegación Iztapalapa, objeto de nuestro estudio, se ha convertido en el área más poblada del D.F. ocupando el primer lugar en cuanto a la densidad de la población entendida ésta como el número de habitantes por unidad de superficie.

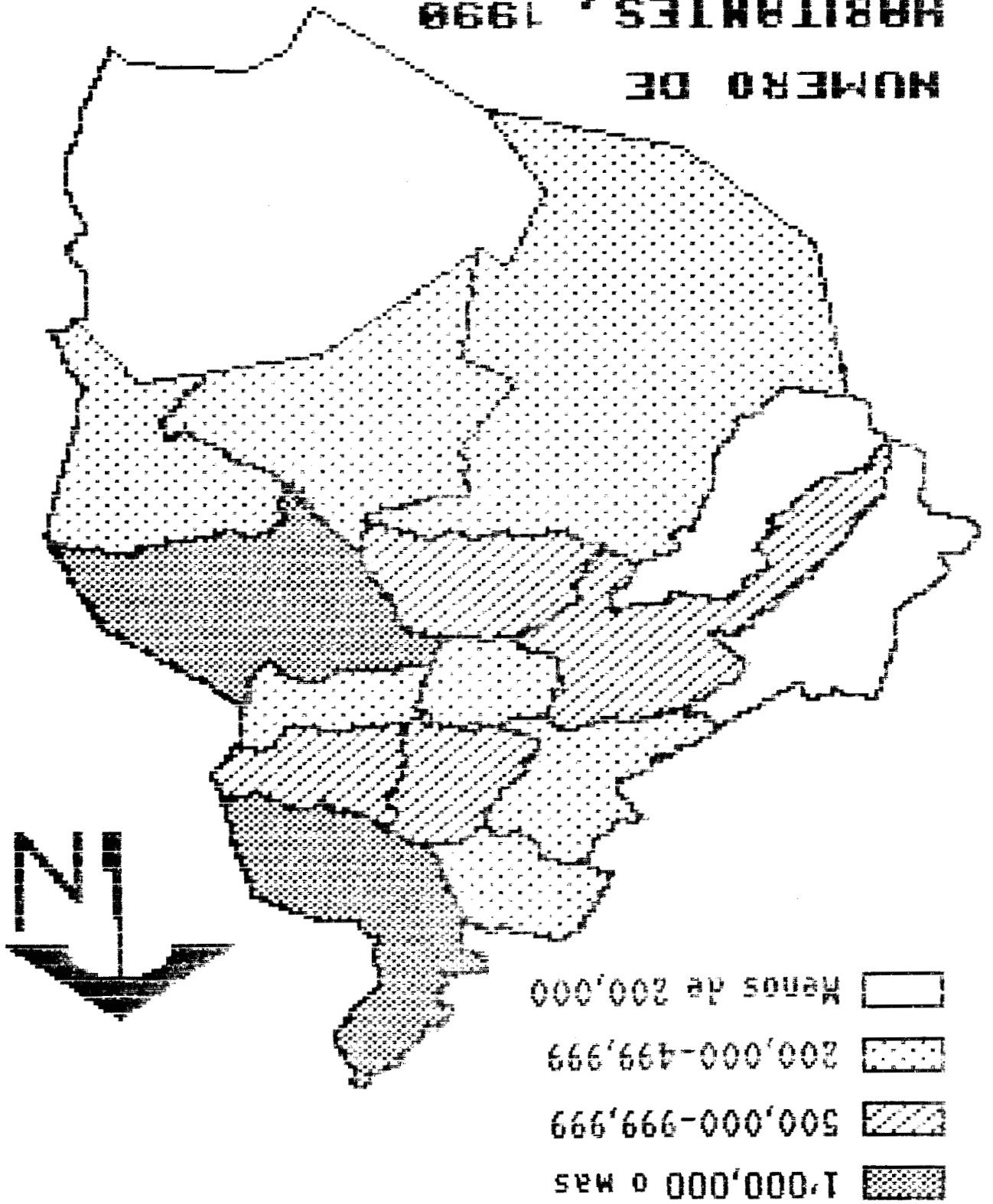
-  ELEVADO MAYOR AL 2 % ANUAL
-  ALTO ENTRE 1.5 % Y 2.0 %
-  MEDIO ENTRE 1.0 % Y 1.49 %
-  NEGATIVO



**CRECIMIENTO
DE LA
POBLACION 1989-1990**

En la siguiente gráfica se muestra el crecimiento de la población en la delegación Iztapalapa hasta 1990.

NUMERO DE HABITANTES , 1998



INDUSTRIA Y FUERZA DE TRABAJO EN LA DELEGACION IZTAPALAPA.

En la década de 1950 Iztapalapa contaba con una estructura de tipo agrícola, pero para los años 60's y 70's la población dedicada a la agricultura fué disminuyendo y elevandose al número de personas dedicadas a las actividades industriales, comerciales, de servicios y también a la burocracia.

En Iztapalapa la actividad industrial ha tomado gran importancia, ocupa el tercer lugar en el D.F.. Con relación a la industria extractiva, ésta se ubica en la Sierra de Santa Catarina donde se explota arena y tezontle para la construcción.

Por otra parte la industria de la transformación es la más numerosa y en la actualidad comprende desde micro industrias hasta grandes consorcios industriales.

En un principio el fraccionamiento Granjas San Antonio fue destinado para la industria con lotes de 10,000 m² de superficie, el cual paulatinamente fue ocupado por establecimientos industriales. Después esta área se amplió con otra zona industrial que se estableció en el pueblo de Culhuacan comprendiendo las colonias Esmeralda, Minerva, Progreso del Sur , Granjas Modelo y Santa Isabel.

Con el paso del tiempo aparecen más empresas a lo largo de la Calzada Ermita Iztapalapa, en la cabecera de la delegación y sobre la Calzada del Moral, este crecimiento también se observa en las Calzadas Tulyehualco, Sn. Lorenzo y La Viga

Como se puede advertir la industria se fué estableciendo sobre la vialidad primaria y secundaria, en donde corren los principales ramales de agua potable y colectores de aguas negras, así como instalaciones y servicios que les facilitaban el buen funcionamiento industrial, es decir que contaban con la infraestructura necesaria para su crecimiento y consolidación.

En la actualidad, dentro del sector industrial se pueden contemplar los siguientes giros:

- * Químico.
- * Metal-Mecánico.
- * Servicios.
- * Muebles.
- * Textil.
- * Calzado.
- * Automotriz.
- * Alimenticio.
- * Hulero.
- * Electrico.
- * Aditivos.
- * Ortopedicos.
- * Vidrios.

La gran cantidad de industrias que existen en la delegación significan una fuente importante de trabajo para la población que aquí reside.

Respecto al comercio se puede decir que cubre de manera satisfactoria los requerimientos de la población. A partir de los años 70's. se fueron estableciendo tiendas de autoservicio, así como sucursales de los principales almacenes del centro de la ciudad, destinados a proporcionar servicios comerciales diversificados, dirigidos principalmente a la clase media.

En el año de 1982 se establece en Iztapalapa la *Central de Abastos* la cual tiene gran importancia como centro de abastecimiento para la ciudad de México, ésto significó para la región la apertura de mayores vías de comunicación, incremento de transporte colectivo, mayores gastos de agua potable, alumbrado, y servicios en general.

ASOCIACION DE EMPRESARIOS DE IZTAPALAPA, A.C.

El sector industrial de Iztapalapa ha ido creciendo, en forma relativamente importante a partir de la década de los 60's, esto trae consigo el surgimiento de "La Asociación de Empresarios de Iztapalapa, A.C." en el año de 1967, como una institución representante de los valores e intereses de los industriales de la zona.

La misión principal por la que se creó la asociación es: Apoyar al cuerpo directivo y empresarial de las organizaciones en la solución de sus problemas.

Los objetivos de la organización son:

a) Representar los intereses de los socios ante las autoridades oficiales, facilitándoles los trámites a realizar ante estas instancias.

b) Apoyar y colaborar con la cúpula empresarial para beneficio de la iniciativa privada.

c) Fomentar la amistad entre los empresarios de Iztapalapa a través de eventos sociales, para crear relaciones provechosas entre ellos y la Asociación.

d) Asesoría a los ejecutivos en la solución de problemas de las diferentes áreas que conforman la organización, por especialistas en cada materia.

La Asociación de Empresarios de Iztapalapa para el mejor apoyo de sus asociados, cuenta con cinco comités compuestos cada uno por un consejo directivo independiente, integrado por especialistas reconocidos. Estos comités se dividen en los siguientes subcomités:¹¹

1. Comité de Relaciones Industriales.- Compuesto por:

Relaciones laborales
Jurídico laboral.
INFONAVIT.
Reclutamiento y Selección de Personal.
Capacitación.
Sueldos y Salarios.
Higiene y Seguridad.

¹¹ Folleto informativo de la A.E.I., Asociación de empresarios de Iztapalapa, A.C.

2. Comité de Compras y Abastecimiento.- Este se encarga de buscar ofertas de materia prima, materiales y equipo para sus asociados y así realizar compras en grupo. Otra función es la de motivar el intercambio comercial entre las empresas asociadas.

3. Comité de Servicios y Comercialización.- El comité pretende agrupar a la empresas que prestan servicios para unir esfuerzos y ofrezcan paquetes atractivos a otras organizaciones que participan activamente en esta demarcación.

4. Comité Fiscal.- Las Asesorías que este comité ofrece, se relacionan con la actualización en materia fiscal para que las organizaciones cumplan en forma eficaz y oportuna con sus obligaciones fiscales.

5. Comité de Membresía .- Su proposito consiste en lograr la participación tanto de las empresas socias, como de las que no pertenecen a la asociación pero que realizan sus funciones dentro de la delegación. Otro objetivo de la membresía es informar a los socios de las actividades y logros de la asociación, así como dar a conocer temas de actualidad dentro del mundo empresarial.

Actualmente la Asociación de Empresarios de Iztapalapa esta dirigida por la Gerente General Lic. Pilar Aponte, quien nos informó que la institución a su cargo mantiene muy buenas relaciones con funcionarios de la delegación de Iztapalapa, lo que significa para las empresas socias una gran ventaja sobre las que no lo son, pues así conocen mejor las disposiciones y reglamentos legales a las cuales deben sujetarse y la forma de contrarrestarlas o bien cumplirlas de manera eficaz y oportuna, sin verse afectados.

La asociación en conjunción con los empresarios de iztapalapa y los funcionarios de la delegación realizan labor social significativa en beneficio de la comunidad. Como ejemplo de ello podemos mencionar: El proyecto de la edificación de una estación de bomberos que se ubicará en la zona para beneficio colectivo; la bolsa de trabajo en la cual la población económicamente activa de la delegación puede encontrar empleo en las empresas de la misma.

Otro aspecto relevante de la asociación, es su cada vez mas importante relación con la Universidad Autónoma Metropolitana ,unidad Iztapalapa (UAM-I). Enlace que se traduce en beneficio mutuo, ya que por un lado esta institución educativa puede ofrecer a las organizaciones afiliadas a la asociación asesorías y capacitación, y por otra parte tal vinculación le puede servir a la universidad como un medio para ampliar el mercado de trabajo para sus egresados.

En seguida se muestra la clasificación de las empresas afiliadas a la Asociación de Empresarios de Iztapalapa, A.C; por giro y tamaño¹²:

EMPRESAS UBICADAS EN LA DELEGACION DE IZTAPALAPA ¹³

G I R O	No.DE EMPRESAS
1.-METAL-MECANICO	46
2.-QUIMICO	16
3.-SERVICIOS	40
4.-CALZADO	5
5.-MUEBLES	8
6.-ELECTRICO	11
7.-AUTOMOTRIZ	10
8.-PAPELERIA	27
9.-TEXTIL	15
10.-HULERA	1
11.-PLASTICOS	21
12.-ALIMENTICIOS	23
13.-MATERIALES PARA CONSTRUCCION	3
14.-ADITIVOS	1
15.-ARTICULOS ORTOPEDICOS	1
16.-VIDRIOS	1
TOTAL	229

¹² Asociación de Empresarios de Iztapalapa.
DIRECTORIO DE EMPRESAS DE IZTAPALAPA.

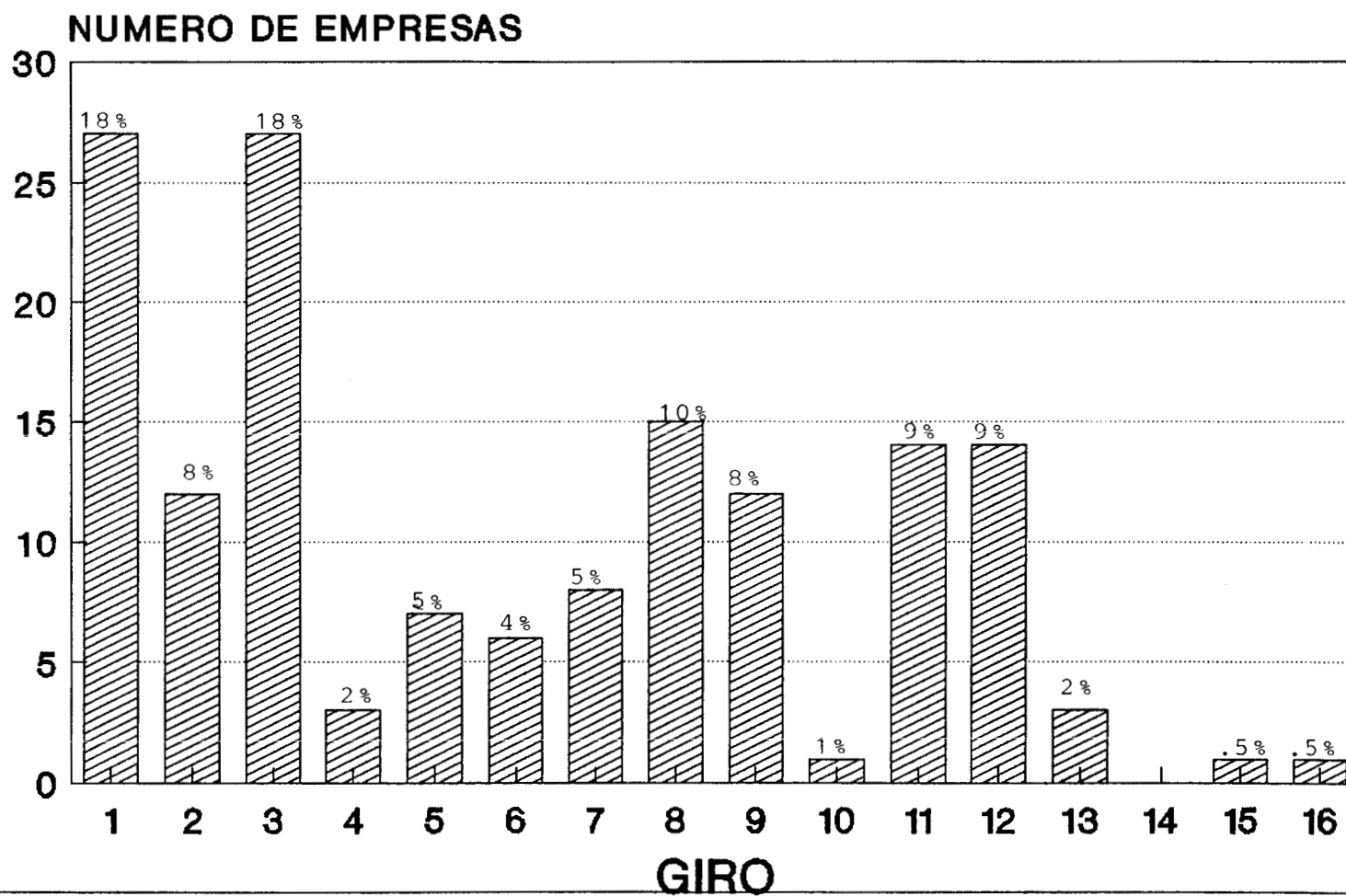
¹³ No son todas las firmas que existen en la zona de referencia, sino únicamente las que pertenecen a esta organización.

De las empresas que están dentro de la Asociación se tomó una muestra de 152 para efectos del presente estudio, el cual tiene como objetivo principal conocer el contexto interno y externo en que se desenvuelven.

Explicamos los aspectos más importantes de las organizaciones mediante gráficas que muestran la situación en que se encuentran y en consecuencia los problemas que deben solucionar y las necesidades que deben satisfacer.

GIRO DE LA EMPRESA

NUMERO DE EMPRESAS POR GIRO



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

GIRO DE LA EMPRESA.

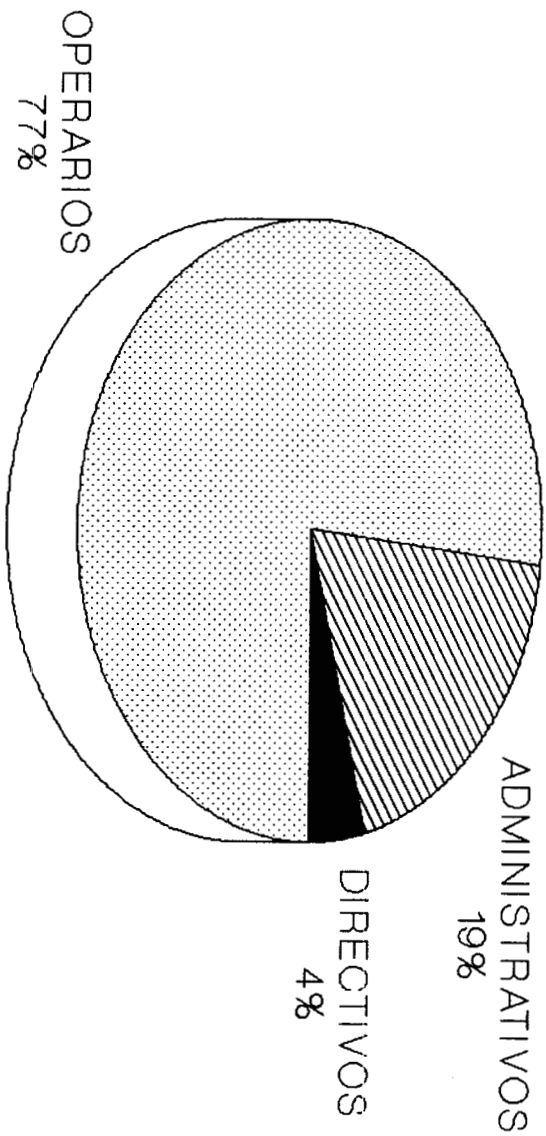
NUMERO DE EMPRESAS POR GIRO.

Todas la organizaciones tienen una razón de existir, que expresada en términos generales y significativos, determinan su unicidad, esto es lo que las distingue unas de otras, para ubicarlas en las diferentes ramas de la actividad productiva del país, ello les permite un adecuado desarrollo interno y las fortalece en su interacción con el medio ambiente externo. Dentro de los límites de la Delegación Iztapalapa y de las empresas que conforman la Asociación de Empresarios podemos identificar una muestra de 152 empresas, las cuales se clasifican en 16 tipos distintos de giros industriales, en los cuales se integran dichas organizaciones, y son las siguientes:

<u>G I R O</u>	<u>No.DE EMPRESAS</u>
1.-METAL-MECANICO	27
2.-QUIMICO	12
3.-SERVICIOS	27
4.-CALZADO	3
5.-MUEBLES	7
6.-ELECTRICO	6
7.-AUTOMOTRIZ	8
8.-PAPELERIA	15
9.-TEXTIL	12
10.-HULERA	1
11.-PLASTICOS	14
12.-ALIMENTICIOS	14
13.-MATERIALES PARA CONSTRUCCION	3
14.-ADITIVOS	0
15.-ARTICULOS ORTOPEDICOS	1
16.-VIDRIOS	1
	152

En la gráfica podemos observar que la mayor parte de entidades productivas de la localidad pertenecen a los giros, metal-mecánica y de servicios; y que por orden de importancia y número de participantes encontramos que los giros de papelería, plásticos y alimentos ocupan el segundo lugar; enseguida se encuentran los giros textil y químico; y observamos que los giros restantes tienen una mínima representación en esta delegación.

COMPOSICION DE NIVELES JERARQUICOS DENTRO DE LAS EMPRESAS PORCENTAJE DEL TOTAL POR EMPRESA



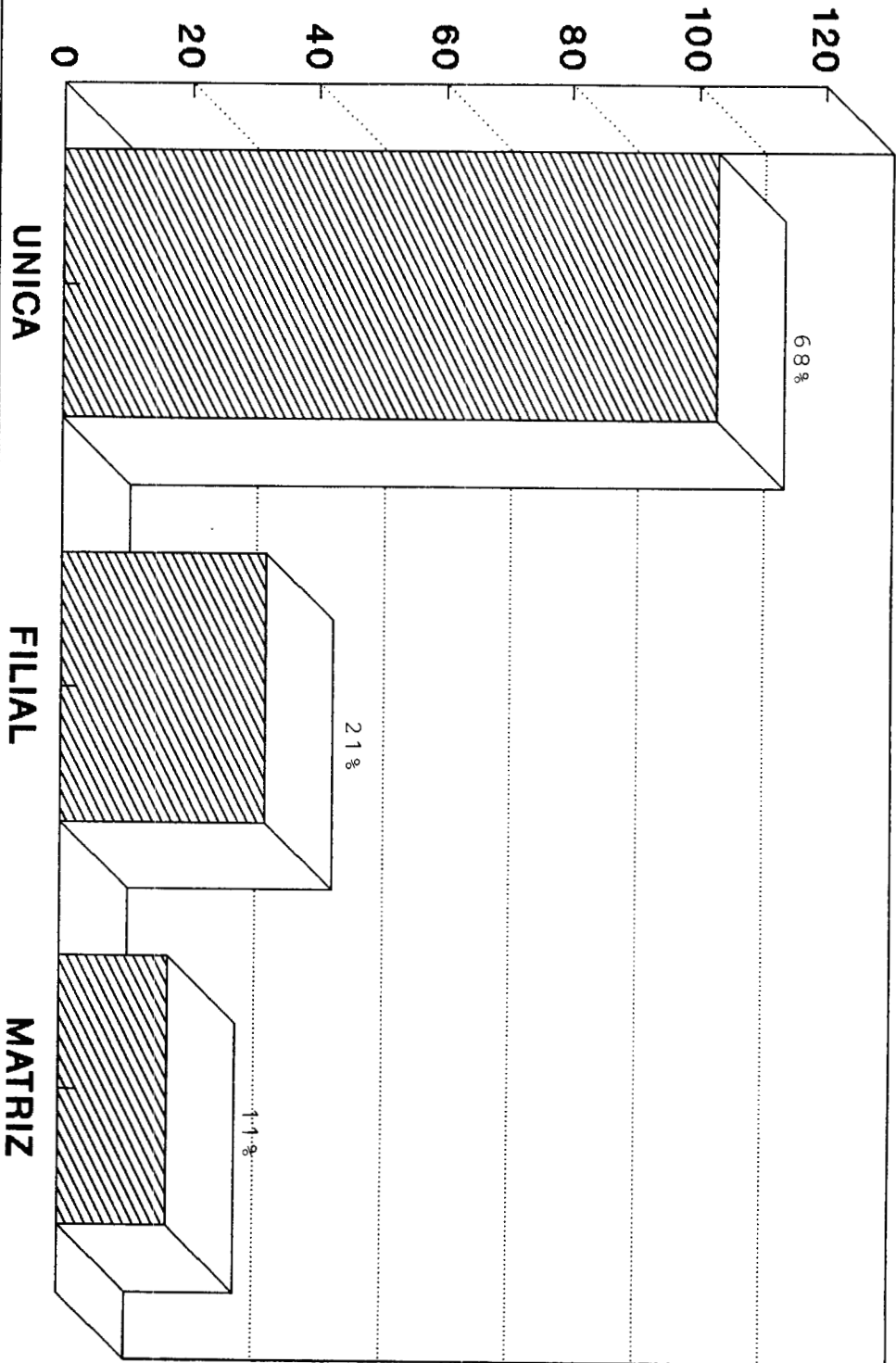
COMPOSICION DE NIVELES JERARQUICOS DENTRO DE LAS EMPRESAS.
PORCENTAJE DEL TOTAL POR EMPRESA.

Las organizaciones para su buen funcionamiento requieren de una estructura organizacional donde se coloque a cada uno de los integrantes, ésto de acuerdo a la función o papel que desempeñen dentro de el proceso productivo y con base en la división del trabajo.

Las estructuras organizacionales traen consigo el establecimiento de niveles jerarquicos, con los cuales se establece una relación de mando, autoridad, y subordinación entre quienes se encuentran en las categorías superiores y quienes se ubican en las inferiores. Por lo general la cúspide o nivel superior se encuentra ocupado por los directivos de las empresas o por los dueños de las mismas como es el caso de las empresas de iztapalapa, donde el 3.9% se compone de personal directivo, seguida de los puestos medios o administrativos con un 19.4%, entre los que se encuentran asistentes de dirección, contadores, secretarias, etc., el número de personal administrativo y directivo es muy reducido, ya que las empresas en su mayoría son familiares, el personal operativo es el de mayor número ocupando el 76.8% del personal que labora en las organizaciones.

CLASIFICACION POR TIPO DE EMPRESA

No. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

CLASIFICACION POR TIPO DE EMPRESA.

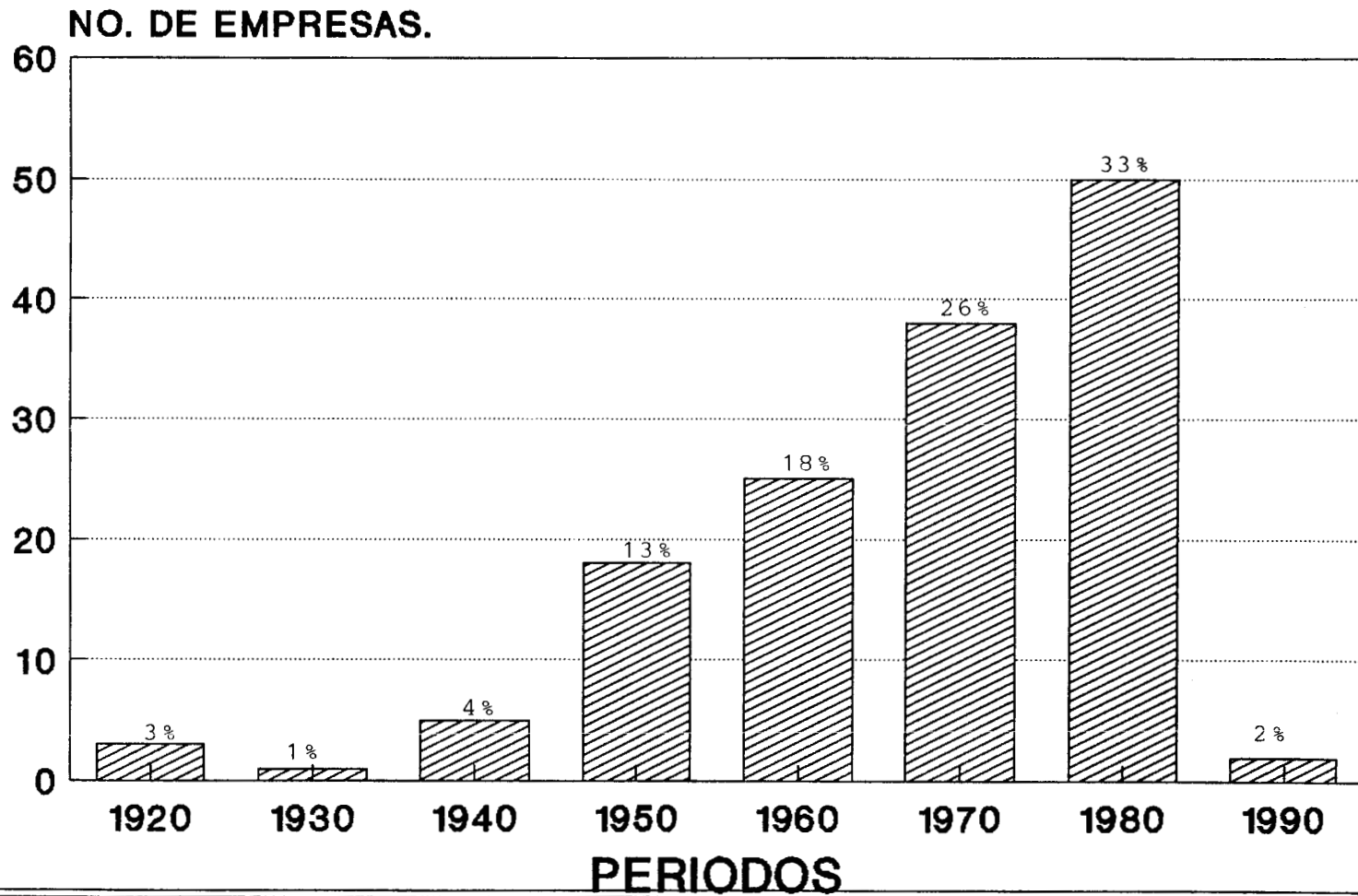
El hombre a través de la historia ha venido satisfaciendo sus necesidades, pero a medida que pasa el tiempo surgen avances tecnológicos que crean nuevas necesidades. El hombre no puede satisfacer éstas por sí mismo, entonces recurre a las organizaciones creadas para tal fin.

En nuestra sociedad existen infinidad de instituciones que compiten entre sí con el objeto de servir a un determinado segmento de mercado, actualmente estas organizaciones se presentan en diferentes formas y dimensiones, el caso sujeto a análisis nos muestra que el 68% de las organizaciones son únicas, esto se debe a su tamaño (micro o pequeñas empresas), generalmente negocios familiares al estilo de talleres artesanales. El 21% de las empresas en la delegación son filiales o sucursales de grupos corporativos mayores, es decir, de compañías transnacionales de las cuales citamos como ejemplo a : Squar'D de México, Yamaha, Jhonson & Jhonson, etc. Este tipo de entidades productivas se distingue por su número reducido.

Las empresas de tipo matriz son las mas escasas en la región, 11% éstas por sus características son empresas grandes o medianas, de entre las que podemos mencionar a Notyformas S.A. de C.V. , compañía que se dedica a la transformación del papel con sucursales en diferentes sitios de la República.

SECTOR INDUSTRIAL DE IZTAPALAPA

PERIDO DE INICIO DE OPERACIONES



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SECTOR INDUSTRIAL DE IZTAPALAPA. PERIODO DE INICIO DE OPERACIONES.

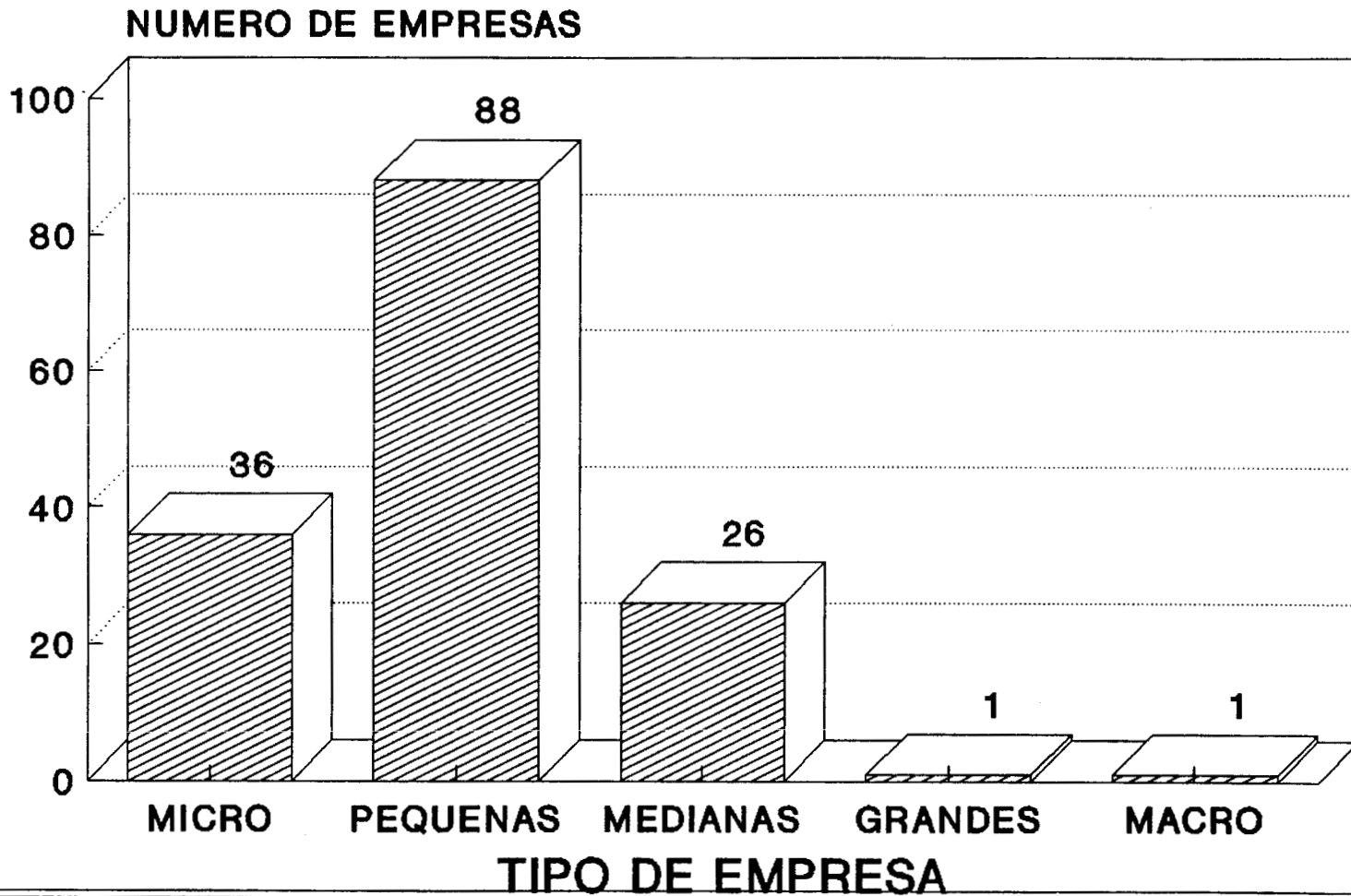
El pueblo de Iztapalapa se caracteriza por ser de los mas antiguos del Valle de México, en el pasado su estructura económica se sustentaba de manera preponderante en la agricultura, sin embargo a partir de la década de los 20's se marca el inicio de la actividad industrial en la región, al establecerse un número mínimo de industrias. Ya para el año 1950 se incrementa de manera considerable la cantidad de organizaciones que inician sus operaciones, este fenómeno de fundación de empresas continúa elevandose hasta 1980, y con ello la población dedicada a la agricultura disminuye.

La creciente institución de entidades productivas en el centro de Iztapalapa, sobre las principales vías de comunicación, se debe a que ahí se cuenta con la infraestructura necesaria que facilita el buen funcionamiento industrial, además de que el costo de los predios era muy económico y había elevada oferta de mano de obra barata procedente del propio lugar y de varios estados de la República.

Finalmente podemos observar que en la década de los 90's cambia de manera radical el porcentaje de empresas que inician operaciones en esta delegación, esto se debe, principalmente, a las actividades que realizan las autoridades oficiales al limitar las zonas industriales, y al aumento de los requisitos para otorgarles las licencias respectivas para el establecimiento de giros mercantiles.

SECTOR INDUSTRIAL DE IZTAPALAPA

CLASIFICACION POR TAMANO DE EMPRESAS

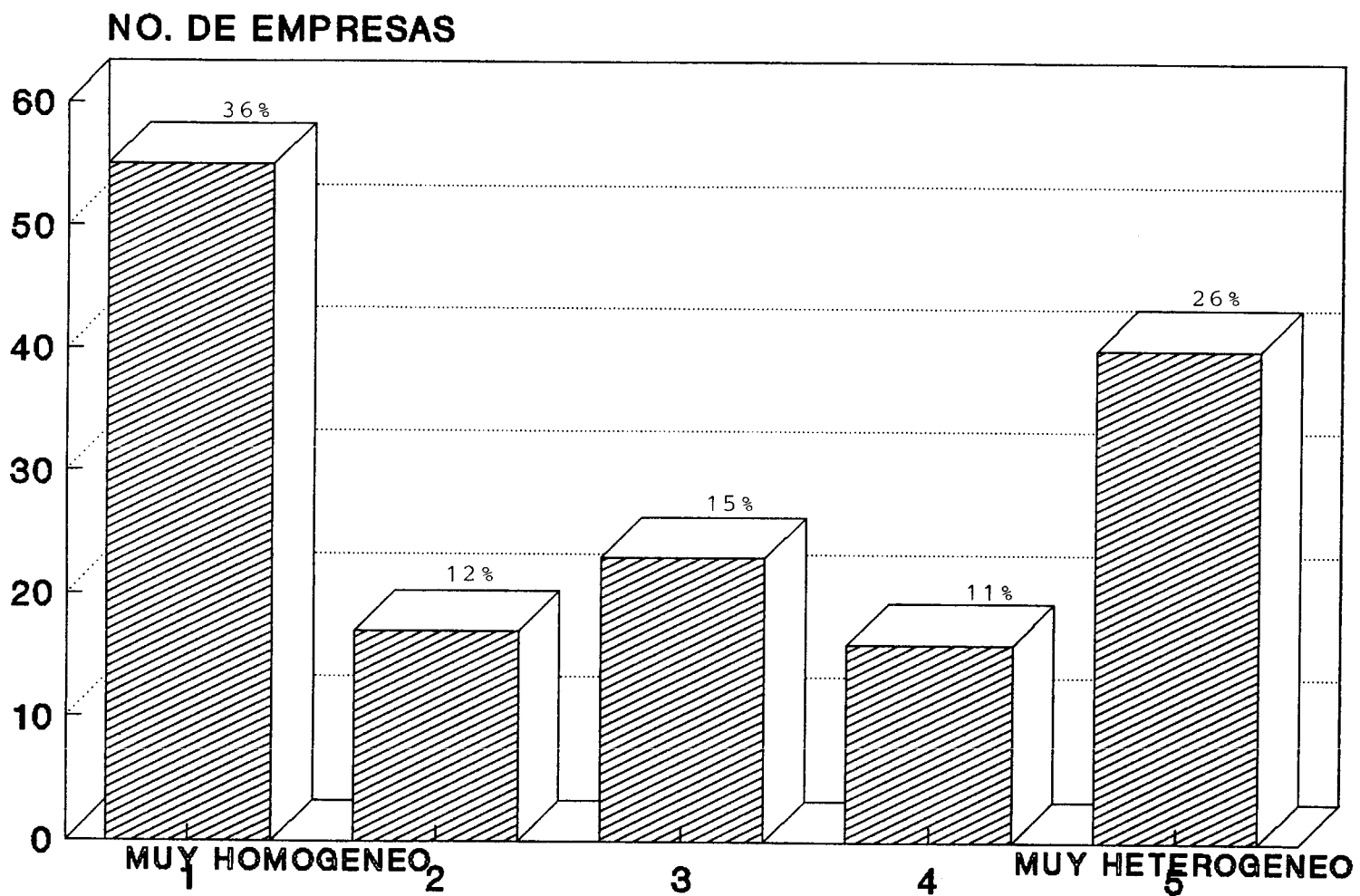


GRAFICA DEL NUMERO DE EMPRESAS POR TAMAÑO ¹⁴

Es claro que el porcentaje mayor de participación por tamaño de empresa en este sector industrial lo ocupa la pequeña, que generalmente se rige por patrones de cultura organizacional del tipo familiar, en seguida se sitúan las microempresas que por su tamaño tan reducido no representan grandes riesgos de competencia para las otras de mayor tamaño, las medianas empresas con mejores probabilidades de posicionamiento en el mercado y por último las grandes empresas que comparten con las macroempresas (sólo una) el liderazgo en el giro industrial al que pertenecen.

¹⁴ Supra muestra de 152 empresas.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO CLASE DE MERCADO



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO. CLASE DE MERCADO.

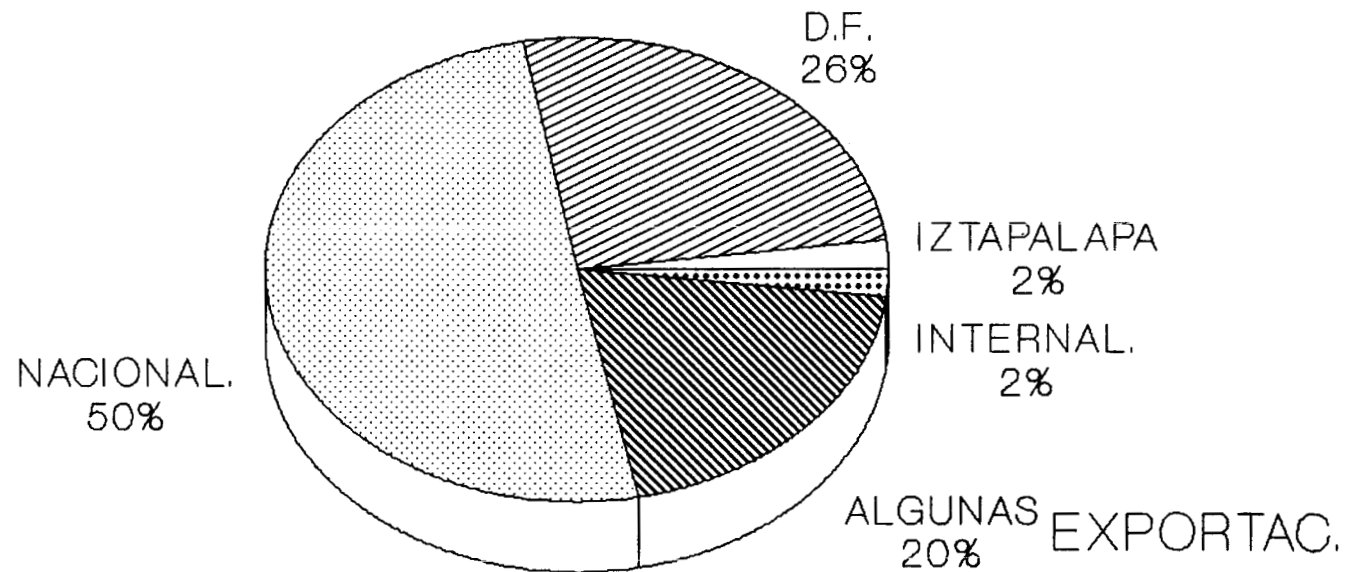
Los mercados, ya sea de consumidores u organizacionales " Estan constituidos por segmentos que no son todos igualmente atractivos a todas las compañías, por ende, éstas deben tratar de identificar los mercados meta o blancos que puedan servir mejor en términos de preferencias del segmento, patrones de la competencia y fortaleza de la compañía ".¹⁵ Con esta segmentación las organizaciones detectan el grado de homogeneidad o heterogeneidad del público al que se dirigen y las oportunidades que se abren a las firmas con un tipo de mercadotecnia específica.

Los mercados homogéneos se caracterizan porque sus consumidores tienen casi las mismas preferencias, esto es, los clientes no tienen predilección por las diferentes marcas existentes ya que las consideran similares, el mayor número (48%) de empresas de Iztapalapa se encamina hacia el mercado de este tipo. En el otro extremo se encuentra el 37% de organizaciones que dirigen sus esfuerzos a satisfacer un segmento de mercado muy heterogéneo, es decir, un mercado con consumidores que demandan productos o servicios con atributos particulares. Aquí se ubican clientes con diferentes características, por ejemplo; Poder adquisitivo, edad, sexo, ocupación, etc.

También existen otras entidades (15%) que se esfuerzan por atender un mercado con clientes de preferencias agrupadas, en esta clase de mercado las empresas atienden a consumidores con preferencias homogéneas y a los que demandan productos o servicios diferenciados.

¹⁵ Kotler Phillip. "Segmentación de mercado y determinación de blancos" en Dirección de Mercadotecnia, Análisis, Planeación y Control. Ed. Diana, 4ta. ed., pp 256.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO. CONTRIBUCION AL TIPO DE SEGMENTO DE MERCADO



SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.

CONTRIBUCION AL TIPO DE SEGMENTO DE MERCADO.

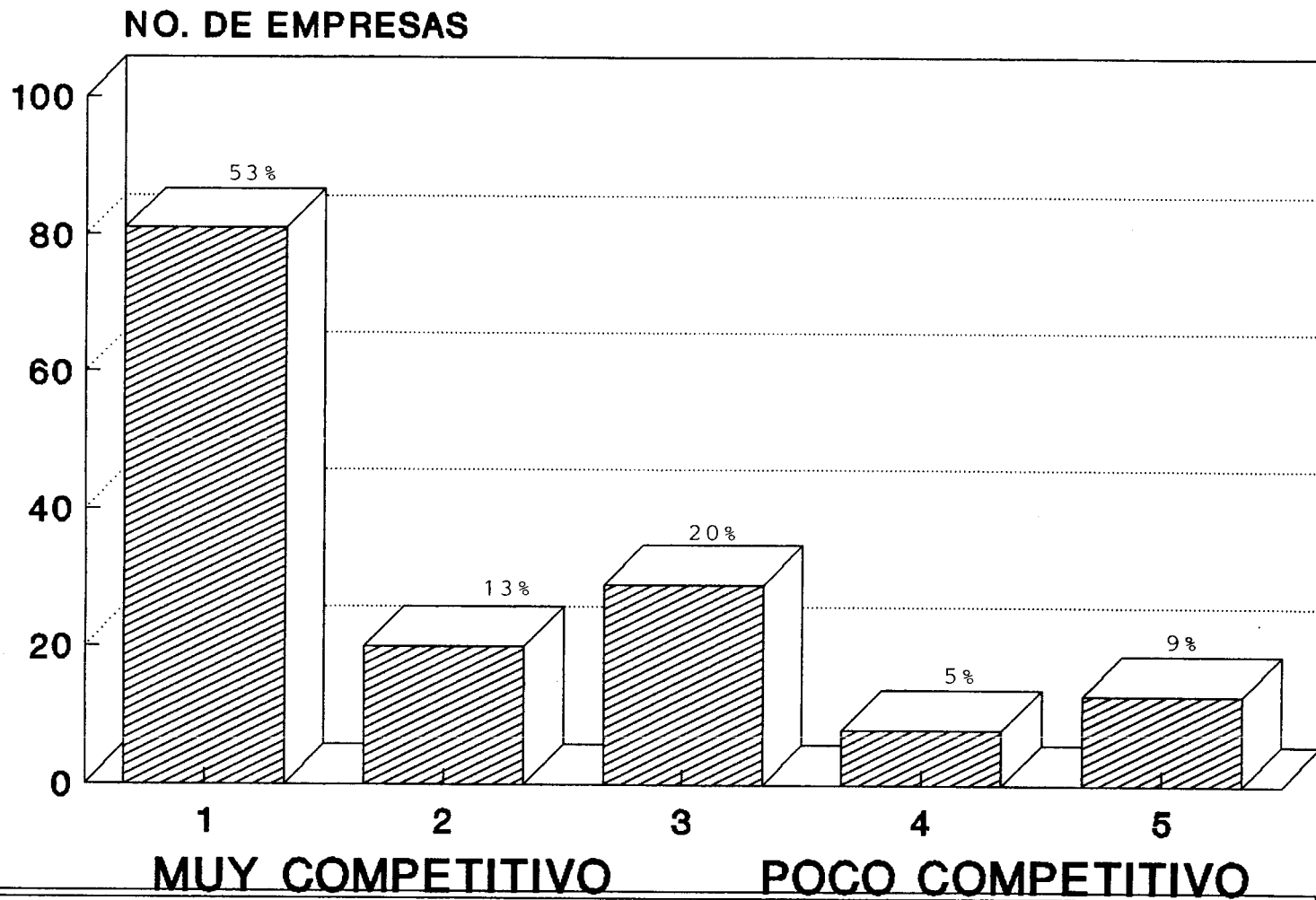
Las empresas se crean con la finalidad de producir bienes o servicios que ayuden al ser humano a cubrir sus necesidades. Sin embargo, como sus posibles clientes son muy numerosos, tienen diferentes gustos, su poder adquisitivo es diferente, y estan esparcidos, se ven en la necesidad de segmentar su mercado o elegir un mercado meta, esto es, deben evaluar, seleccionar y concentrarse en aquellos tipos de mercado al que pueden servir efectivamente, dados sus recursos limitados y la competencia a que se enfrentan. Con la segmentación geográfica, la organización divide al mercado en ubicaciones diferentes; éstas pueden ser naciones, estados, ciudades, zonas, etc.

En las empresas del sector industrial de Iztapalapa se observa la atención a cinco tipos de segmentos de mercado: Se contribuye al mercado nacional con el 50.3% de su producción, esto significa una participación importante de la micro y pequeña empresa al P.I.B. nacional, otro tipo relevante en este sector es el segmento de mercado del D.F. en el que participan con una cuarta parte de su producción (25.8%).

Las Empresas de Iztapalapa producen bienes de alta calidad lo que les permite no solo participar en el mercado nacional, sino tambien en el exterior, esto lo podemos observar en la gráfica donde el 19.9% de la producción se dirige hacia algunas exportaciones y el 2% al mercado internacional.

El 2% restante de la producción industrial se consume dentro de la delegación, este porcentaje es mínimo ya que las empresas no tienen como blanco principal a los consumidores que habitan esta región.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.

COMPETITIVIDAD EN EL MERCADO.

EL medio ambiente externo donde se desenvuelven las organizaciones del sector industrial de Iztapalapa, está compartido por otras empresas nacionales e internacionales de gran tamaño y poder económico, así como de otras de dimensiones similares. Todas ellas se ven afectadas por la constante lucha a que se enfrentan por lograr una mejor posición y participación en el mercado.

Casi todo giro industrial contiene una firma a la que se reconoce como líder del mercado, esta empresa goza de la participación mayoritaria en ventas y de una posición privilegiada en el mismo que le da la posibilidad de ser guía de otras empresas para cambios en precios, intensidad de promoción y publicidad, distribución, etc. Las firmas restantes, que en su mayoría son micro, pequeñas y medianas empresas, lo que las hace sólo seguidoras del líder en su giro respectivo.

El 66% de las organizaciones participan en un mercado muy competitivo (con una gran cantidad de empresas que ofrecen productos y/o servicios similares), lo que las obliga a permanecer en constante vigilancia de sus mas cercanos seguidores y de las maniobras que éstos realizan para contrarrestarlas y con ello garantizar su permanencia en el sector. Debemos recordar que las empresas de iztapalapa dado su tamaño, tienen un bajo poder económico que las hace vulnerables a los embates de grandes compañías.

Otras organizaciones del sector productivo (20%), se desarrollan dentro de un ambiente de regular competencia, y el resto (14%) enfrenta a pocos competidores.

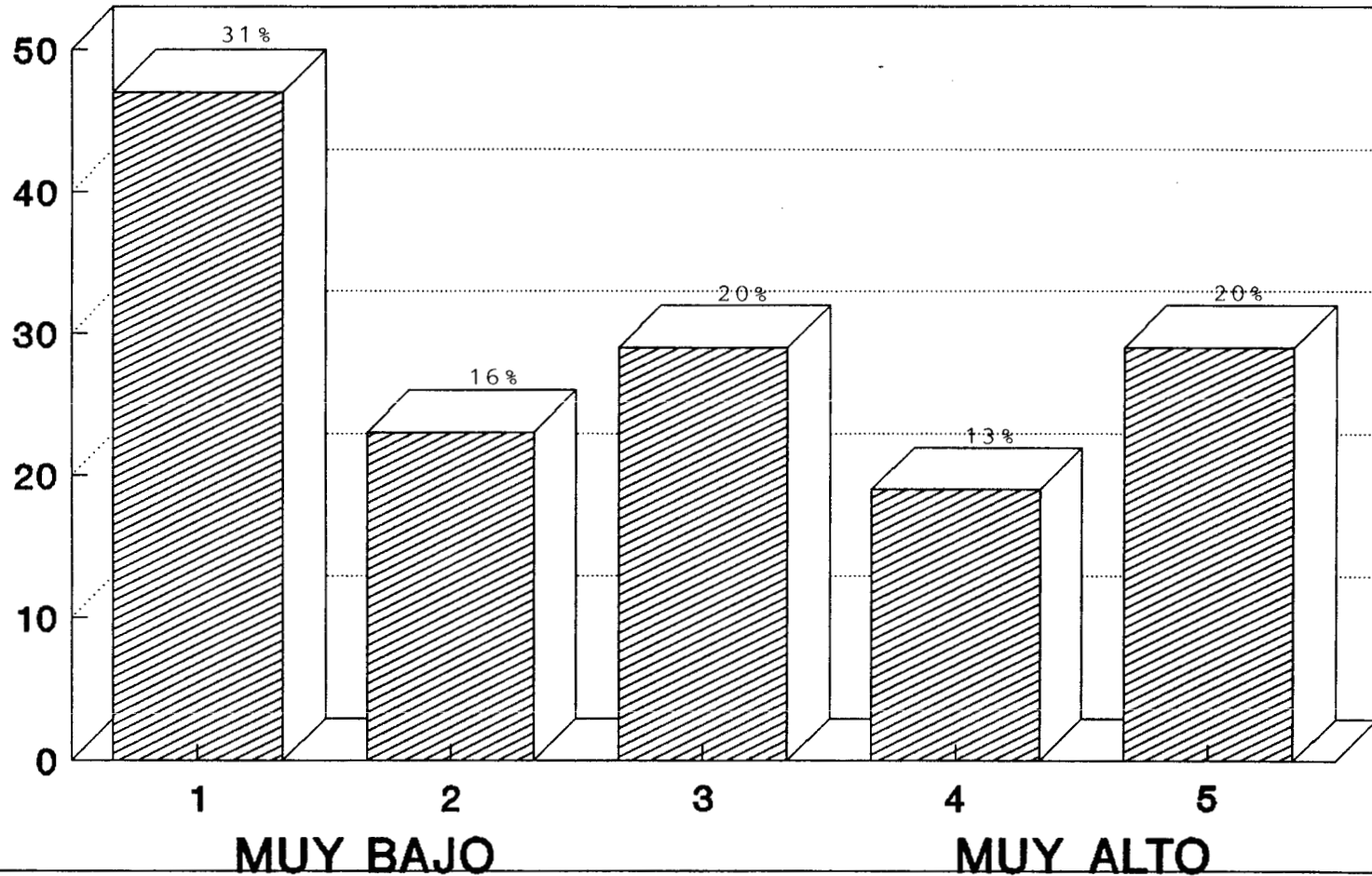
El ambiente competitivo obliga a las organizaciones a emprender acciones a la ofensiva o defensiva para mantener una posición defendible en un determinado sector industrial, y para enfrentarse con éxito a las fuerzas competitivas del mercado que según Porter, son : Poder de negociación de los compradores; Poder de negociación de los proveedores; Productos sustitutos; Competidores potenciales y Posibles competidores.

Las estrategias competitivas genéricas que sugiere Porter para que una empresa alcance el éxito son : Liderazgo en costos, Diferenciación, enfoque o alta segmentación. Estas estrategias para su implementación requieren de diferentes recursos, habilidades, arreglos organizacionales, procedimientos de control, sistemas de incentivos, etc. Es claro que la mayoría de las estrategias que se sugieren para las organizaciones se basan en modelos de grandes empresas, por lo que resulta muy costoso y casi imposible de aplicarlas como tal, a las mas de las empresas de Iztapalapa.

Por otra parte, es importante destacar que la mayoría de los directivos de tales organizaciones carecen de conocimientos de administración suficientes que les ayuden a mejorar sus estrategias competitivas, si las tienen o bien adecuar algunas de las que señala Porter a sus necesidades.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO INDICE DE INNOVACION DE NVOS. PRODUCTOS

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.

INDICE DE INNOVACION DE NUEVOS PRODUCTOS.

La innovación de nuevos productos constituye una fortaleza para las empresas que dedican sus esfuerzos a la creatividad permanente, con esta estrategia el seguidor del líder, puede atacarlo con éxito.

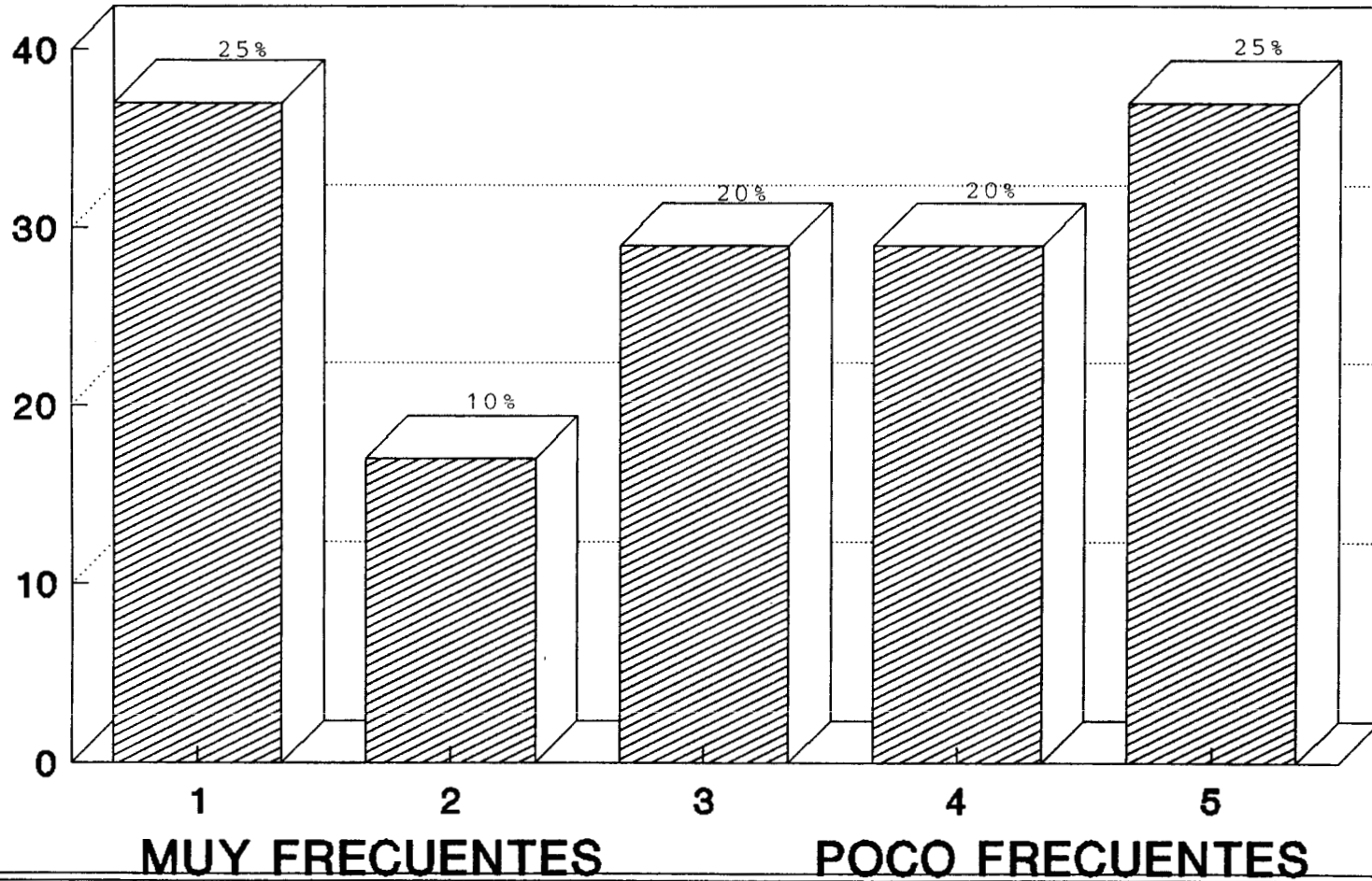
Para lograr la innovación de nuevos productos, mejorar los servicios al cliente, la distribución y disminuir los costos, se necesita de una constante investigación y desarrollo por parte de un departamento especial en las empresas; en nuestro país esta actividad ha tomado poca importancia, hecho que se refleja en el bajo nivel tecnológico alcanzado hasta ahora.

La situación del 48% de las empresas de Iztapalapa, en cuanto al nivel de innovación de nuevos productos, es alto, lo que nos indica que son sólo las medianas y grandes empresas quienes tienen la capacidad económica para dedicar un porcentaje significativo de recursos a la investigación y desarrollo. Podemos observar en la gráfica que el nivel de innovación de nuevos productos en el otro extremo 32% de las organizaciones es muy baja, debido a su tamaño y recursos escasos que no les permite llevar a cabo las investigaciones de mercado necesarias para detectar nuevas exigencias del público consumidor.

Un 20 % más se encuentra en un nivel adecuado en relación a los esfuerzos que realiza para elevar su capacidad en la innovación de nuevos productos, hecho que los coloca en una posición defendible en el sector industrial en que se desenvuelven.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO CAMBIOS EN LA DEMANDA

NO. DE EMPRESAS.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.
CAMBIOS EN LA DEMANDA.

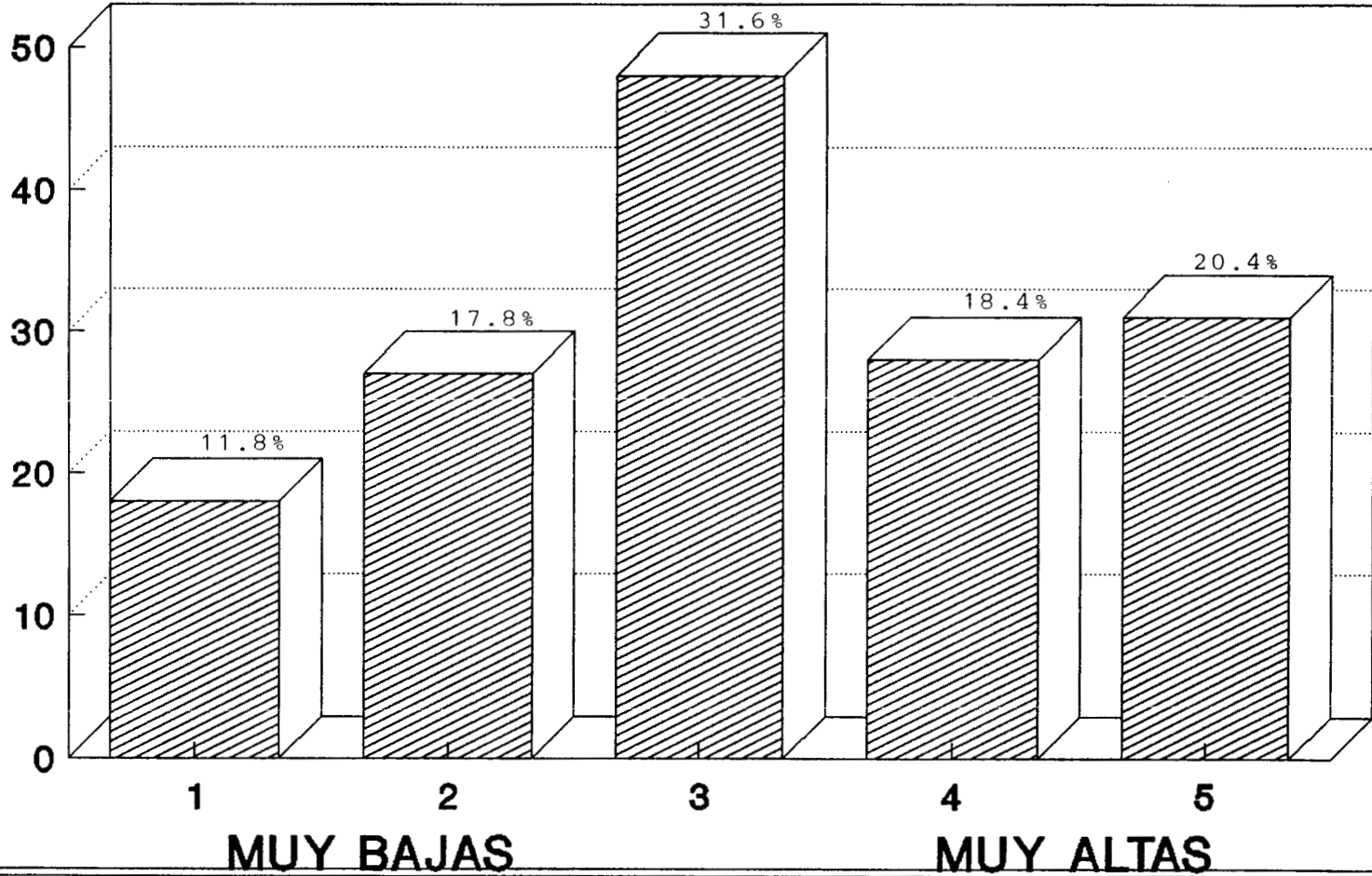
"La demanda de mercado por un producto y/o servicio, es el volumen total que comprará un grupo definido de clientes en una área definida , en un periodo de tiempo definido y en un medio ambiente de mercado definido bajo un programa de mercadotecnia definido".¹⁶ La demanda de la compañía entonces está en función del esfuerzo de la mercadotecnia, del precio y calidad del bien o servicio y de la plaza.

Las organizaciones participantes en la Asociación de Empresarios de Iztapalapa satisfacen una demanda más o menos estable en un 65%, experimentando cambios poco frecuentes, dado que se trata de micro y pequeñas empresas. Estas no tienen gran cantidad de recursos ni capacidad tecnológica que las ayude a incrementar su producción, y en consecuencia su demanda. Sin embargo existen otras entidades (35%) que si experimentan cambios muy frecuentes en su demanda, esto es porque se trata de empresas medianas y grandes que si pueden realizar mayores esfuerzos de mercadotecnia, incrementar su fuerza de ventas, disminuir costos con producción a escala y bajar precios para captar mayor cantidad de demanda.

¹⁶ Op.cit kotler Phillip "Medición y pronóstico de mercado" P g. 267.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO EXPECTATIVAS DE DESARROLLO ECONOMICO

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.

EPECTATIVAS DE DESARROLLO ECONOMICO

En general las organizaciones del sector productivo de Iztapalapa enfrentan diversos problemas de entre los que figuran :

Los económicos, esto es, el hecho de que dichas empresas no cuentan con los recursos financieros suficientes para generar su crecimiento, problema que se incrementa por la falta de solvencia exigida por las instituciones financieras para otorgarles créditos.

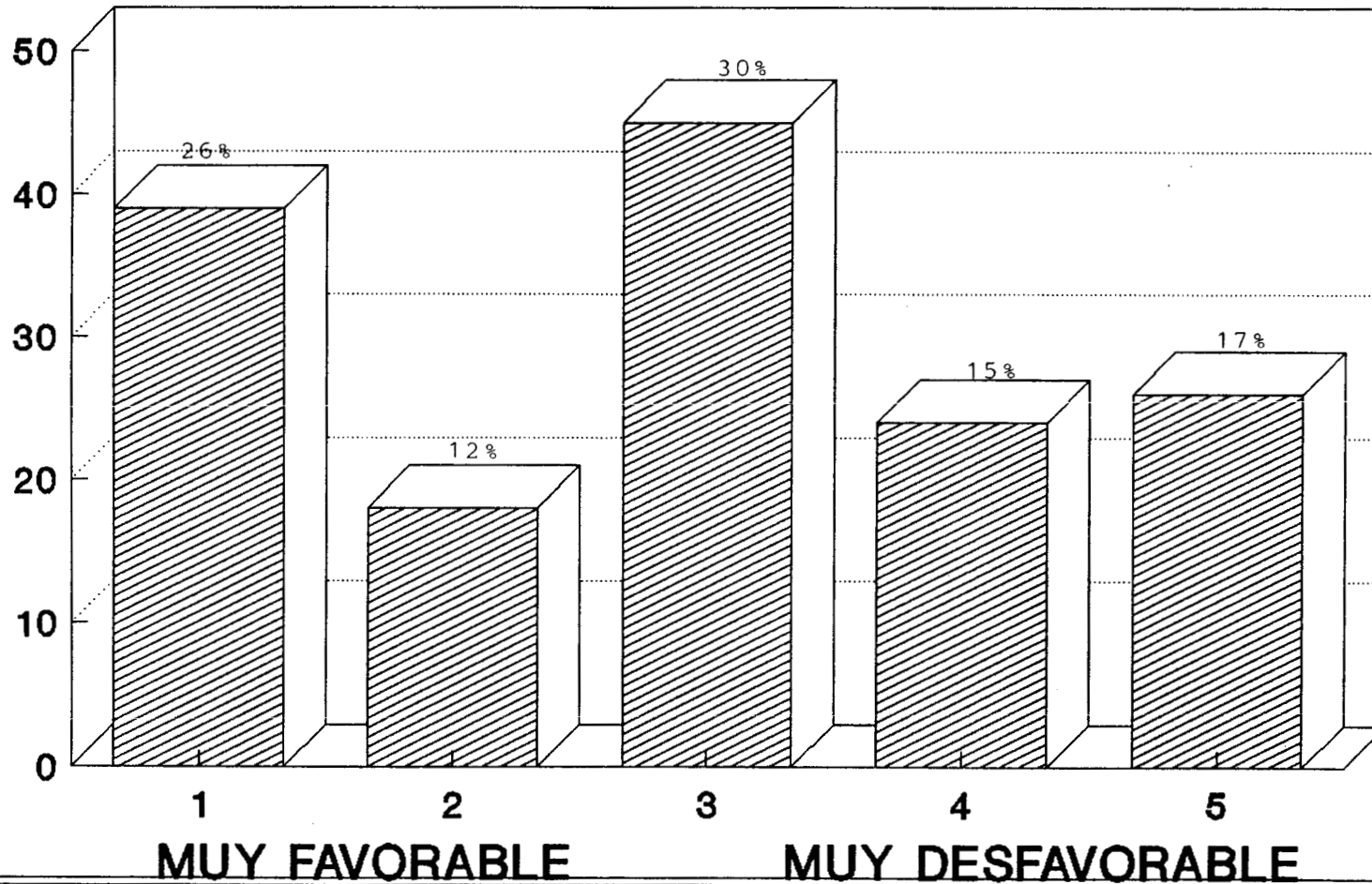
Los estructurales y tecnológicos, que se refieren a deficiencias en su estructura productiva, aunada al atraso tecnológico de los bienes de capital y procesos de producción con que cuentan, lo que los hace incurrir en costos de producción más elevados y menos eficientes.

Las compañías transnacionales son otro factor importante en la economía del país que ejercen presión en base a su poder económico y tecnológico, sobre las nacionales que en su mayoría son micro, pequeñas y medianas empresas.

Las expectativas de desarrollo que auguran los empresarios de Iztapalapa son buenas en promedio, pues un gran porcentaje 31.6% se muestran positivos ante las posibilidades futuras, gracias a su capacidad negociadora para obtener recursos que garanticen su permanencia en el mercado. La mayoría (38.8%) considera que hay muy buenas expectativas, vislumbra un porvenir exitoso, esto puede ser a causa de que algunas son filiales o matrices, o bien cuentan con buena organización dentro de la empresa. Por otro lado el resto de las firmas opinan que sus unidades económicas tienen pocas posibilidades de éxito a futuro, ya sea por el tamaño de sus empresas, la competitividad y/o a su mínima capacidad económica.

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO. EFECTO ANTE LA APERTURA COMERCIAL

NO DE EMPRESAS.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LAS EMPRESAS EN EL MERCADO.

EFECTO ANTE LA APERTURA COMERCIAL.

El mundo se encuentra inmerso en los procesos de globalización e integración económica que inducen a los países a la interdependencia. México no puede ni debe sustraerse a estos cambios, por lo que el gobierno ha optado concertar un Tratado de Libre Comercio (T.L.C.) entre los países norteamericanos (México, E.U.A. Canadá), para resolver los problemas económicos y lograr la incursión de la economía nacional a los mercados internacionales. Las tres naciones en conjunto significan un mercado potencial de 350' millones de consumidores que ofrecen oportunidad de desarrollo económico para nuestro país.

La integración económica en los distintos niveles (comercial, financiero, mano de obra, tecnología e inversión) podrá ser: ...

...« Ventajosa en los grandes flujos internacionales de comercio (Si los sectores productivos de la sociedad mexicana tienen la capacidad de responder con eficiencia, elevada calidad y un alto nivel de productividad) a los cambios que operan en la economía internacional (además del) ... uso eficiente ...de los recursos...»¹⁷

Algunos empresarios de las unidades económicas del sector empresarial de iztapalapa (37.5%) opinan que la apertura comercial traerá efectos muy favorables para la economía nacional y para sus propias empresas, ya que se beneficiarán con las inversiones extranjeras para fortalecer sus negocios, así mismo, con la apertura comercial, se logrará eliminar barreras al comercio exterior, para elevar las exportaciones que por el momento son mínimas debido al proteccionismo de E.U. y por la discriminación a las mercancías nacionales en el exterior.

¹⁷ Rubio F. Luis, et. al "La acción gubernamental competitividad con equidad", en El Acuerdo de libre Comercio M xico -E.U. Alternativas para el futuro. Camino para fortalecer la soberanía.

Piensan que con el TLC habrá grandes ventajas para México, como el mejoramiento de los niveles de producción y comercio, los de inversión para incentivar a la industria y hacer más productiva y eficiente la economía nacional, evento que conlleva al mejoramiento del nivel de vida de la población.

Los directivos de las empresas están conscientes que para lograr el éxito y no perecer ante la competencia de las entidades extranjeras, deberán organizar a los factores de la producción; hacer consciente y responsable a la mano de obra de su importante participación en el proceso productivo; asignar de manera eficiente los recursos naturales, que en México son abundantes; aprovechar la accesibilidad a la transferencia de tecnología que se suscitará con el Tratado de Libre Comercio.

Un 30% de organizaciones se inclina por considerar la apertura comercial en un plano medio debido a la heterogeneidad del sector productivo nacional. Este tipo de empresas son más cautelosas para analizar las oportunidades o desventajas que implica un TLC de un país (México) que históricamente se ha subordinado al otro (E.U.) y que además tiene grandes diferencias tecnológicas, económicas, culturales, etc. para afirmar si la apertura comercial es favorable o no.

En cuanto al nivel tecnológico, nuestro país desde el pasado ha mantenido una interdependencia con E.U. que " Con la importación de bienes de capital y de tecnología desarrollada en ese país, ha limitado el desarrollo tecnológico propio, además de la carencia de recursos económicos para la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías... adecuado a las condiciones sociales de la población y del país ..."¹⁸ A pesar de ello, con la transferencia de tecnología al país también se podrán importar junto con ésta *los secretos de los procesos industriales.*

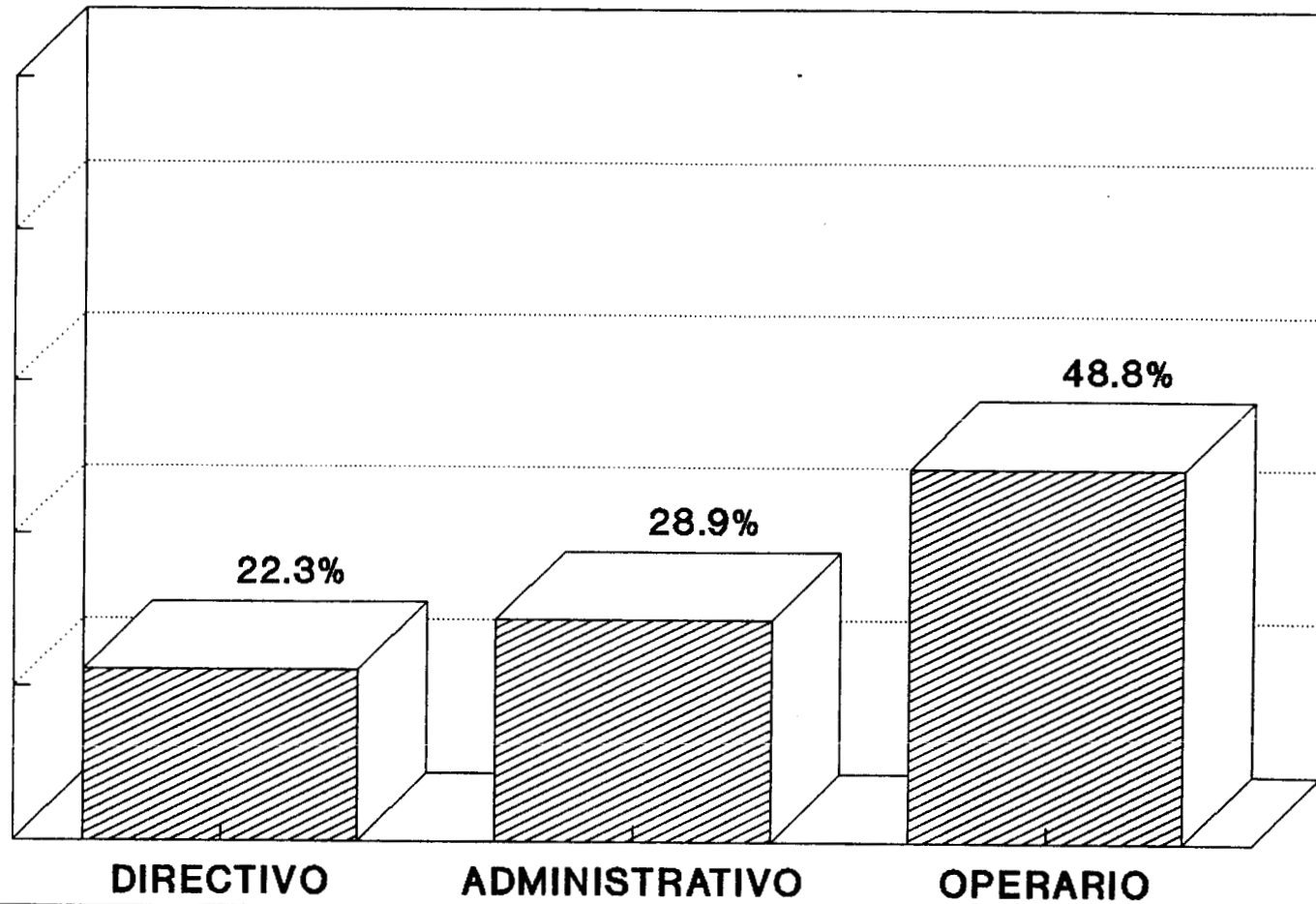
¹⁸ Op. cit. Caballero Urdiales Emilio. "El Tratado de Libre Comercio, México, E.U., Canadá". Vol. 1 Fac. Economía UNAM, México 1991. p.2.

El 32.5% restante vislumbra⁵⁶ la apertura comercial como muy desfavorable, esto se debe al tamaño ya que esto le impedirá competir con otras que tienen escalas de producción mayores, luego entonces, « La apertura comercial será comandada por las grandes empresas con la subordinación de las pequeñas y medianas, que en México son más del 85% »...¹⁹

¹⁹ Op. cit Caballero Urdiales Emilio "Los efectos de la apertura comercial de México" pag 29.

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS PORCENTAJE DE ROTACION DEL PERSONAL

PORCENTAJE



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.⁵⁸ PORCENTAJE DE ROTACION DE PERSONAL.

Todas las organizaciones son unidades sociales creadas por el hombre con el fin de alcanzar objetivos especificos, para ello cuentan con tres tipos de recursos: Los materiales que se refieren a dinero, materias primas, equipos, etc.; Los técnicos, que son los instructivos, procedimientos, etc.; Y los recursos humanos que con su esfuerzo, conocimientos, experiencia, habilidades, actitudes, etc. contribuyen de manera conjunta a la consecución de dichos objetivos.

Las entidades económicas tienen una estructura organizacional que les permite un mejor funcionamiento; dentro de éstas existen varios niveles de jerarquía entre los que tenemos:

Nivel Directivo.- Compuesto por los dirigentes, dueños o socios de las compañías que constituyen la cúpula del poder organizacional.

Nivel Administrativo.- Corresponde a los mandos medios quienes tienen la obligación de ser los intermediarios entre la cúspide y la base.

Nivel Operativo.- Constituido por la mayoría del personal que labora dentro de la organización y que realiza actividades de tipo manual de acuerdo a un trabajo subordinado en donde no tiene amplias posibilidades de tomar decisiones.

La rotación de personal se refiere a la posibilidad de cambiar de empleados.

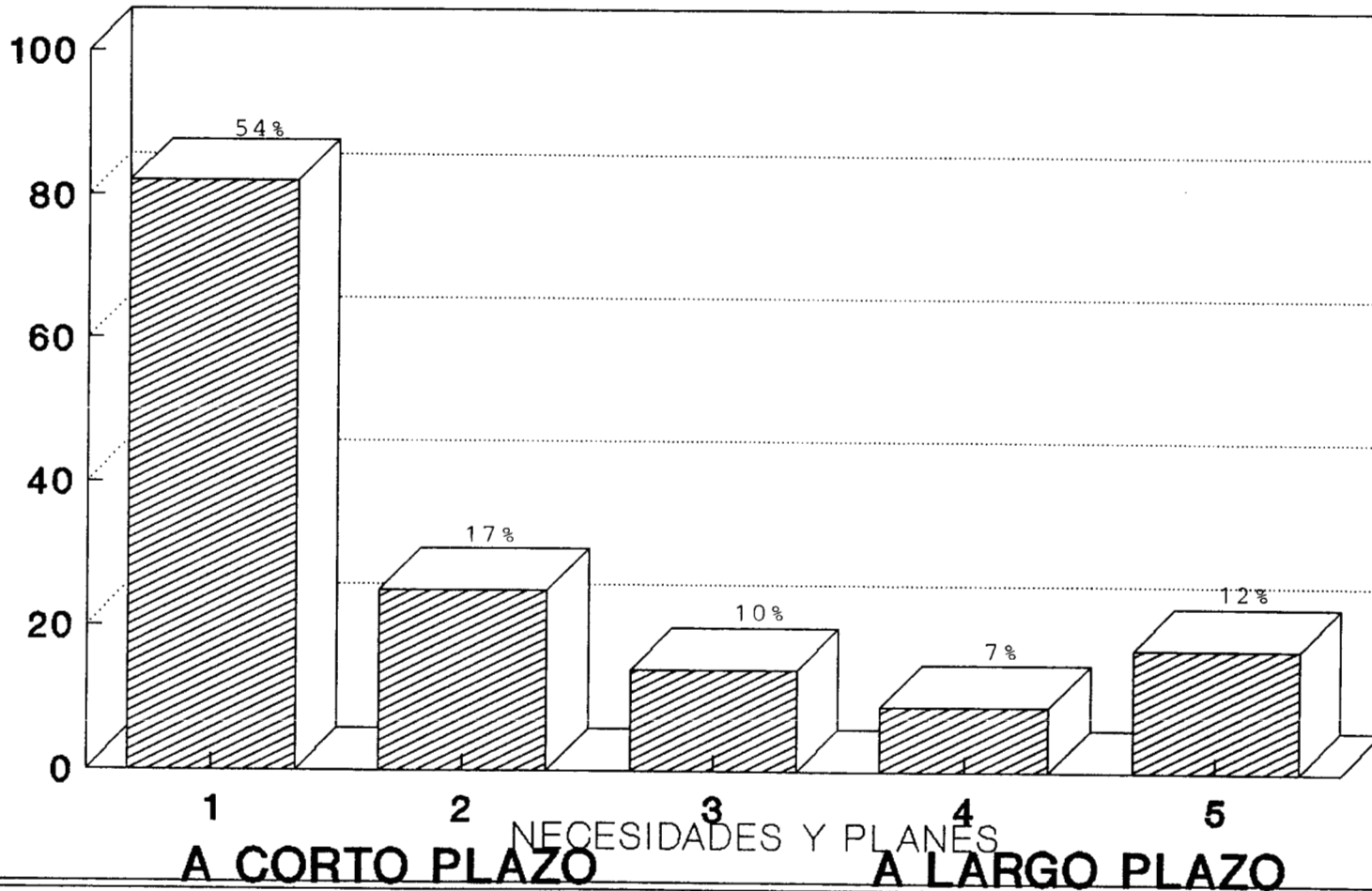
De los resultados obtenidos en la muestra, se observa que el nivel operativo es el que presenta la mayor movilidad (48.8%), esto puede deberse tal vez por la insatisfacción en el trabajo, por la falta de motivación, por la falta de prestaciones, la cultura de los trabajadores, etc. Esto último debido a que en muchos lugares (pueblos) de Iztapalapa se tiene gran arraigo por las costumbres religiosas, las cuales se celebran generalmente en días laborales, por ende, se contraponen las expectativas de los empresarios con las de los trabajadores, lo que ocasiona que estos últimos en ocasiones abandonen sus empleos.

El nivel administrativo presenta una rotación menor que la del nivel operativo (28.9%), ya que tiene la capacidad de tomar decisiones para la organización de su propio trabajo y el de sus subordinados, aunque al igual que en el nivel operativo existen factores importantes que influyen en la permanencia del personal dentro de la empresa.

El personal directivo presenta un nivel de rotación del 22.3% ya que este grupo tiende a permanecer por mayor tiempo dentro de las organizaciones, como mencionamos anteriormente éstos son al mismo tiempo dueños o accionistas.

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS PLANEACION DE RECURSOS HUMANOS

NO. DE EMPRESAS.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

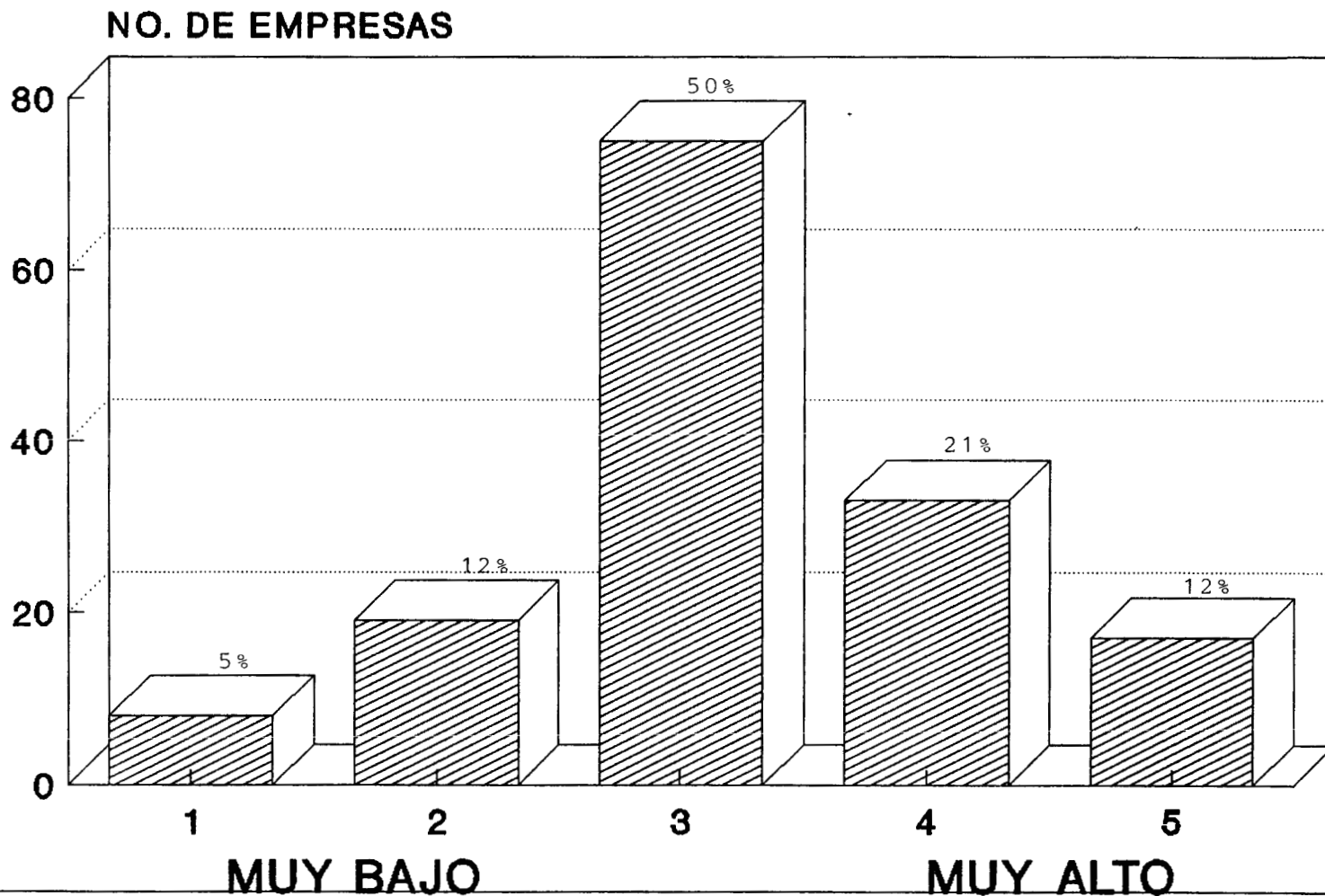
SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.
PLANEACION DE RECURSOS HUMANOS.

El mundo se encuentra en constante cambio, día tras día surgen nuevos productos y nuevas técnicas que requieren de fuerza de trabajo especializada. Por ende, las organizaciones requieren de la planeación de los recursos humanos para poder hacer frente a los aspectos futuros; esta planeación se hace en base a las metas, pronósticos de ventas, proyecciones de necesidades tecnológicas, etc. De esta manera las organizaciones podrán determinar la calidad, el número de los recursos humanos, así como asignar recursos para la capacitación y desarrollo de personal que labora dentro de la organización.

La mayoría de las empresas del sector productivo de Iztapalapa solo planea los recursos humanos a corto plazo, es decir únicamente se preocupa por cubrir las necesidades de personal que se presentan de manera inmediata (cubrir las vacantes que se van generando) sin tomar en cuenta las necesidades futuras, esto se debe por lo general a que las personas encargadas de los departamentos de personal carecen de conocimientos administrativos o correspondientes a esta área. Así como también se carece de recursos económicos para realizar este tipo de actividades.

En el otro extremo encontramos a una minoría de las empresas que sí se preocupan por preveer el futuro y planean sus recursos humanos, pero debemos recordar que éstas en su mayoría son medianas o grandes con un poder económico que les permite realizar la investigación de las condiciones externas e internas que constituyen las fuentes de la planeación.

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS NIVEL DE SATISFACCION DE LOS EMPLEADOS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.
NIVEL DE SATISFACCION DE LOS EMPLEADOS.

El porvenir de las organizaciones depende en gran medida de la capacidad y desempeño de los recursos humanos con que cuentan, es por ello que deben motivar a sus empleados para tratar de influir sobre sus conductas y así lograr los objetivos organizacionales.

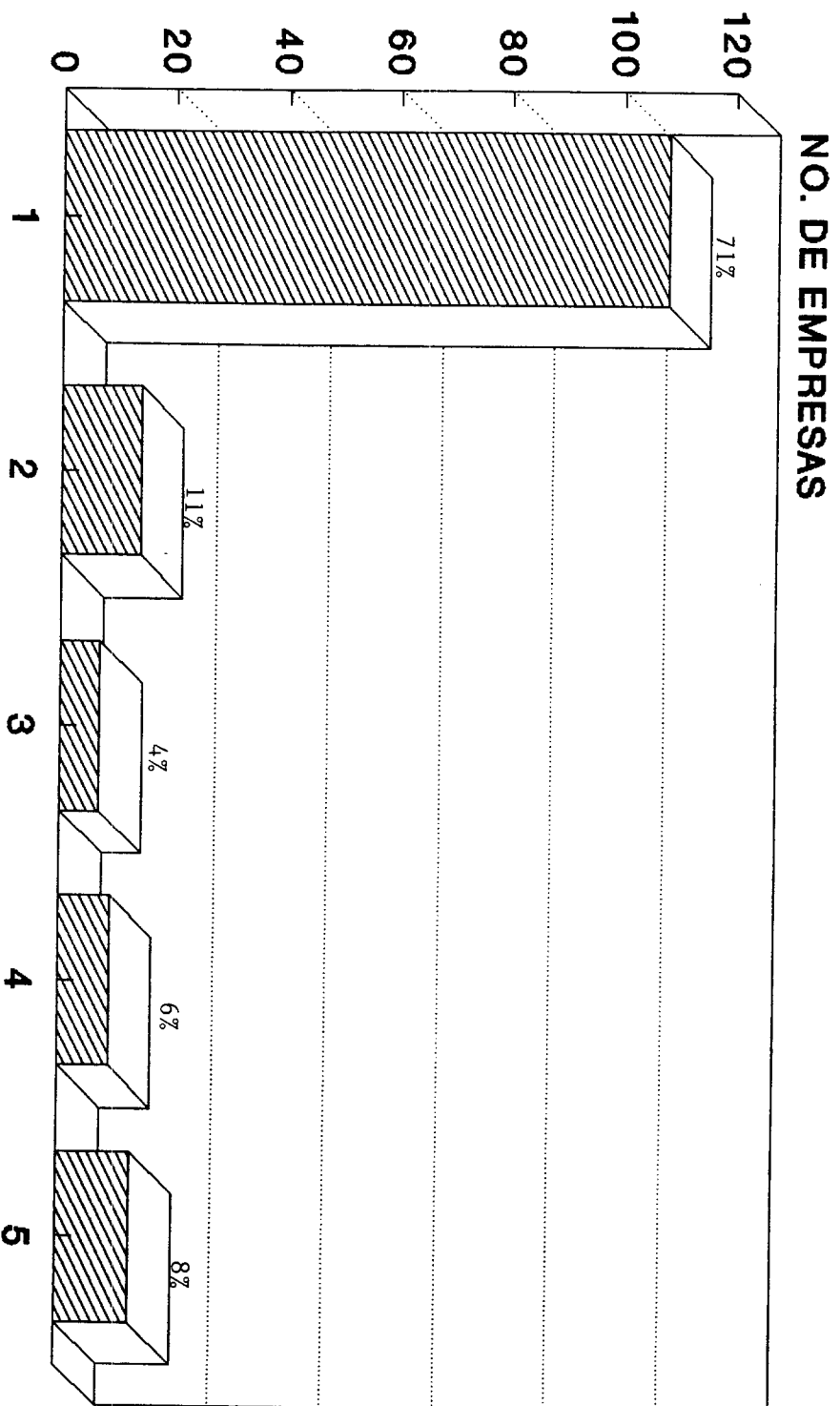
Los trabajadores que participan dentro de las organizaciones estan satisfechos si logran identificarse plenamente con la empresa y con el puesto que desempeñan, además cuando la motivación es efectiva los individuos unen sus mayores esfuerzos con los conocimientos de la administración, en beneficio propio, de la sociedad y del capital.

En esta gráfica podemos observar que el 50% de las unidades productivas hacen especial esfuerzo por cumplir con las demandas del personal para mantenerlo satisfecho, obteniendo con ello su disposición hacia el trabajo y la reducción considerable de rotación.

El personal que presta sus servicios en empresas de mayor tamaño y poder económico (33%) alcanza un nivel más elevado de satisfacción en el trabajo, ya que esas compañías estan en posición de brindarles sueldos y salarios adecuados así como buenas prestaciones y reconocimientos personales.

El nivel de satisfacción de las empleados del resto de las entidades económicas, es muy bajo lo cual indica que esas organizaciones no tienen los conocimientos, ni los recursos necesarios para satisfacer las demandas de sus integrantes.

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION EN LAS EMPRESAS



MUY IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.
IMPORTANCIA DE LA CAPACITACION EN LAS EMPRESAS.

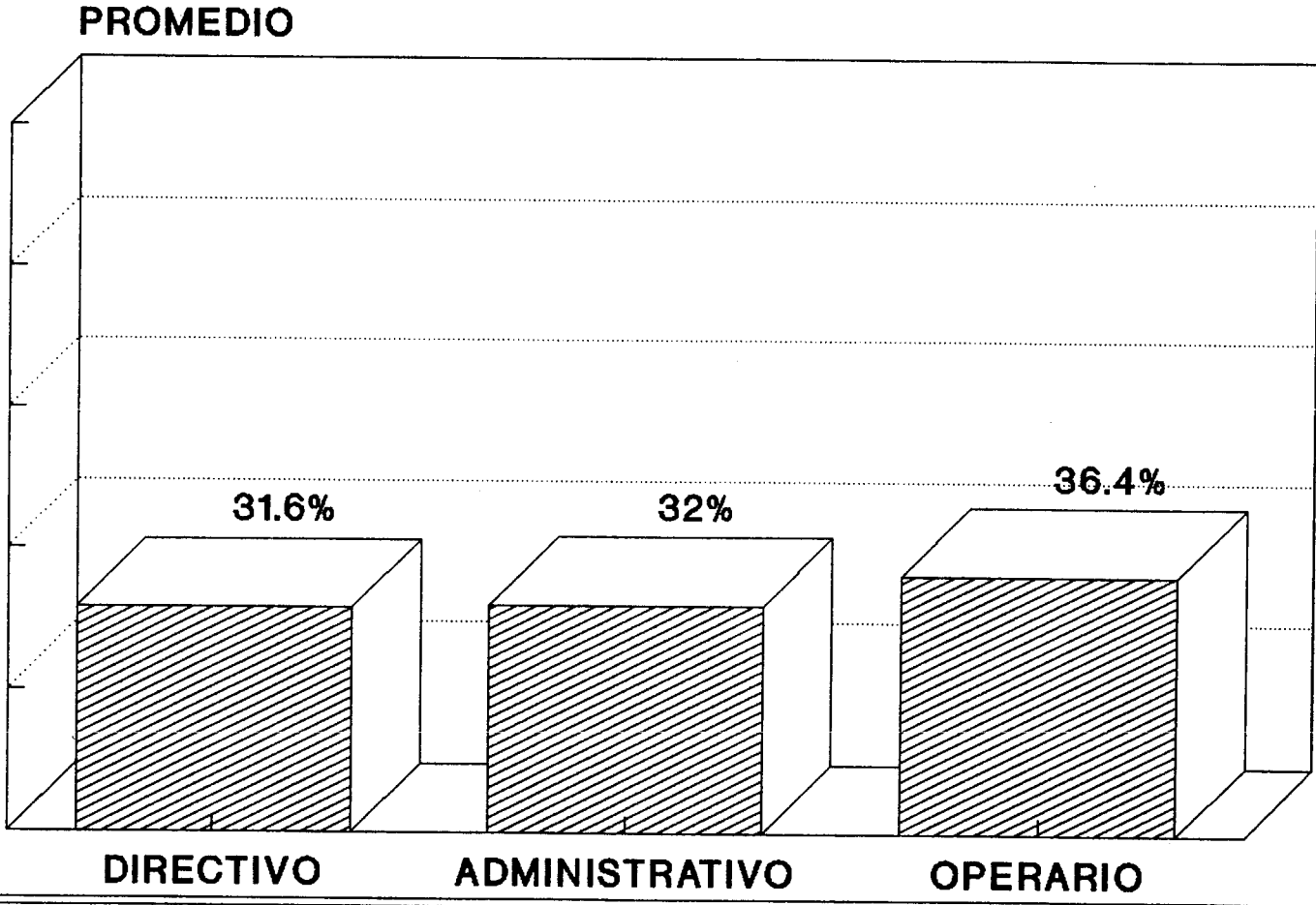
Las empresas en su mayoría son poseedoras de bienes de capital provenientes de países altamente industrializados, esto implica la necesidad de que quienes participan en el proceso de producción desarrollen conocimientos y habilidades que les permitan el manejo eficiente de los implementos de trabajo así como las técnicas.

La capacitación adquiere un valor importante para el factor humano, la organización y el país. Para las personas significa la posibilidad de incrementar su ingreso a través de su alto nivel de preparación. Para las organizaciones el capacitar a sus integrantes les beneficia ya que de esta manera podrán incrementar la productividad, utilizando óptimamente los recursos materiales, humanos y financieros lo que les producirá un mayor margen de utilidad.

Con la capacitación nuestro país se beneficia en el sentido de que contará con mayor número de personas altamente calificadas que eleven la productividad y calidad de los bienes y servicios que se producen en todos los sectores de la economía, para así ser competitivo en el mercado internacional.

Es por ello que la mayoría de las empresas de esta entidad considera muy importante la capacitación, aunque algunas solo lo toman como un requisito que exige la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, basada en la Ley Federal del Trabajo, pues su capacidad económica los limita en la adquisición de tecnología de vanguardia.

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS PORCENTAJE DE CAPACITACION POR NIVEL JERARQUICO



67

SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.
 PORCENTAJE DE CAPACITACION POR NIVEL JERARQUICO.

El factor humano juega un papel muy importante en el desarrollo de las organizaciones, es por ello que los empresarios de Iztapalapa ponen especial atención en el entrenamiento, capacitación y desarrollo de su personal. Generalmente las empresas presentan una estructura piramidal donde existen 3 niveles jerárquicos:

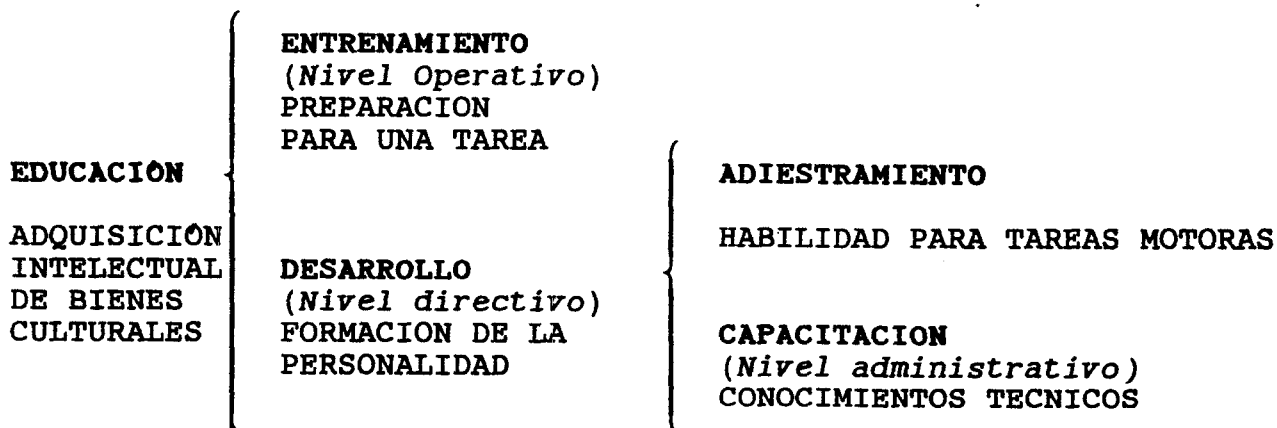
La base o nivel operativo, integrado por el mayor número de personas dentro de las firmas, con un 36.4% de entrenamiento que consiste en proporcionar a los obreros destreza en habilidades adquiridas.

La capacitación del nivel de mando intermedio o personal administrativo es de 32%, al cual se le brinda atención para que adquiera los conocimientos técnicos, científicos y administrativos necesarios para elevar su propio desempeño y el de la base.

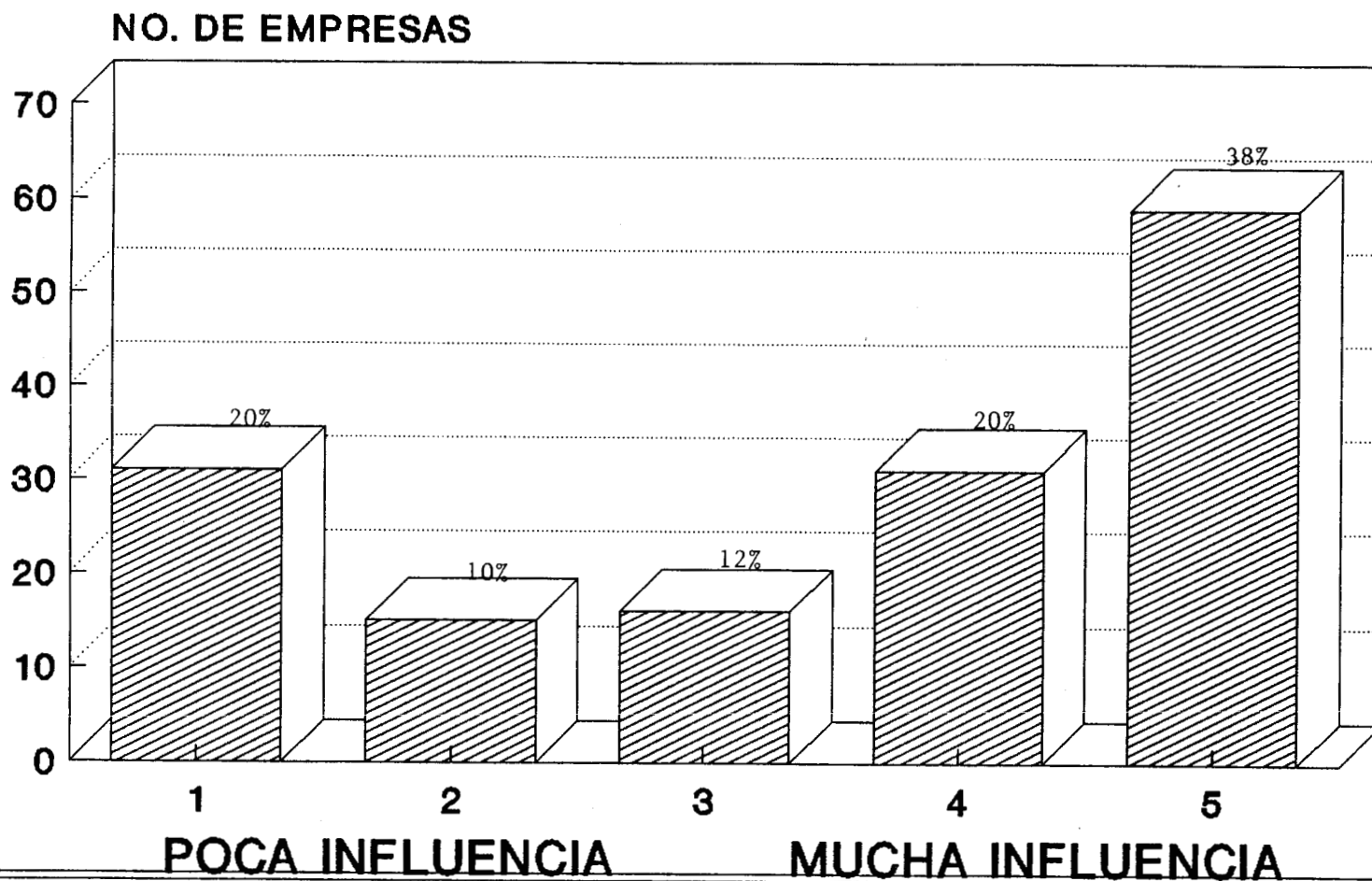
En la cúspide está ubicado el personal directivo, el cual tomará las decisiones estratégicas con el objeto de lograr la permanencia de cada organización, por esta razón los empresarios estiman que al nivel directivo debe ofrecerse un 31.6% de desarrollo integral.

Como pudimos observar, a los tres niveles jerárquicos se les brinda capacitación en la misma proporción, esto quiere decir que a los empresarios les interesa el bienestar y acrecentamiento de los integrantes de sus empresas.

CUADRO No. 1 ²⁰



SITUACION DE LOS RECURSOS HUMANOS INFLUENCIA DE LOS ASPECTOS CULTURALES EN EL DESEMPEÑO LABORAL



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

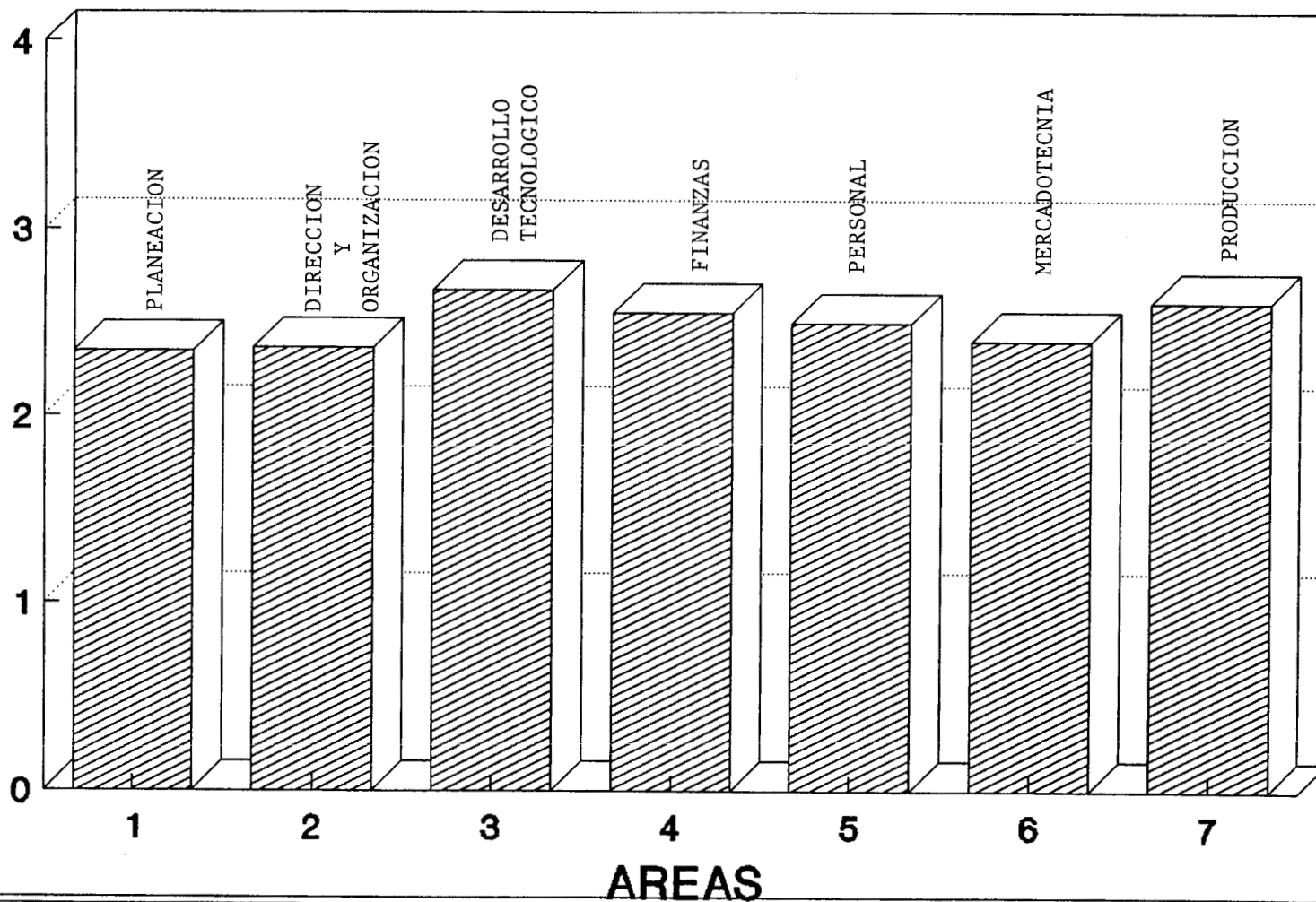
Como se mencionó al principio de esta investigación, Iztapalapa tiene una amplia historia, lo cual implica que sus pobladores se encuentren arraigados a una serie de costumbres y tradiciones que se van heredando generación tras generación, por ejemplo; la tradicional ceremonia de las tres caídas en Semana Santa, la ceremonia de encendido del Fuego Nuevo, las ofrendas a la Virgen de Guadalupe, etc. lo que a su vez une los lazos familiares entre los habitantes de esta zona y les proporciona identidad nacional.

Una gran parte de los empresarios (70%) coincidió en que estos aspectos culturales han influido en gran parte el desempeño laboral de sus trabajadores, por lo cual se han preocupado en tomarlos en cuenta, ya que en muchas de estas organizaciones se festejan conjuntamente algunas fechas como un estímulo o motivación que se le dá al trabajador.

Un 30% de las empresas manifestó que existe poca influencia de los aspectos culturales en el desempeño laboral, ésto puede deberse a que estas organizaciones son de reciente apertura y aún no se ubican en el contexto cultural que existe en el lugar, o bién, son entidades medianas en las cuales la dirección le dá mínima importancia a la cultura de sus integrantes o la minoría de éstos son habitantes de Iztapalapa.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS

PROMEDIO.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

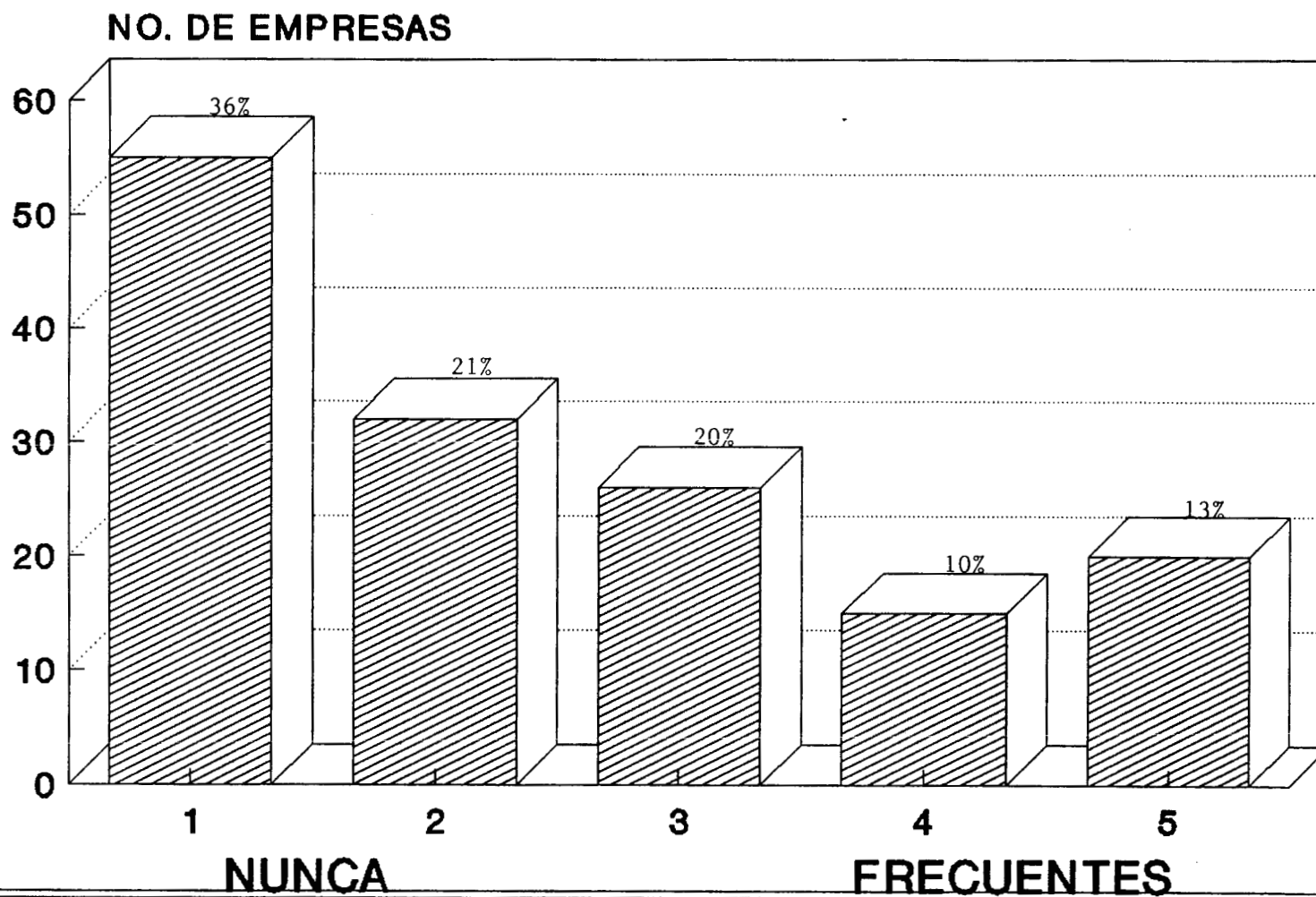
El mundo día con día va cambiando, es por ello la importancia de que las empresas como entidades económicas se mantengan a la vanguardia en todos los aspectos, una forma de lograrlo es mediante la asesoría de personas expertas en cada rama.

Dentro del sector industrial de Iztapalapa se encuentra un organismo muy importante que es la Asociación de Empresarios, la cual constantemente ofrece a sus socios asesorías y capacitación en las diferentes áreas y procesos productivos. Así como también existen diferentes buffettes o empresas que se encargan exclusivamente de estas actividades.

A pesar de éllo, podemos observar que dentro de este sector existen muy pocas empresas en las que sus directivos se preocupan por asesorarse y/o hacerse allegar de personas expertas, ésto como se ha expuesto anteriormente, es a causa del tipo de empresas existentes, por su dimensión y el hecho de que sus directivos son los propios dueños en muchas de ellas.

Percibimos que dentro de las diferentes áreas los intereses de los empresarios se inclinan mas por el desarrollo tecnológico, la producción y las finanzas, ya que son en éstas en donde se reciben con mayor frecuencia asesorias externas.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE PLANEACION.



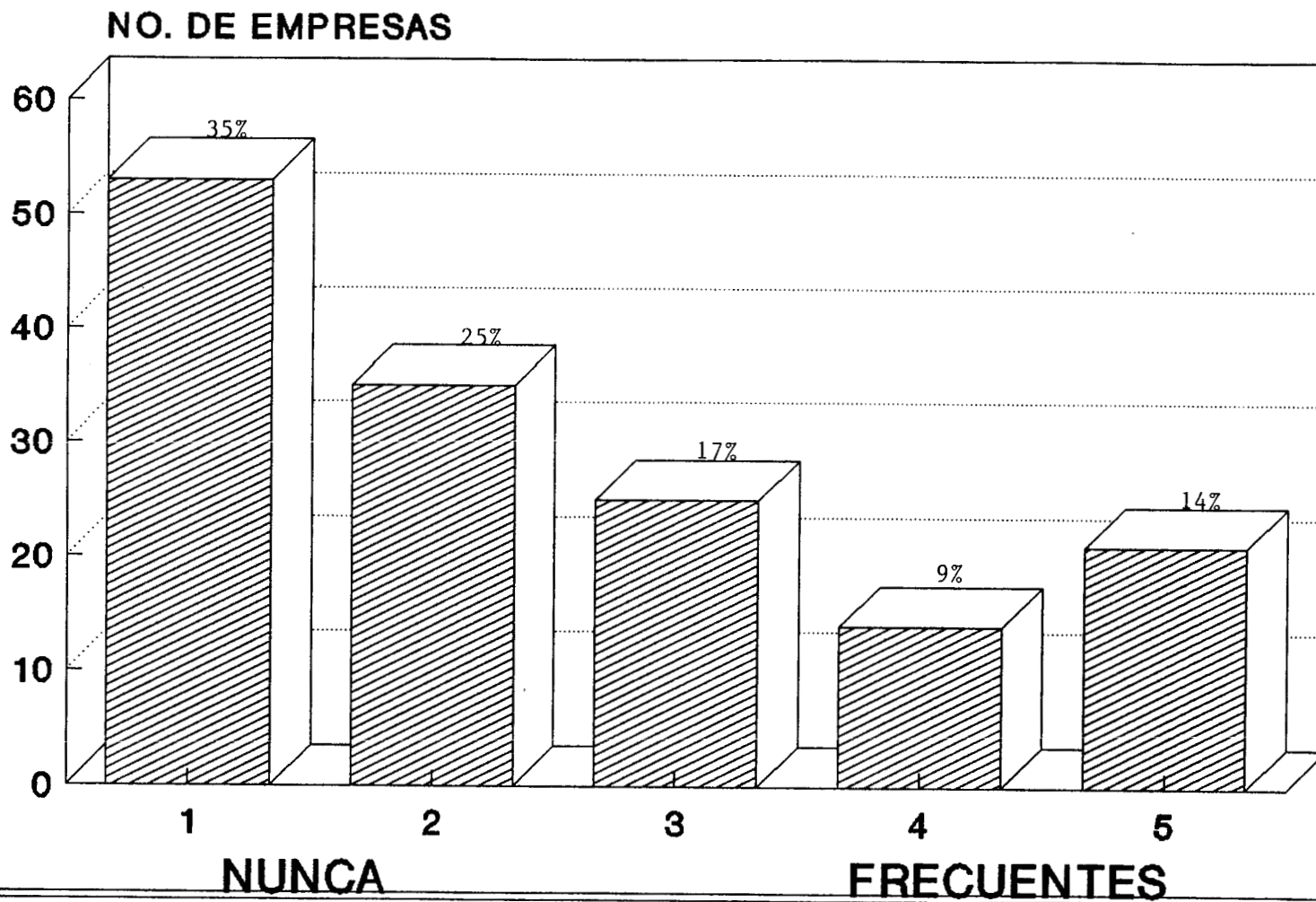
FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.
PLANEACION.

Una de las partes mas importantes para llevar a cabo el proceso administrativo es la planeación; ya que mediante ésta se aclaran objetivos, fijan metas, se establecen políticas y métodos estándar para guiar a los subordinados, se desarrollan estrategias y programas para mantener todos los recursos con los que cuenta la empresa orientados hacia los objetivos finales. Así mismo, una buena planeación conjunta con los demas procesos administrativos facilita la toma de decisiones.

Mediante la gráfica, podemos observar que en las empresas de Iztapalapa un 57% de éstas, casi nunca o nunca reciben asesorías externas en esta área, ésto puede ser causa del tamaño y tipo de empresas que en ese sector dominan, ya que estos cursos resultan fuera de su alcance o fuera de la visión de sus directivos que posiblemente se preocupan mas por llevar una producción, ventas, etc. basándose únicamente en su experiencia o intuición dejando a un lado este tipo de asesorías.

El 23% opta por allegarse con frecuencia de estas asesorías y el 20% restante sólo en algunas ocasiones se asesora en este rubro.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE DIRECCION Y ORGANIZACION



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.

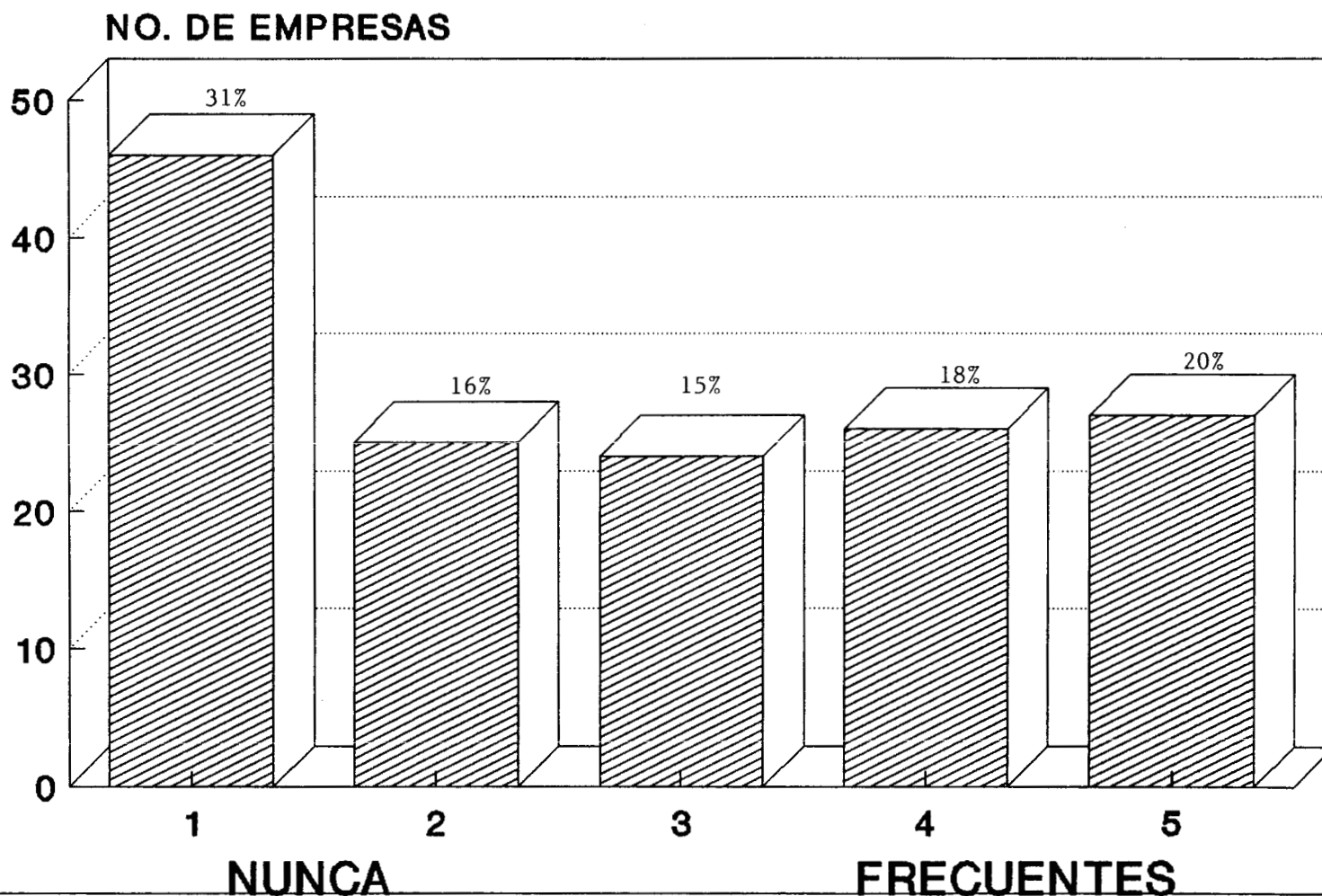
DIRECCION Y ORGANIZACION.

La Dirección y Organización son parte esencial en el proceso administrativo, ya que permite, mediante los grupos formales, asignar las diferentes tareas a los subordinados y coordinar sus esfuerzos, aunque no debemos olvidar que los grupos informales tienen vital importancia sobre la forma en que las personas responden a esta acción administrativa. Al organizar y dirigir se debe buscar la forma de lograr que se efectúe el trabajo necesario, al mismo tiempo que se constituye una estructura social que ayude a satisfacer las necesidades de las personas que hacen el trabajo y por ende las de las empresas.

Podemos observar dentro de las empresas encuestadas que sólo el 23% se asesoraron frecuentemente en estos aspectos, debido a que sus dirigentes se preocupan por tener una buena organización dentro de sus empresas. Un 17% toman ocasionalmente este tipo de asesorías.

La mayor parte de las compañías (60%) casi nunca, o nunca, reciben este tipo de asesorías, a pesar de reconocer que son muy importantes, ésto se debe a que en muchas de las empresas los dueños son los que las dirigen, ello ocasiona que en determinado momento desconfíen o no acepten que personas ajenas a ésta tomen el puesto que a ellos corresponde, sin darse cuenta que en muchas de estas firmas lo que hace falta es una buena organización.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE DESARROLLO TECNOLOGICO



FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.
DESARROLLO TECNOLÓGICO.

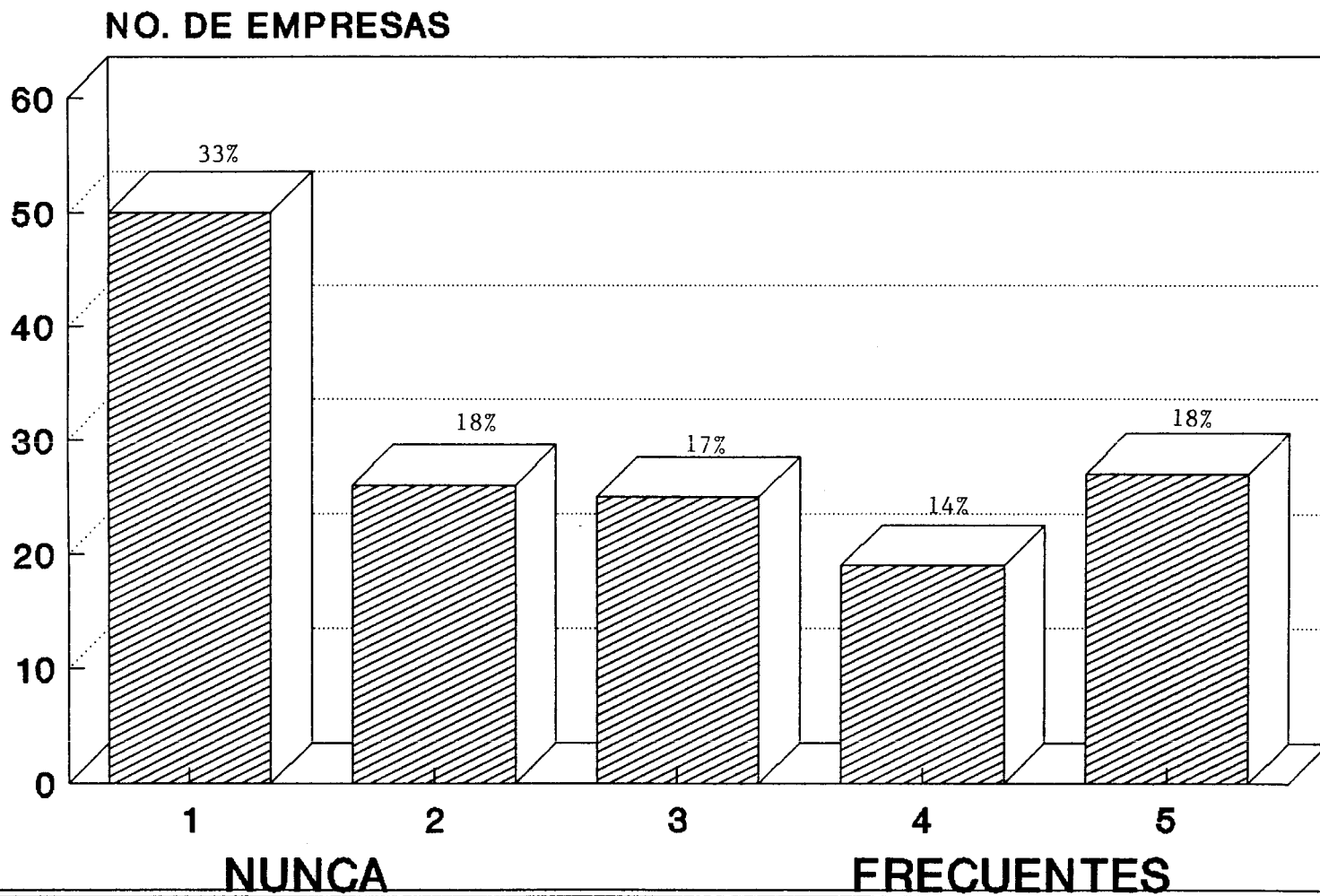
El desarrollo tecnológico especialmente en la actualidad es muy importante, ya que con los avances científicos y tecnológicos alcanzados el mundo va cambiando rápidamente, es por esto que las empresas deben tratar de mantenerse a la vanguardia en este aspecto, con lo que lograrán éxito y crecimiento.

Sin embargo, el 47% de las compañías no se asesoran en este aspecto, debido a que, como en la mayoría del país, en Iztapalapa las empresas tienen un nivel de desarrollo tecnológico bajo, lo que las hace muchas veces dependientes de otras grandes industrias nacionales o transnacionales, a pesar de que manifiestan tener un buen nivel de satisfacción y conocer sus necesidades de capacitación en cuanto a este punto se refiere.²¹

El 38% se asesora frecuentemente y el 15% de vez en cuando. Son estas las compañías que se preocupan por un mayor nivel de desarrollo tecnológico y las que posiblemente manifestaron tener un alto nivel de satisfacción en este aspecto.

²¹ Ver gráficas págs. 100 y 125.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE FINANZAS



79

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.
FINANZAS.

La gestión financiera se ha convertido ya en una parte integrante de las actividades generales de las empresas, ya que cumple con la tarea de adquirir fondos al mínimo costo posible y en las mejores condiciones, así como la utilización efectiva de éstos.

Es por ello que la importancia de la administración financiera dentro de las empresas es cada vez mas relevante, así como su interrelación con otras áreas, pues mediante ésta, las empresas toman las decisiones importantes que determinan en qué se debe invertir, cómo se va a financiar la inversión y de qué manera se han de combinar ambas con el fin de lograr al máximo determinado objetivo.²²

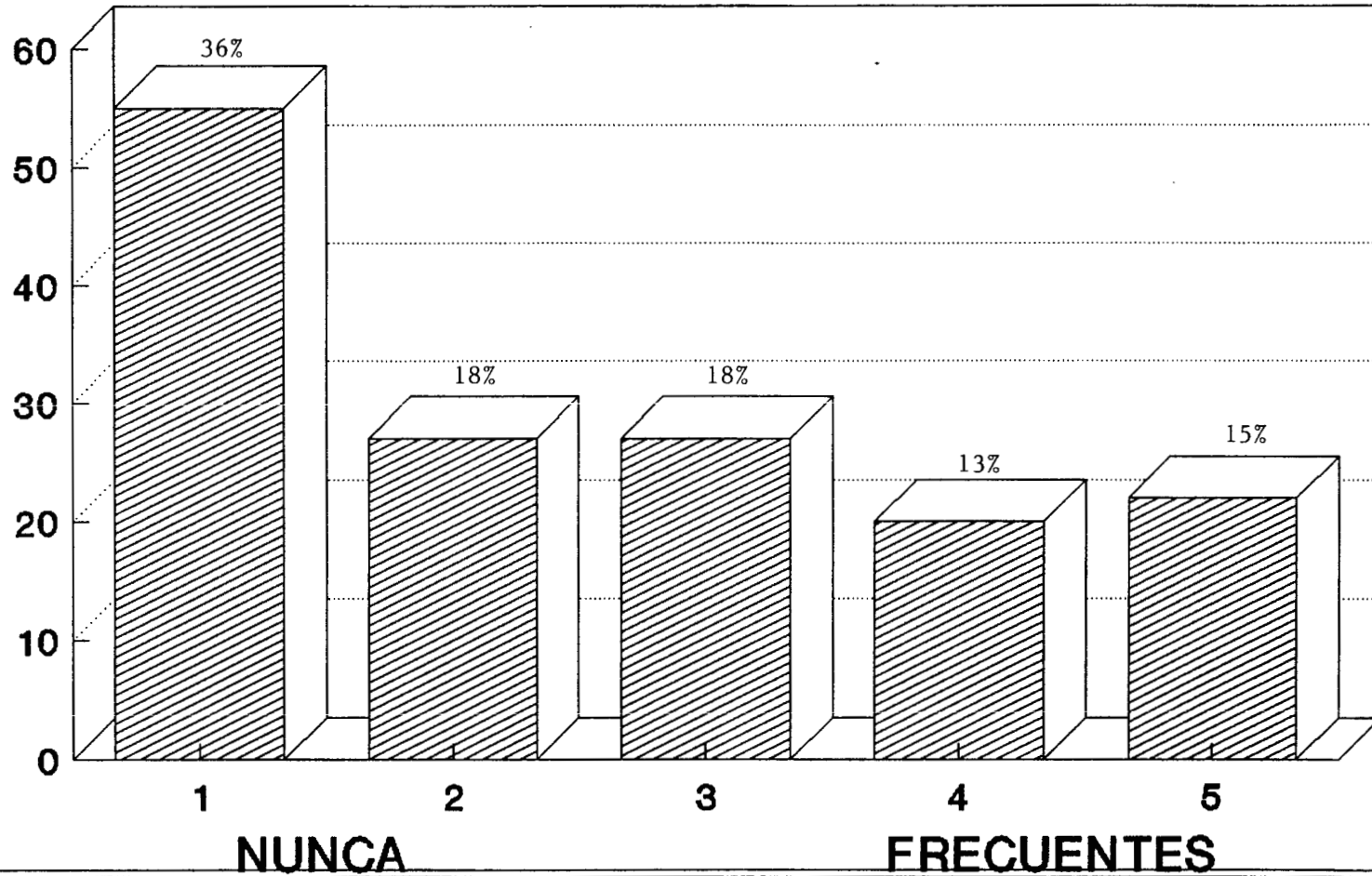
A pesar de que todas las decisiones en los negocios tienen implicaciones financieras, notamos que el 51 % de las entidades no reciben asesorías en este aspecto, lo que nos resulta un tanto extraño por el hecho de que en declaraciones posteriores se indica que existe un buen nivel de satisfacción alcanzado en cuanto a liquidez y solvencia se refiere. Sin embargo, ésto puede tener una explicación satisfactoria, y creemos que se basa en la utilización de fondos provenientes de prestamos familiares, en donde se les exigen mínimos requisitos a cubrir.

Por otra parte observamos que el 32 % recibe asesorías frecuentes y un 17% eventualmente.

²² Boltem Steven , Manual de Administración financiera, Vol. I
Ed. Limusa, México, 1987, pág. 7.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE PERSONAL

NO. DE EMPRESAS



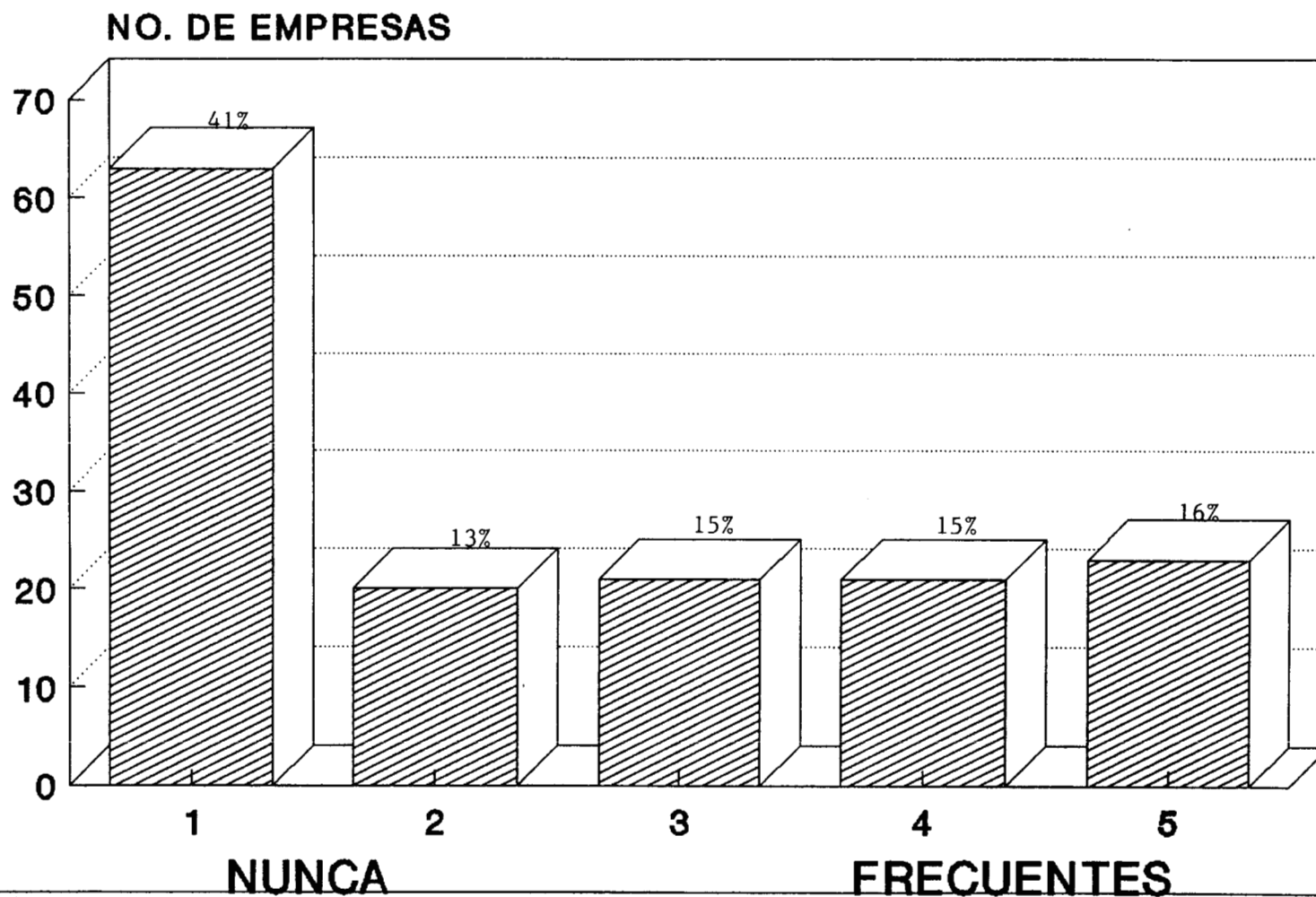
FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.
PERSONAL.

El área de recursos humanos ocupa un lugar muy importante dentro de cualquier empresa, ya que el factor humano es el recurso fundamental en cualquier organización. Por consiguiente se debe procurar que las personas encargadas de esta área cuenten con los conocimientos y características necesarias para asegurarse que estos recursos sean bien aprovechados. Estas personas deben contar con capacidad de liderazgo, motivar y dar buen trato a las personas internas y externas, procurar el acrecentamiento y conservación de la salud, habilidades, esfuerzo, etc. de sus miembros para obtener de ellos la disposición voluntaria y su mejor esfuerzo hacia el trabajo.

A pesar de la vital importancia que reviste el departamento de personal, podemos notar en la gráfica que en la mayoría de las empresas (54%) casi nunca o nunca se allegan de asesorías externas, esto puede ser causa como ya se ha dicho anteriormente del tipo de empresas que existen dentro de este sector.

Un 28% de empresas manifestó que frecuentemente reciben asesorías por parte de la asociación de empresarios o bufettes especializados en esta área. El 18% restante se encuentra en un nivel medio, es decir reciben asesorías externas en esta área sólo en algunas ocasiones.

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE MERCADOTECNIA



FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.

MERCADOTECNIA.

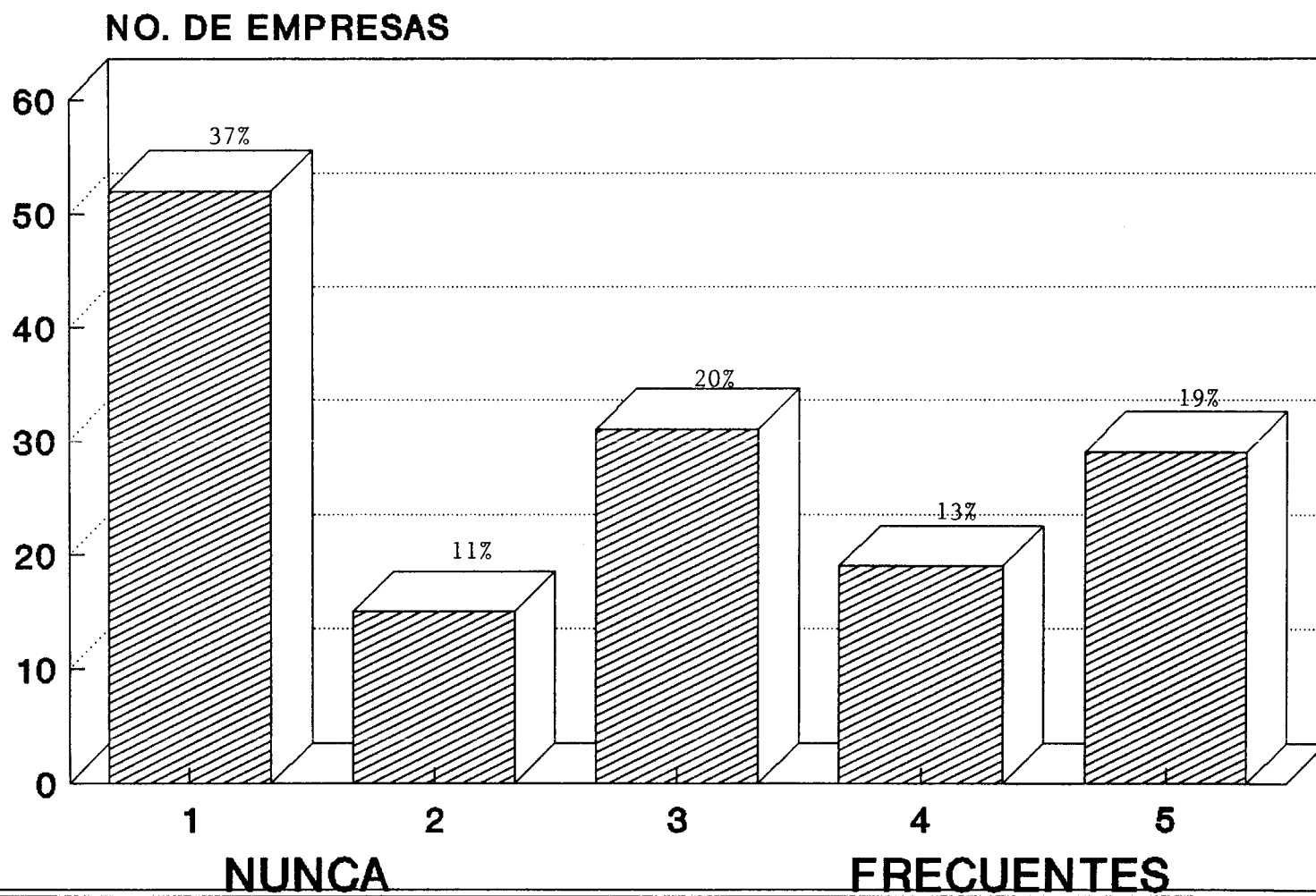
En el mercado todas las organizaciones tienen una misión que cumplir, ésta se define en tres variables: identificar la demanda que se va a satisfacer, a que tipo de mercado se va a dirigir y con que tecnología-producto se va a trabajar.

La mercadotecnia genera consumo, por tanto las organizaciones deben valerse de ella para lograr captar mayor nivel de demanda para sus productos y así garantizar su permanencia y competitividad en el mercado.

A pesar de ello, el área de mercadotecnia es una de las que más costos ocasionan a las compañías, es por ello que muchas de las empresas analizadas (55%) nunca o casi nunca reciben asesorías en cuanto a esto se refiere, ya que en caso de seguir una estrategia mercadológica será muy rudimentaria o intuitiva, además de que éstas resultarían muy costosas.

El 30 % declaró que frecuentemente se asesoran en esta área ya que cuentan con la solvencia económica y los conocimientos necesarios para llevar a cabo estrategias mercadológicas. El 15% restante recibe esporádicamente asesorías, éstas pueden ser las empresas que acuden a la "Asociación de Empresarios de Iztapalapa".

FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS EN EL AREA DE PRODUCCION



FRECUENCIA DE ASESORIAS EXTERNAS.

PRODUCCION.

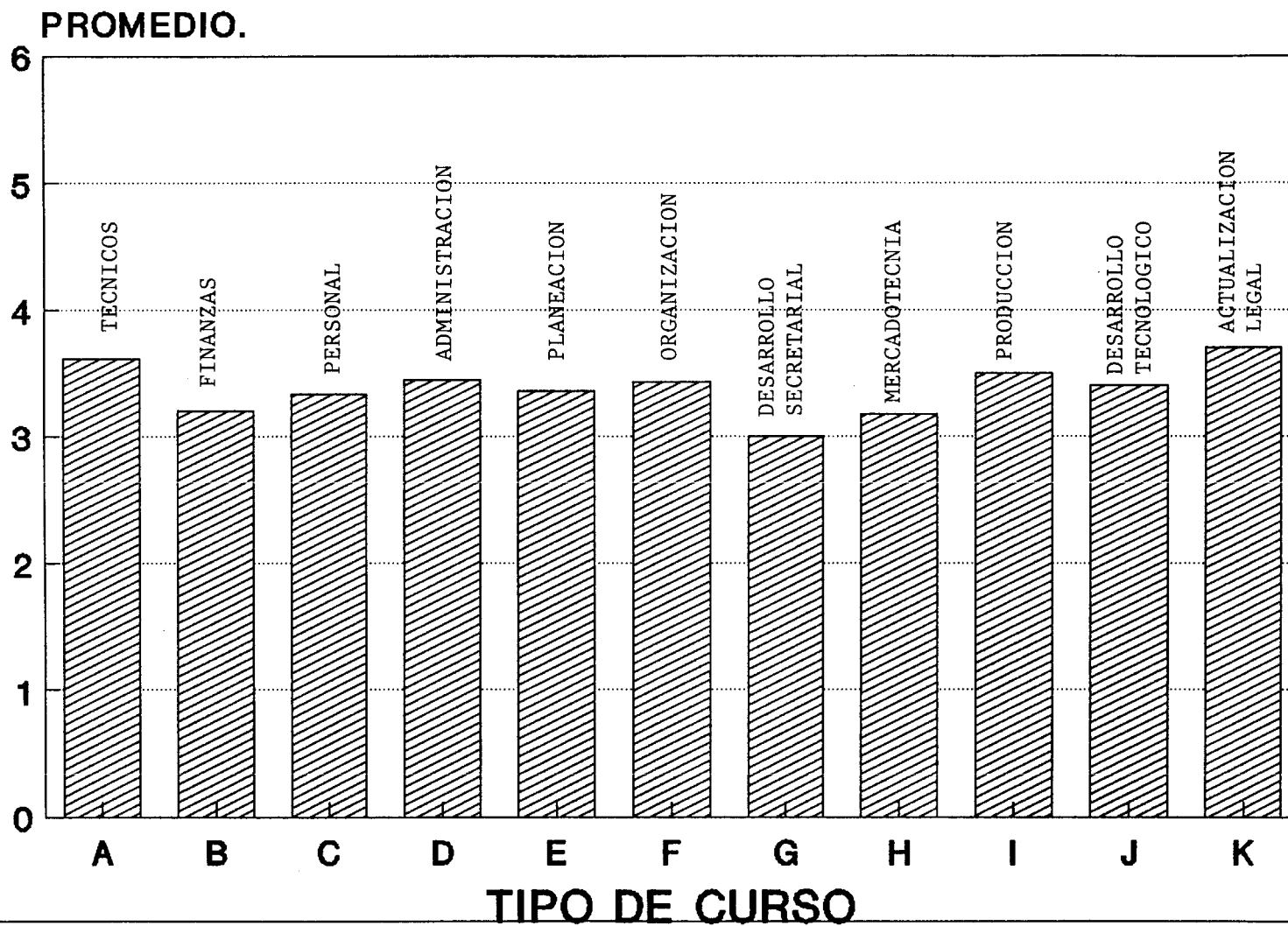
La producción es la función de la empresa que tiene por objeto la transformación de los recursos en bienes o servicios.²³ Es por ello que la meta principal de cualquier organización es tener un buen nivel de producción, sea cual fuere ésta (Continua, Por proyectos e intermitente). Para lograrlo es necesario aplicar todo un proceso administrativo como es la planeación, programación, dirección y control a esta función básica; por tanto, la persona encargada de esta función tiene una gran responsabilidad, por lo que debe estar bien preparada y actualizada.

No obstante de que la mayor parte de empresarios de Iztapalapa le dan gran importancia a la producción y consideran necesarios los cursos de capacitación en esta área ²⁴, Las asesorías externas que se reciben son bajas; un 48 % no se asesora, un 20 % esporádicamente y sólo el 32 % se preocupa por allegarse de expertos externos a la empresa.

23 Montano Agustín, Administración de la producción, Ed. Trillas, México, 1988 , Pág. 13.

24 Ver gráfica pág. 104

NECESIDADES DE CAPACITACION



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

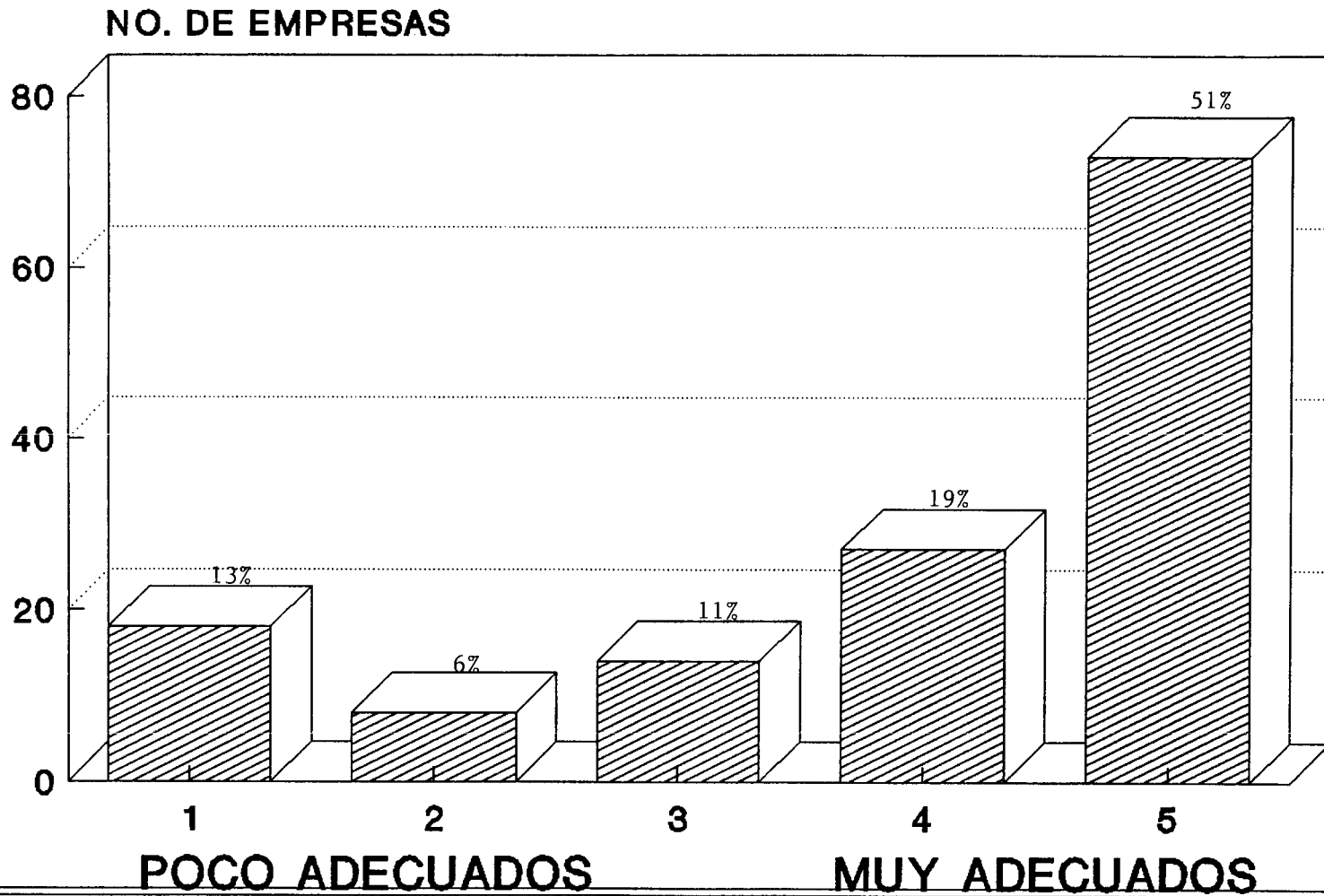
IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION

La administración general en las organizaciones requiere de actualización constante, ya que el entorno en donde se desarrollan esta sujeto a cambios frecuentes lo que las obliga a capacitarse. En la muestra objeto de la presente investigación, se observa que los directivos estiman que todos los cursos antes mencionados tienen relevante importancia, para elevar la calidad del factor humano, y en consecuencia aumentar la capacidad instalada dentro de la empresa para producir más con la mayor calidad y eficiencia a precios accesibles para satisfacer las necesidades de los consumidores.

De acuerdo a los diferentes criterios de los empresarios de Iztapalapa, algunos cursos de capacitación son mínimamente importantes entre los que se encuentran : Los de finanzas, desarrollo secretarial y mercadotecnia. mientras que aquellos cursos con ligera preferencia son : los cursos de actualización técnica, administración, producción y actualización legal.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS TECNICOS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.

CURSOS TECNICOS.

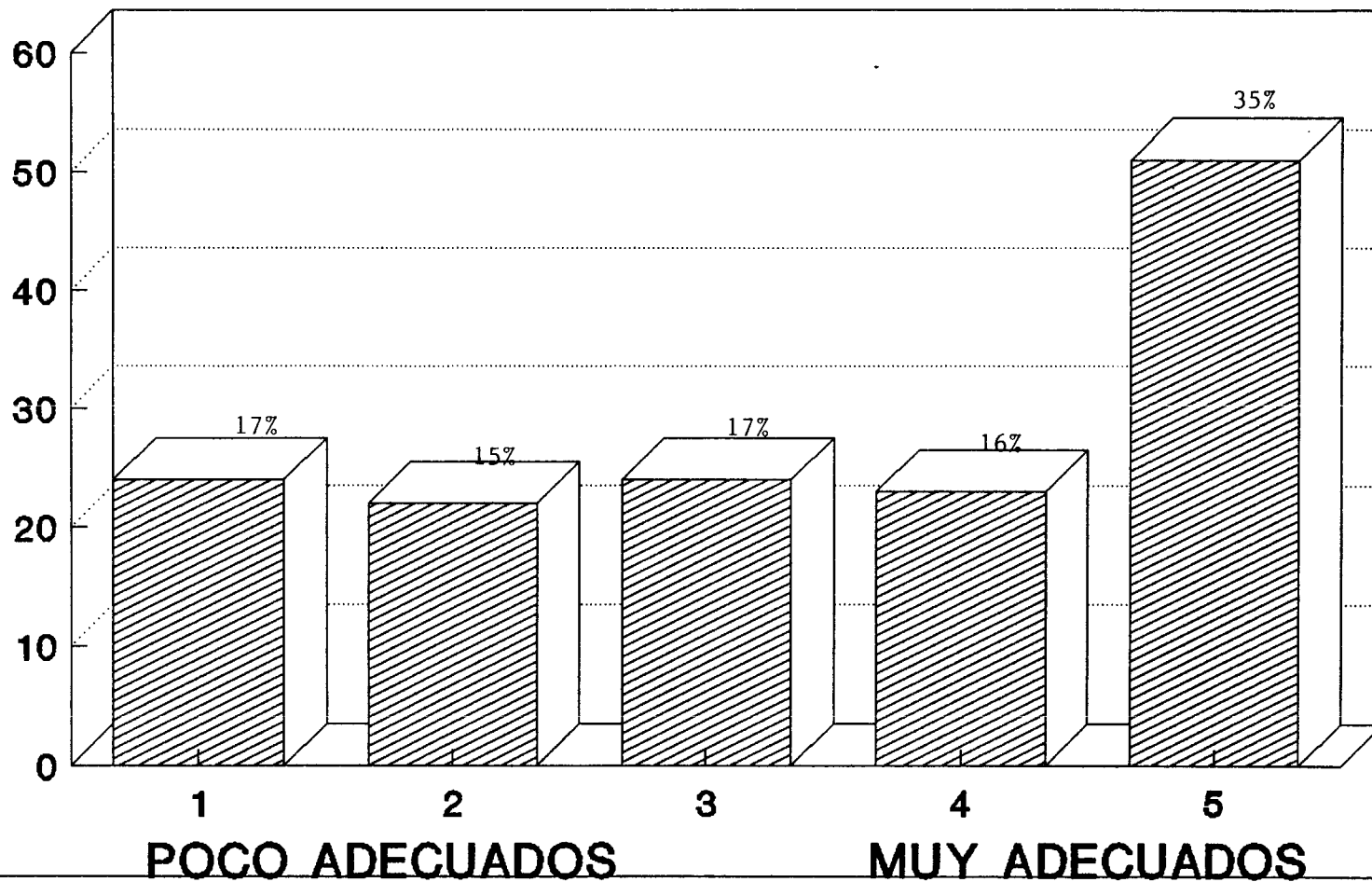
Dentro de cualquier empresa existe la necesidad de tener personal especializado en determinadas áreas o en el manejo de determinada maquinaria, es por ello la importancia del personal técnico, ya que son ellos los intermediarios entre el trabajo manual y el científico y gracias a éstos junto con otros factores de igual importancia, las industrias se van especializando y avanzando en el nivel de desarrollo tecnológico, lo cual trae consigo muchos beneficios para éstas.

El 70% de los empresarios están concientes de la importancia que representa este personal y consideran muy adecuado a sus necesidades de capacitación la impartición de cursos técnicos para actualizar a este tipo de personal y a su vez formar nuevos técnicos a través de dichos cursos.

El 19 % manifestó que son muy poco adecuados estos cursos para sus necesidades, ello puede deberse a que en sus compañías existe poca mano de obra calificada o un bajo nivel de tecnología. El 11% restante considera adecuados estos cursos pero sin darles gran importancia.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE FINANZAS

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION. CURSOS DE FINANZAS.

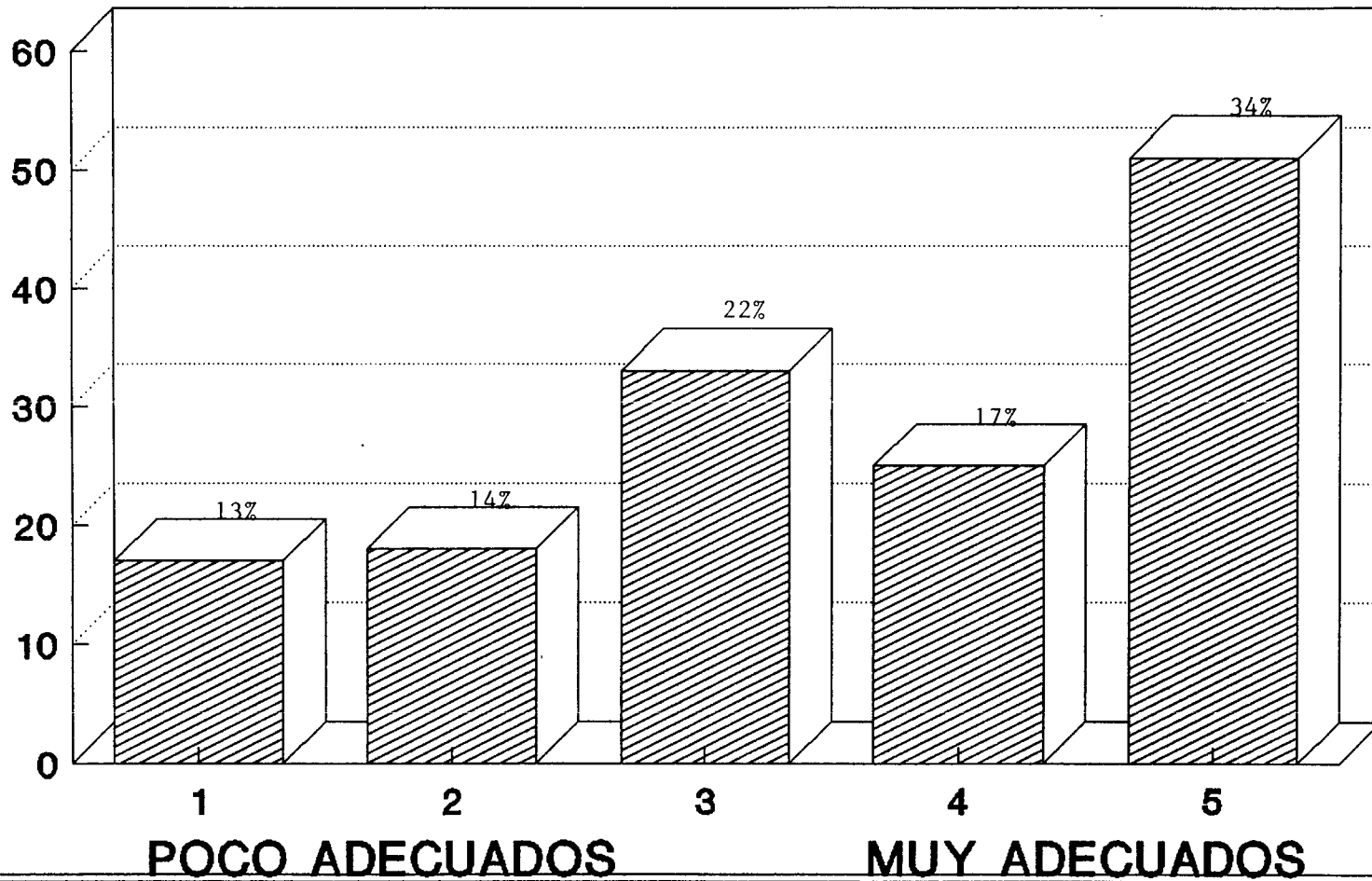
Con el paso del tiempo se ha incrementado la necesidad en las empresas de contar con uno o más administradores financieros para realizar la planeación, obtención y el uso efectivo de fondos, equilibrando el riesgo y el rendimiento que implica la actividad productiva de las firmas.

La capacitación en el área financiera es de suma importancia para el desarrollo de las sociedades, esto es, porque el total de las actividades que se realizan dentro de ellas necesitan de la aplicación de recursos económicos; por lo cual es necesario incrementar la capacidad del personal de finanzas para que éste obtenga recursos frescos a bajo costo que eleven el rendimiento del capitalista.

Algunas empresas del presente estudio, (49 %), estima que los cursos de capacitación en finanzas son muy adecuados para el buen funcionamiento organizacional. El 16 % opina que estos cursos les resultan más o menos atractivos, ya que casi no obtienen financiamiento de terceros, y solo utilizan capital propio. En cuanto al resto de las organizaciones su nivel administrativo es muy reducido lo que ocasiona que no le den la suficiente importancia a los cursos de capacitación financiera.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE PERSONAL

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.

CURSOS DE PERSONAL.

El factor humano es uno de los elementos más valiosos para las organizaciones, ya que de él depende en gran parte el destino de las mismas. Por tal motivo es necesario recurrir a la administración de recursos humanos o administración de personal que consiste en " (Aplicar) el proceso administrativo de acrecentamiento y conservación del esfuerzo, las experiencias, la salud, los conocimientos, las habilidades, etc. de los miembros de la organización..."²⁵.

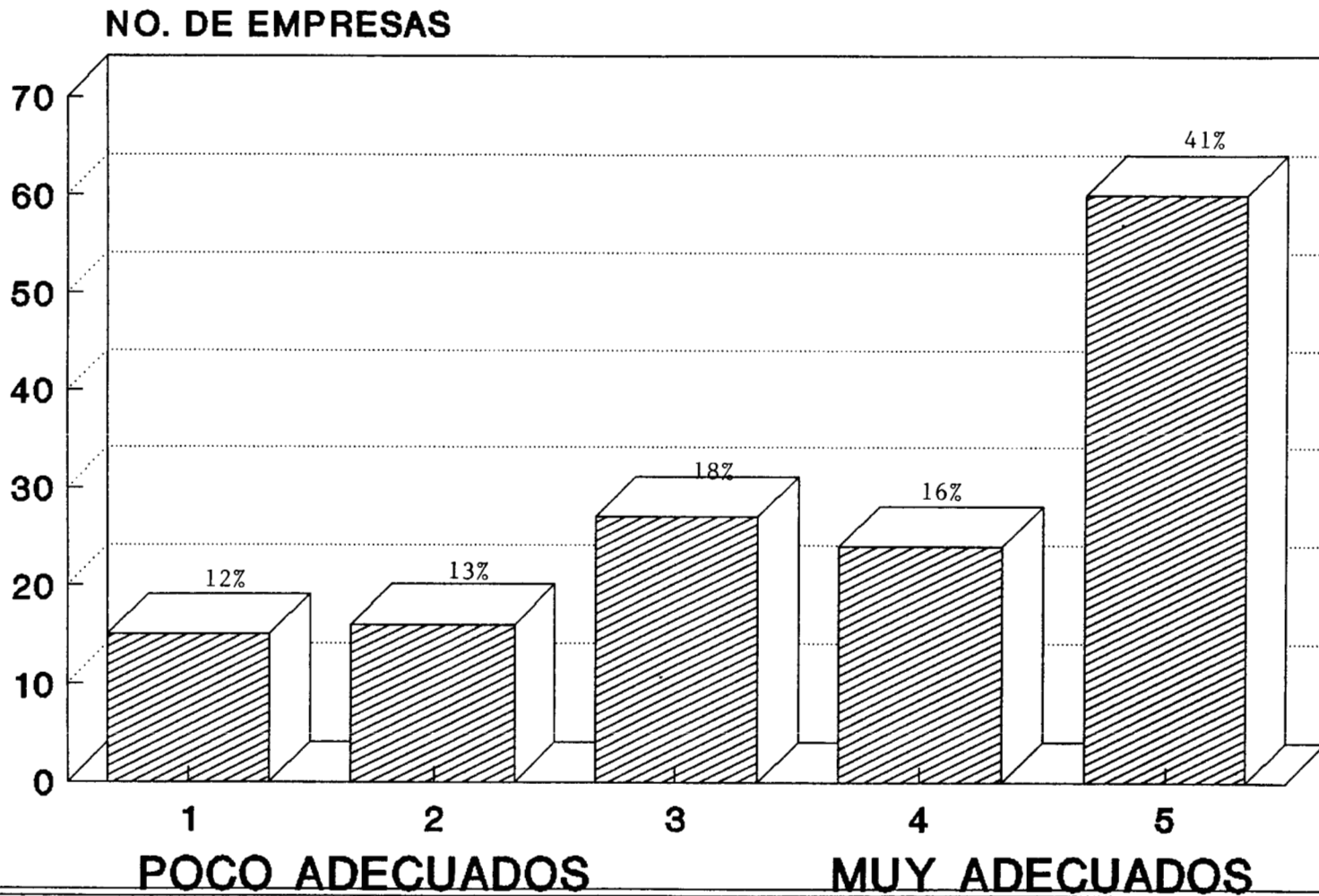
La administración de personal implica infinidad de funciones, por ejemplo la administración de sueldos y salarios, motivación, cursos de capacitación, selección y reclutamiento de personal, etc. El encargado de la Administración de personal deberá conocer a fondo todas las actividades que ésta implica, ya que el papel que desempeña dentro de las empresas es el de mediador entre los intereses patronales y los de los trabajadores.

En el sector productivo de Iztapalapa la mayoría de empresas (51%) considera que los cursos de personal son muy necesarios y adecuados para lograr mayor capacidad en las personas encargadas de los recursos humanos y una conciliación entre los objetivos organizacionales e individuales.

El 22 % de las organizaciones opinan que sus necesidades de capacitación son menores . Esto puede deberse a una falta de visión por parte de sus administradores, ya que debe recordarse que en la mayoría de estas empresas los dueños ocupan los puestos administrativos claves.

El 27 % restante, en opinión de sus dirigentes, la capacitación en cursos de personal son poco favorables a sus intereses, ya que son micro-empresas o casi talleres artesanales, en los que solo cuentan con algunos miembros de la familia como trabajadores.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE ADMINISTRACION GENERAL



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION. CURSOS DE ADMINISTRACION GENERAL

La coordinación del esfuerzo humano hacia metas y objetivos específicos, así como la finalidad de eficiencia son dos de los lineamientos principales que le dan sentido a la administración en las organizaciones sociales.

La administración no solo controla y dirige a las organizaciones hacia objetivos preestablecidos sino también corrige, las desviaciones que se presentan en la consecución de sus fines.

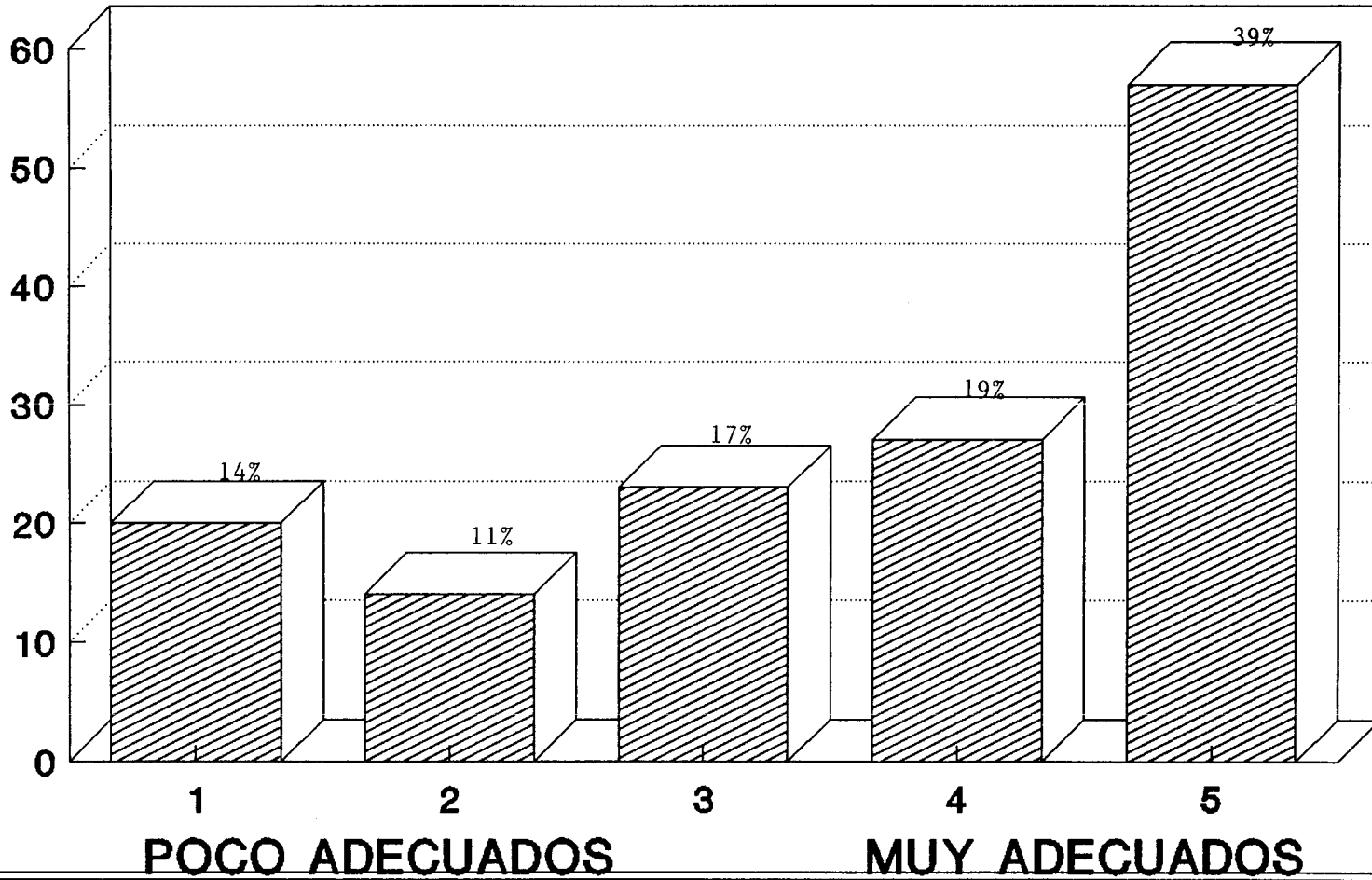
La mayor parte de firmas que integran la muestra son micro, pequeñas y medianas empresas, esto hace que su administración esté a cargo generalmente de sus propietarios quienes en su mayoría carecen de conocimientos profesionales sobre administración de empresas. Esto ocasiona que en algunas organizaciones (25%) los directivos consideren los cursos de administración general poco adecuados a sus necesidades, ya que se muestran reacios en su convicción no permitiendo que personas ajenas a la empresa les capaciten en la forma de dirigirla, otra causa de esto puede ser la falta de recursos económicos para contratar expertos en la materia.

El 18% estima que estos cursos son relativamente necesarios para garantizar la supervivencia y crecimiento de la organización, por lo que su actitud hacia la capacitación es favorable.

La mayoría de directivos (57%), opina que la administración general juega un papel muy importante para mantener la participación de las empresas en el mercado , lograr sus objetivos y sobre todo asegurarle al capitalista la rentabilidad, acumulación y conservación del capital.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE PLANEACION

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.

CURSOS DE PLANEACION

La planeación consiste en identificar las oportunidades y peligros a que se enfrentan las empresas y las que se presentarán en el futuro, tomando como punto de referencia las experiencias pasadas. Entonces al planear se está tratando de diseñar un futuro deseado y las formas para lograrlo.

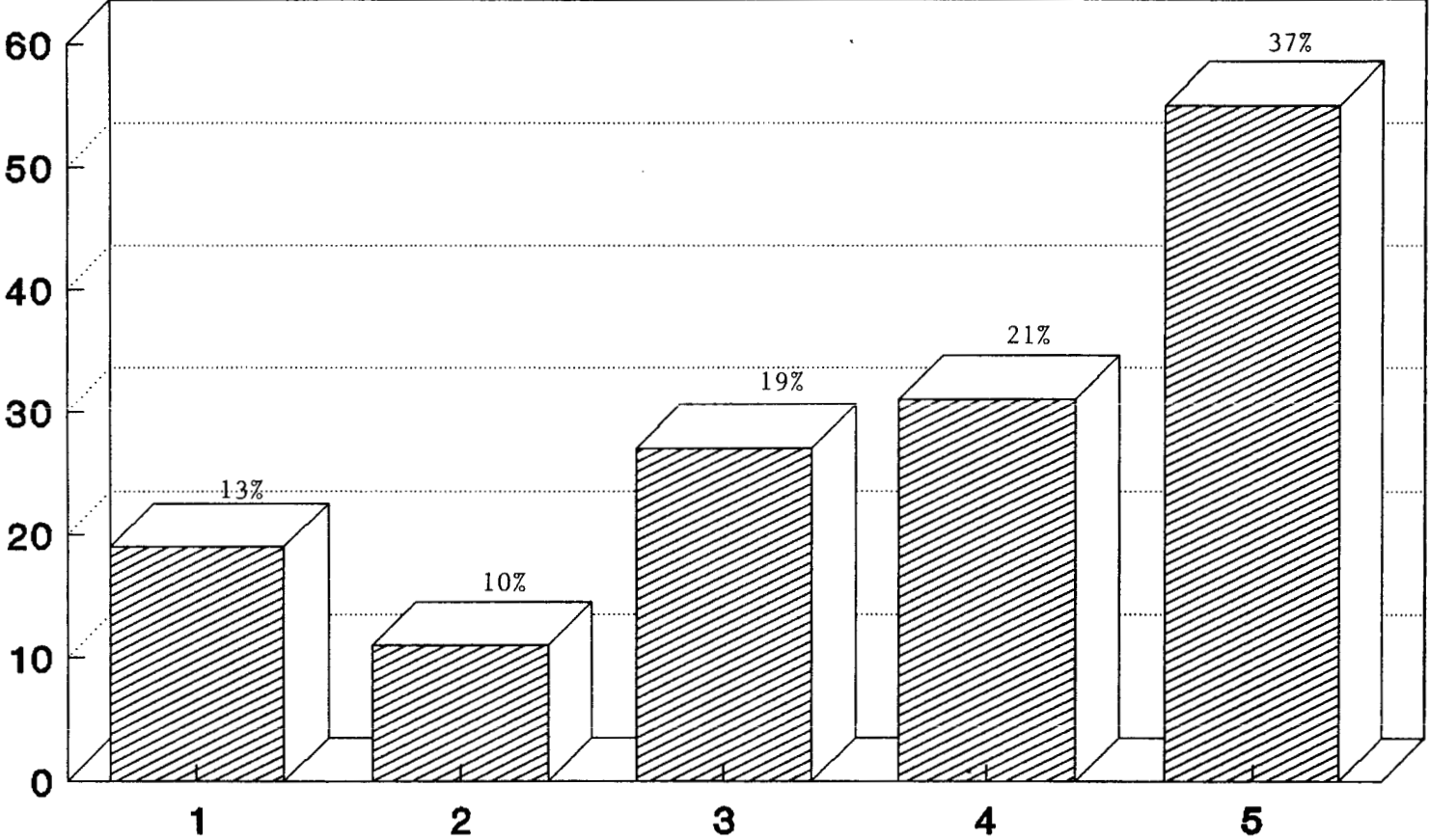
La mayoría de las compañías del sector objeto de la muestra, son pequeñas, de aquí que el tipo de planeación que llevan a cabo sea muy sencilla y por lo tanto consideran que los cursos de capacitación sobre planeación son muy convenientes para la permanencia y crecimiento de las mismas. Con éllo tomarán precauciones para salvar sus debilidades y crearán estrategias para explotar sus potencialidades.

Como sabemos, la planeación estratégica ²⁶ es una herramienta importante en la administración para proyectar las actividades de las organizaciones en el futuro, y así alcanzar de manera mas eficaz los objetivos y la misión formal de éstas. Sin embargo existen algunas pequeñas empresas en Iztapalapa que opinan no necesitar cursos sobre planeación, ésto es por su falta de visión a largo plazo, por sus escasos conocimientos administrativos y escasos recursos económicos.

²⁶ Steiner George. "Que es la planeación estratégica ". En la planeación estratégica. Ed. CECSA, México 1984, pp 19-39.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE ORGANIZACION

NO. DE EMPRESAS



POCO ADECUADOS

MUY ADECUADOS

NECESIDADES DE CAPACITACION.

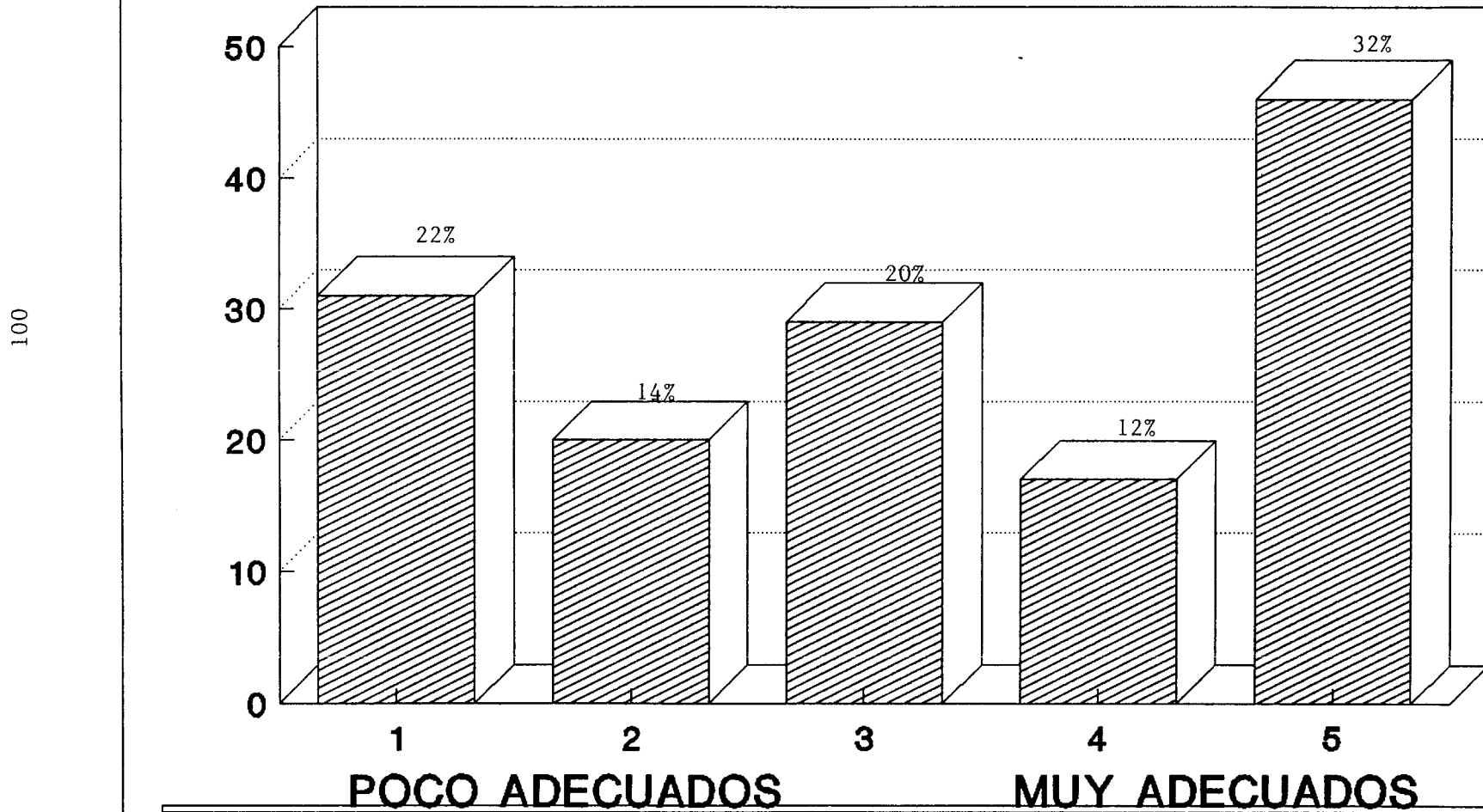
CURSOS DE ORGANIZACION.

Todos los negocios para lograr el éxito, requieren de una estructura organizada, esto quiere decir, que la organización dentro de ellas significa " orden " tanto de materiales como de individuos; en cada firma es necesaria la distribución jerarquica de autoridad y de funciones en donde cada individuo, de acuerdo al nivel que ocupa deberá sujetarse a las leyes y reglamentos en función de alcanzar los objetivos que le dan razón de ser a las empresas.

La mayor parte de los empresarios de Iztapalapa estiman que los cursos de capacitación de organización son muy adecuados para su personal en beneficio propio y de sus compañías. Por otra parte hay directivos que se muestran renuentes a aceptar que deben delegar autoridad y responsabilidad para coordinar y dirigir al máximo los factores físicos, humanos y económicos, esto sucede porque al ser los propios dueños de las empresas quienes fungen como directivos, acaparan la administración general de las mismas, no permitiendo por desconfianza que manos ajenas conduzcan sus negocios.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE DESARROLLO SECRETARIAL

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

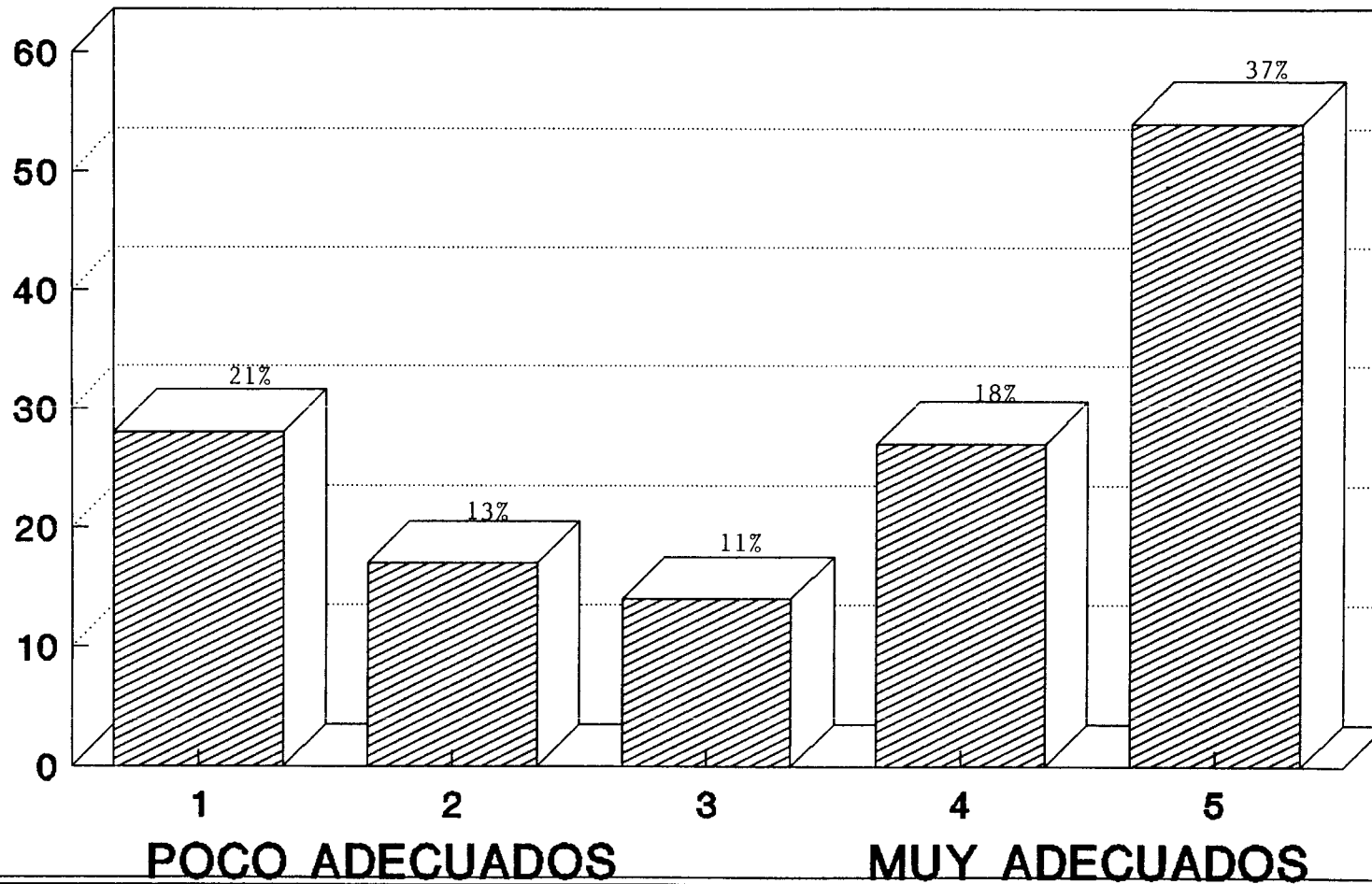
NECESIDADES DE CAPACITACION.
CURSOS DE DESARROLLO SECRETARIAL.

Las funciones que desempeñan las secretarías son parte importante de la administración, éstas manejan información que va desde la más indispensable hasta la confidencial de toda la organización o del área en donde se encuentren. En la actualidad se ve la necesidad de que las secretarías operen equipos cada vez más sofisticados, como por ejemplo: Fax, computadoras, etc., ésto trae como consecuencia que los directivos capaciten a este tipo de personal para obtener un buen funcionamiento en la organización y desempeño del mismo.

La mayor parte de los empresarios de Iztapalapa esta consciente de la necesidad de capacitación en el área secretarial que tienen en sus compañías, pero existen otros donde la administración no cree conveniente ni necesario solicitar cursos para desarrollo secretarial, a pesar de que estos no son muy costosos y de fácil acceso.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE MERCADOTECNIA

NO. DE EMPRESAS



POCO ADECUADOS

MUY ADECUADOS

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.

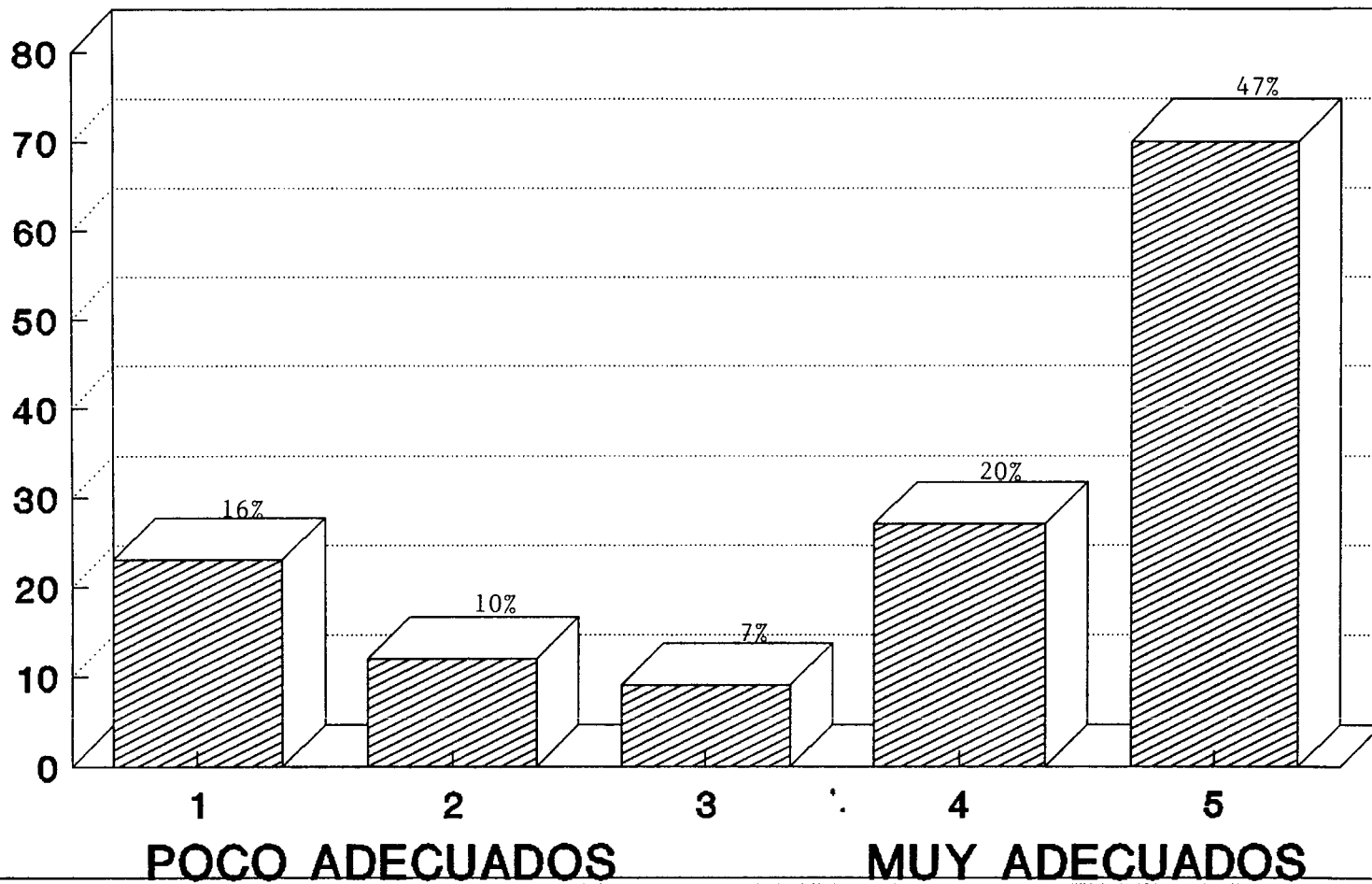
CURSOS DE MERCADOTECNIA.

Las organizaciones dependiendo del giro industrial al que pertenecen, participan en un determinado tipo de mercado, entendido éste como el tipo de compradores de un determinado producto. Cada sector industrial está compuesto de diferentes competidores que se encuentran siempre en lucha por captar el mayor número de clientes para sus productos, para ello ofrecen bienes y/o servicios con atributos diferentes, que los de sus competidores.

Las empresas utilizan la mercadotecnia para satisfacer necesidades y deseos de sus mercados meta a través del intercambio, de ahí que la dirección de las organizaciones debe capacitarse en las actividades que implica la mercadotecnia para así ayudarlas a alcanzar sus objetivos, son más las empresas del sector industrial de Iztapalapa las que estiman como muy oportunos los cursos de mercadotecnia para elevar su participación en el mercado, en contra parte existen unas cuantas que dejan de lado o no aceptan que tienen necesidad de capacitarse en esta área, esto es por su dimensión y capacidad económica, o bien por que no cuentan con la tecnología necesaria para aumentar su capacidad instalada y por ende no pueden satisfacer una demanda creciente, producto de elevados programas de mercadotecnia.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE PRODUCCION

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.

CURSOS DE PRODUCCION.

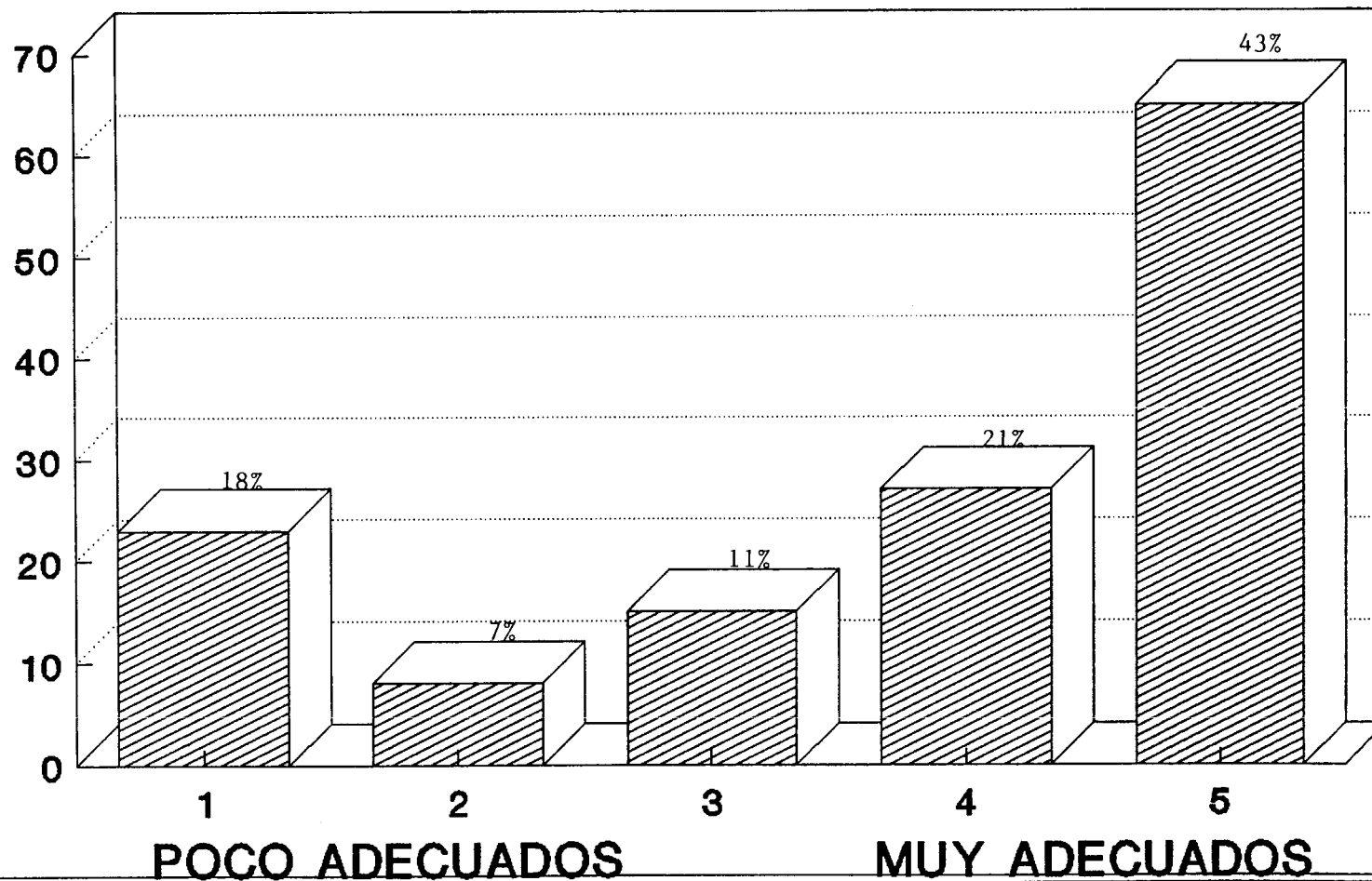
Para que las empresas productoras de bienes logren sobrevivir en el macroambiente necesitan que su sistema de producción tenga la capacidad de conversión requerida para satisfacer la demanda, cumplir con las fechas de entrega, así como con la calidad de los productos y/o servicios. Otro elemento importante del sistema de producción es la eficiencia, pues ésta sirve para comparar la cantidad de recursos en la producción sin desperdicios, sin deficiencias y la cantidad de recursos utilizados en su totalidad, toda vez que las organizaciones logren producir de manera eficiente serán más rentables.

De ahí que una gran parte (67%) de las empresas integrantes del sector industrial de Iztapalapa le dan suma importancia a la necesidad de actualizar sus procesos de producción a través de cursos de capacitación, sin embargo debemos reconocer que no solo la capacitación es suficiente para garantizar la estabilidad y crecimiento de las firmas, pues en general las de este sector operan con maquinaria de nivel tecnológico atrasado y no cuentan con recursos financieros suficientes para importar bienes de capital más sofisticados.

Una minoría de esas entidades económicas estima que los cursos sobre el área de producción no tienen gran relevancia para sus negocios, pues su equipo de trabajo es muy sencillo y de simple manejo.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE DESARROLLO TECNOLÓGICO

NO. DE EMPRESAS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

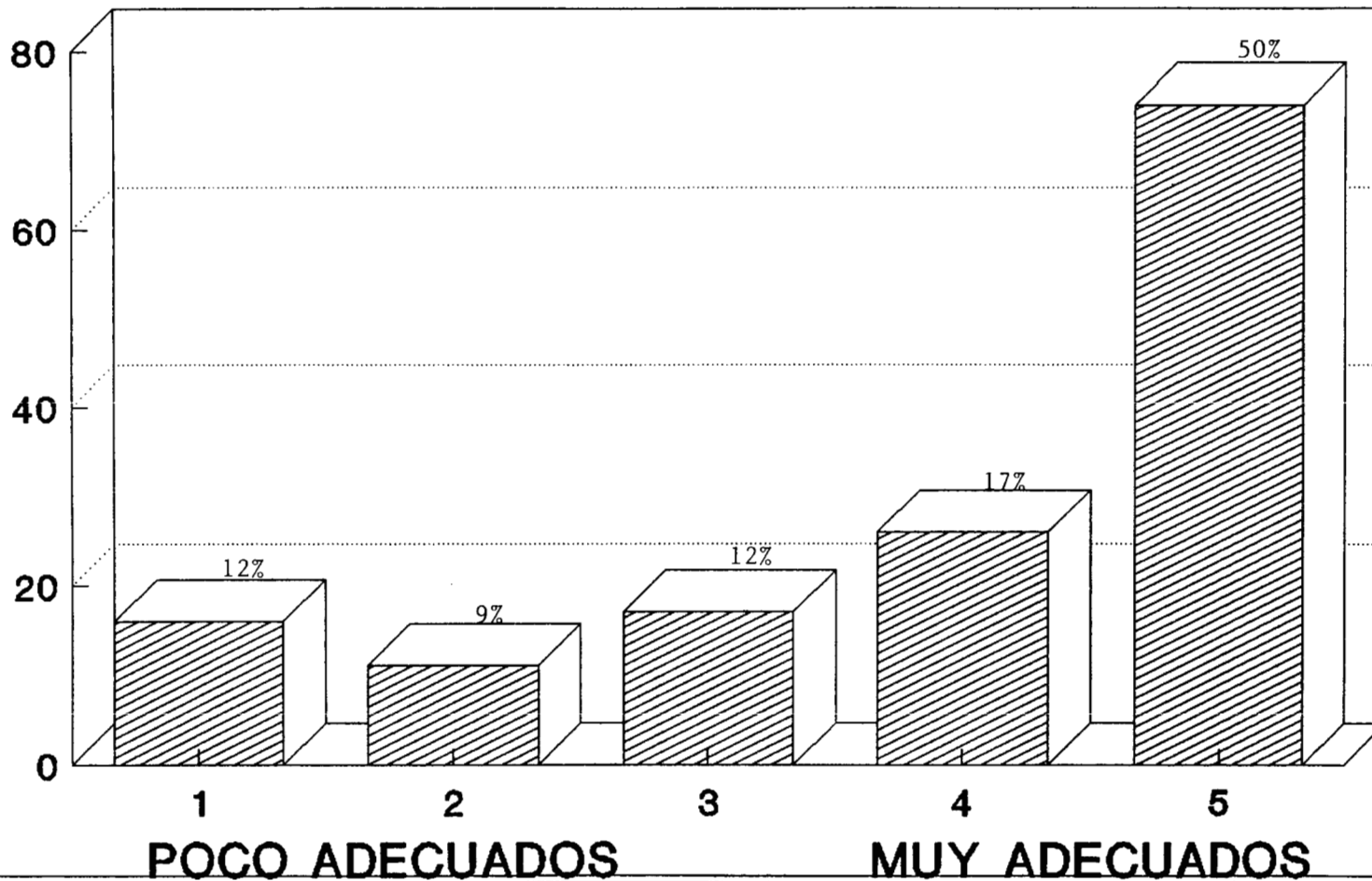
NECESIDADES DE CAPACITACION.
CURSOS DE DESARROLLO TECNOLOGICO

La tecnología de los bienes de capital con que cuentan las empresas mexicanas es muy baja, aunque existen otras organizaciones nacionales y transnacionales que son poderosas en cuanto al equipo de trabajo moderno y sofisticado. Nuestro país, con el tiempo, se ha caracterizado por su mínima dedicación e inversión hacia la investigación y desarrollo tecnológicos, hecho que nos hace dependientes de los países altamente industrializados como Estados Unidos, Francia, Alemania, etc. para importar las maquinarias y equipo necesarios para la producción nacional.

Si bien es cierto que un elevado porcentaje de directivos de las compañías de Iztapalapa (ver gráfica punto 5, muy adecuados), están conscientes de la necesidad de allegarse de cursos sobre desarrollo tecnológico, éstos rara vez los solicitan por su elevado costo. En contra parte, otros no creen que sea necesario para sus intereses la capacitación en este rubro.

NECESIDADES DE CAPACITACION CURSOS DE ACTUALIZACION LEGAL

NO. DE EMPRESAS



POCO ADECUADOS

MUY ADECUADOS

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NECESIDADES DE CAPACITACION.
CURSOS DE ACTUALIZACION LEGAL

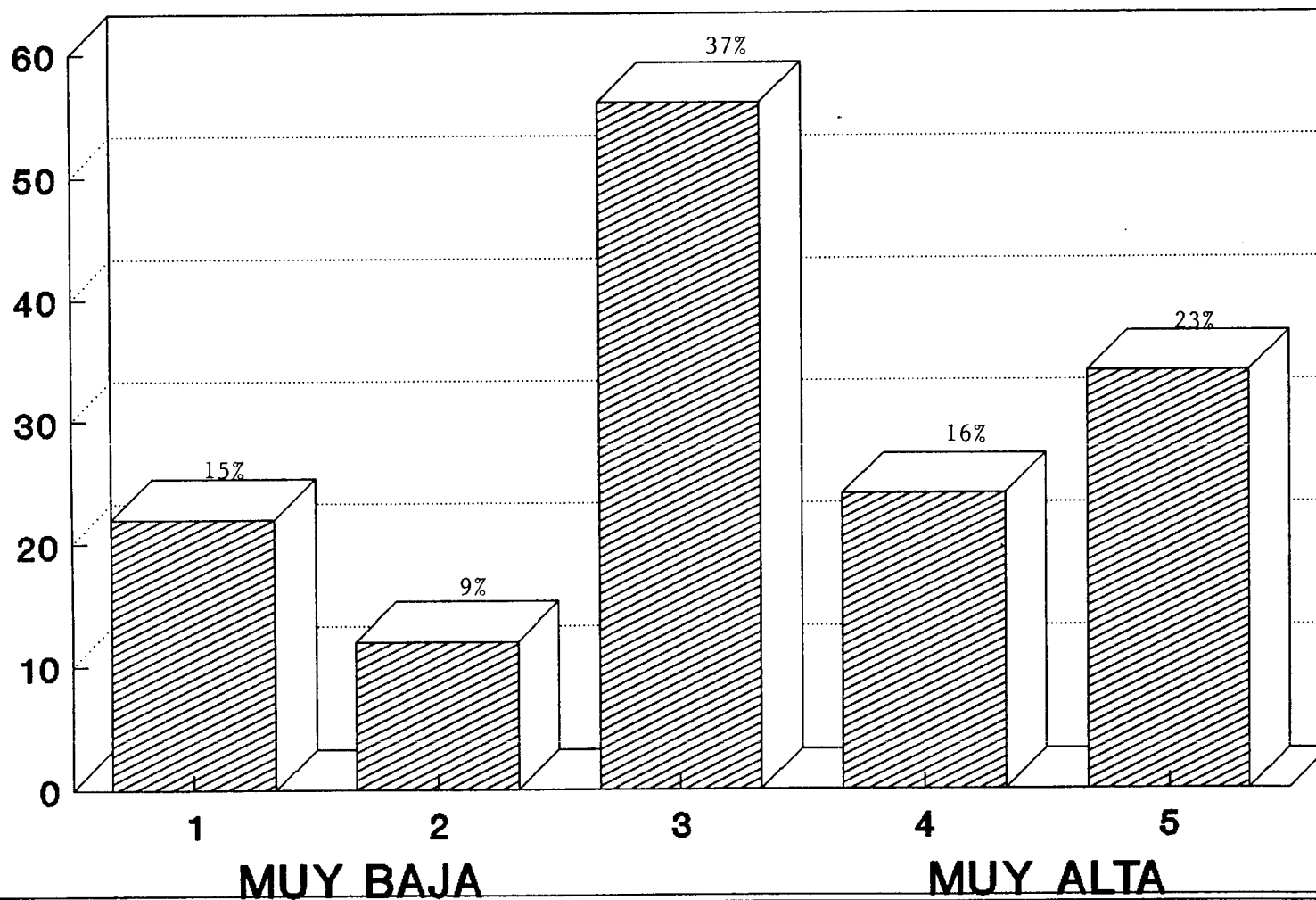
Las organizaciones se crean cuando varias personas interesadas en formar una sociedad se reúnen y ponen de acuerdo sobre el objeto y organización de ésta, entonces celebran un contrato que crea obligaciones y derechos entre los contratantes.

En la actualidad el régimen fiscal al que se sujetan las sociedades al constituirse es mas rígido e impone sanciones a quien no cumpla con las reglas establecidas, por tal motivo una gran cantidad de firmas que se encuentran en Iztapalapa consideran convenientes los cursos de de actualización legal, para instruir al personal encargado del departamento contable y administrativo en la ejecución de los trámites a que las obliga la ley fiscal (Pago oportuno de impuestos).

No obstante, existen unas cuantas empresas a las que no les interesa conocer los cambios fiscales, porque piensan que estos carecen de importancia y que no les afectarán por ser micro empresas sujetas a régimen simplificado.

CAPACIDAD DE INNOVACION DE LAS EMPRESAS

NO. DE EMPRESAS



NIVEL DE INNOVACION DE LAS EMPRESAS.

En nuestro país la escasez de recursos financieros con los que cuentan la mayoría de las empresas limitan su capacidad de innovación, además de que la investigación y desarrollo tecnológico casi no se llevan a cabo. Sin embargo existen compañías que por el hecho de haber experimentado una disminución en la demanda , se ven obligadas a incrementar sus esfuerzos hacia la innovación.

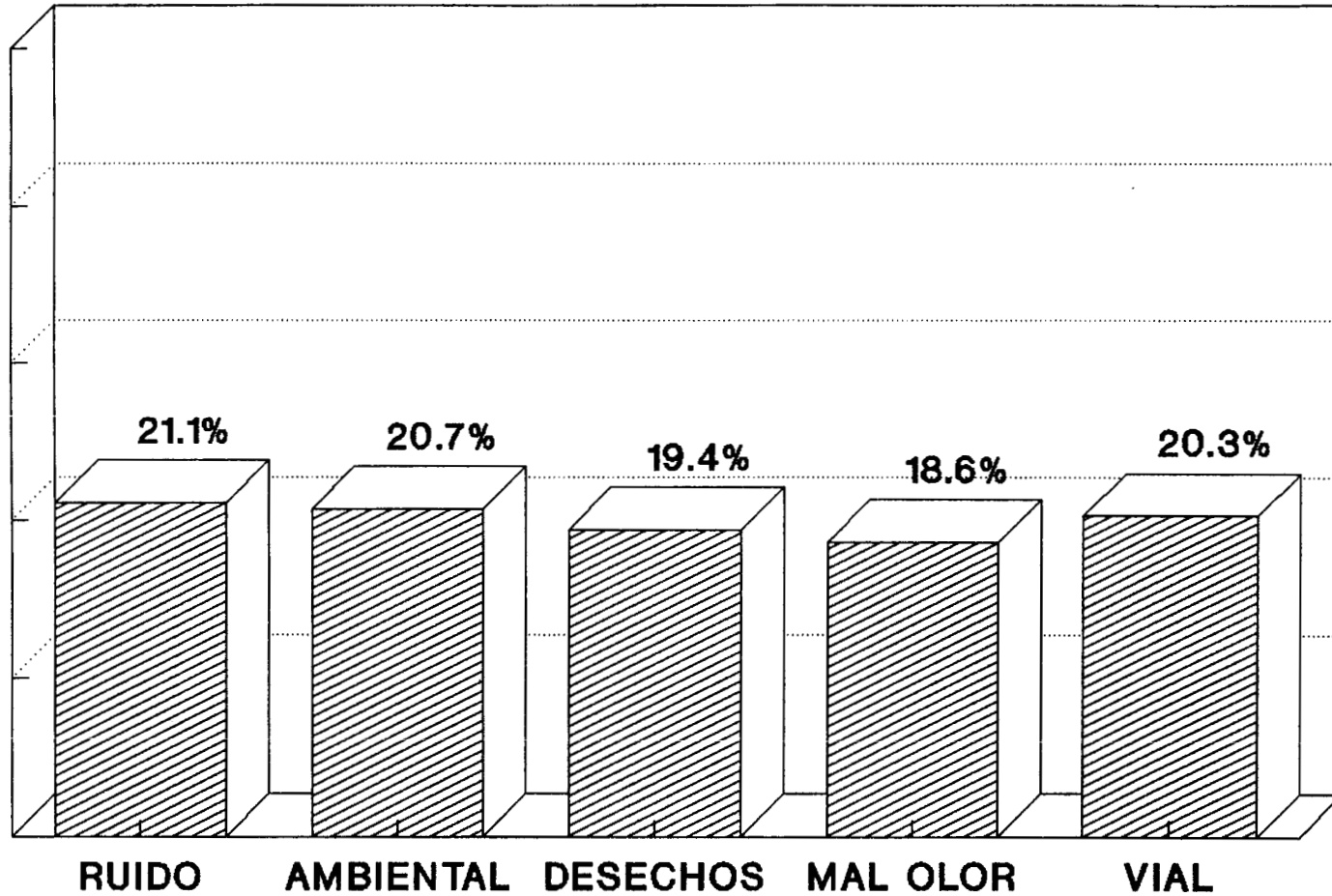
Las grandes compañías transnacionales tienen como estrategia corporativa enfrentarse a otras estructuras de dominación, en la búsqueda de la vanguardia en innovación, sin que ello signifique que los pequeños empresarios abandonen la idea de cambio organizacional para elevar su capacidad productiva y en consecuencia obtener beneficios.

En el sector industrial de Iztapalapa se observa que la tercera parte de los empresarios estiman poseer capacidad de innovación para enfrentar a la competencia. Otro número similar considera su capacidad de creación muy alta, esto puede ser consecuencia de las facultades que tiene para allegarse de recursos frescos con los cuales se pueden financiar tales gastos, y a la importancia que le dan los directivos a este aspecto.

En contraparte, una minoría de empresas considera tener un bajo nivel de innovación debido a la poca inversión o adquisición de tecnología, por los altos costos, así como la dificultad de asimilación por parte del factor humano, lo que implicaría un incremento en los cursos de capacitación técnica.

CONTAMINACION PRODUCIDA POR LAS EMPRESAS FACTORES DE CONTAMINACION

PORCENTAJE



CONTAMINACION PRODUCIDA POR LAS EMPRESAS.

FACTORES DE CONTAMINACION.

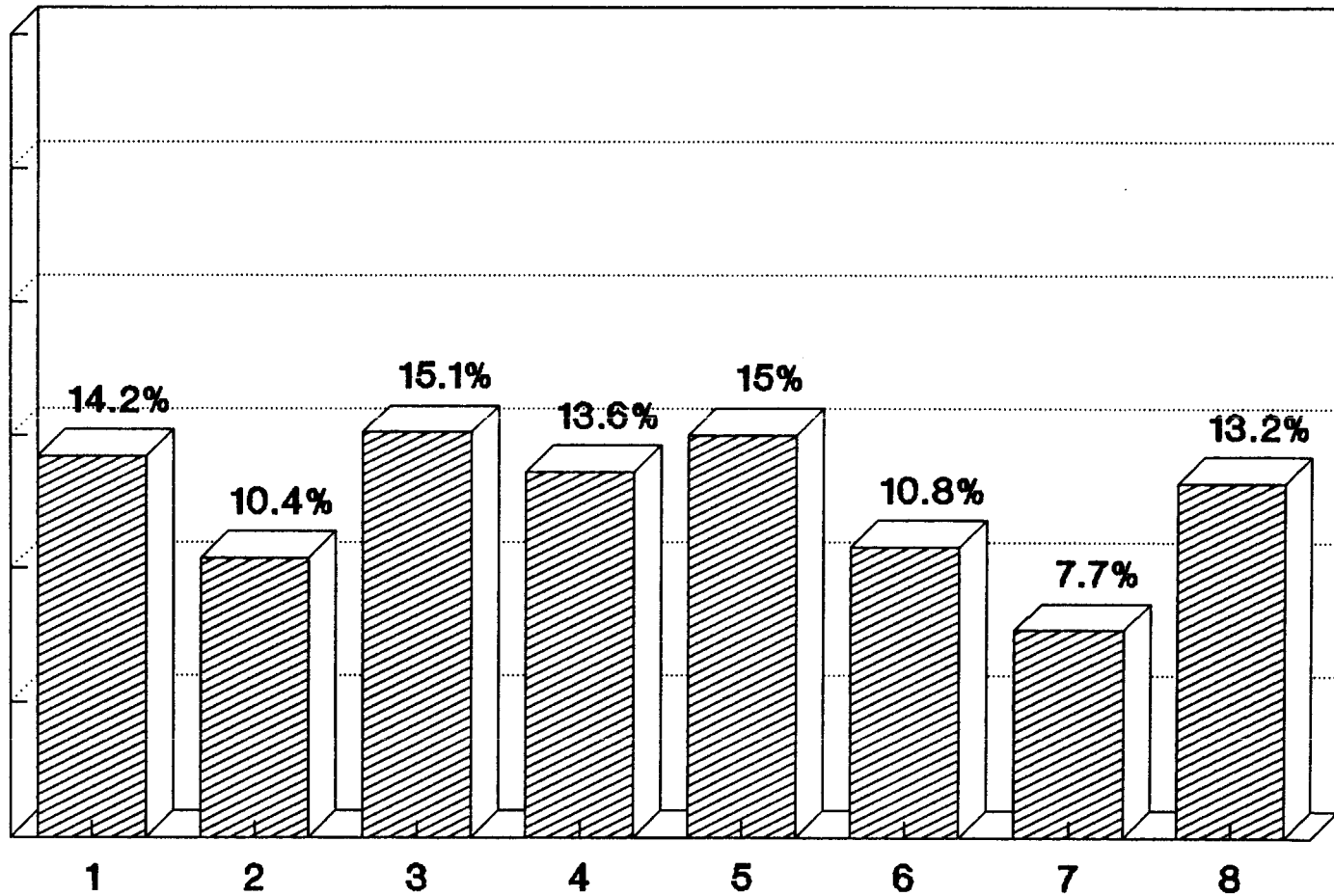
Iztapalapa con el paso del tiempo se ha convertido en un centro urbano donde se localiza una parte importante de la industria de la ciudad, característica que trae consigo un alto índice de contaminación que afecta a la población del lugar.

No solo las grandes empresas afectan el ambiente, y en México la contaminación es uno de los grandes problemas que requieren de pronta solución. El sector empresarial de Iztapalapa con sus pequeñas industrias, emite como principales agentes contaminantes al ruido con el 21.1%, representa el factor contaminante más molesto para la gente que aquí habita; la contaminación ambiental con el 20.7% propiciando con ello infinidad de enfermedades respiratorias; el desequilibrio en la fluidez de la vialidad sobre las principales avenidas es otro de los contaminantes con un 20.3% ;los desechos químicos y orgánicos así como el mal olor que las empresas despiden son otros componentes contaminantes que afectan al agua y el medio ambiente de esta región.

La contaminación es un problema que puede minimizarse a través del uso de tecnología más adecuada que la que actualmente existe en nuestro país, pues hay grandes cantidades de desechos que pueden reciclarse o bien realizar la transformación de productos a través de bienes de capital que permitan reducir los factores contaminantes.

SECTORES PROBLEMATICOS EN LAS EMPRESAS NIVEL DE CONFLICTO

PORCENTAJE



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

SECTORES PROBLEMATICOS EN LAS EMPRESAS.

NIVEL DE CONFLICTO.

Las organizaciones son producto del medio físico y social que les da vida y limita sus actividades. La naturaleza representa al medio físico que las provee de recursos y que los convierten en productos o servicios dirigidos al medio social. Partiendo de esta idea podemos considerar a las empresas como agentes de intercambio con su medio, que debido a constantes cambios, les impone la necesidad de identificar las oportunidades y peligros de su entorno, así como a los sectores que deben enfrentar.

Los sectores problemáticos en las empresas y el nivel de conflicto que afecta a éstas son los siguientes:

El ambiente competitivo que enfrentan las organizaciones, donde cada una se esfuerza en proporcionar un mejor servicio, es el factor de conflicto de mayor afectación a las empresas del sector industrial de Iztapalapa (15.1%).

Los proveedores representan un sector especial ya que; al proporcionar insumos necesarios para la producción de bienes o servicios a las empresas y en ocasiones les brindan apoyo financiero a través de crédito comercial; significan un sector problemático con un nivel del 15%. Este alto nivel se explica por el tamaño de las empresas, pues la mayoría de éstas son micro y pequeñas con liquidez y solvencia mínima, por lo tanto los proveedores limitan el crédito afectando la capacidad productiva.

Los clientes consumen los productos o servicios que ofrecen las organizaciones al contar con los medios económicos para adquirirlos, con su consumo aseguran la supervivencia de las empresas y por lo tanto éstas deben prestar especial atención a sus requerimientos y demandas. Pero no todas las empresas que se localizan en esta delegación cuentan con los recursos necesarios para realizar investigaciones de mercado con las cuales detectar las nuevas necesidades de sus clientes, es por ello que estos provocan un alto nivel de conflicto (14.2%).

Las autoridades son otro de los componentes del macroambiente empresarial que vigilan y limitan las actividades industriales a través de las leyes y reglamentos gubernamentales, esto con el fin de proteger a las compañías de otras compañías sobre prácticas desleales; a los consumidores por medio de la PROFECO (Procuraduría Federal del Consumidor); al medio ambiente natural a través de SEDUE (Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología); etc. Para las empresas objeto del presente análisis las autoridades representan el 13.6% de nivel de conflicto.

Los trabajadores ocupan un 13.2 % dentro de los niveles de conflicto, ésto nos indica que al factor humano se le dá especial atención y que los problemas que puedan producirse entre patrón y trabajadores no son difíciles de solucionar, ya que existe contacto frecuente entre ellos por ser empresas de pequeño tamaño.

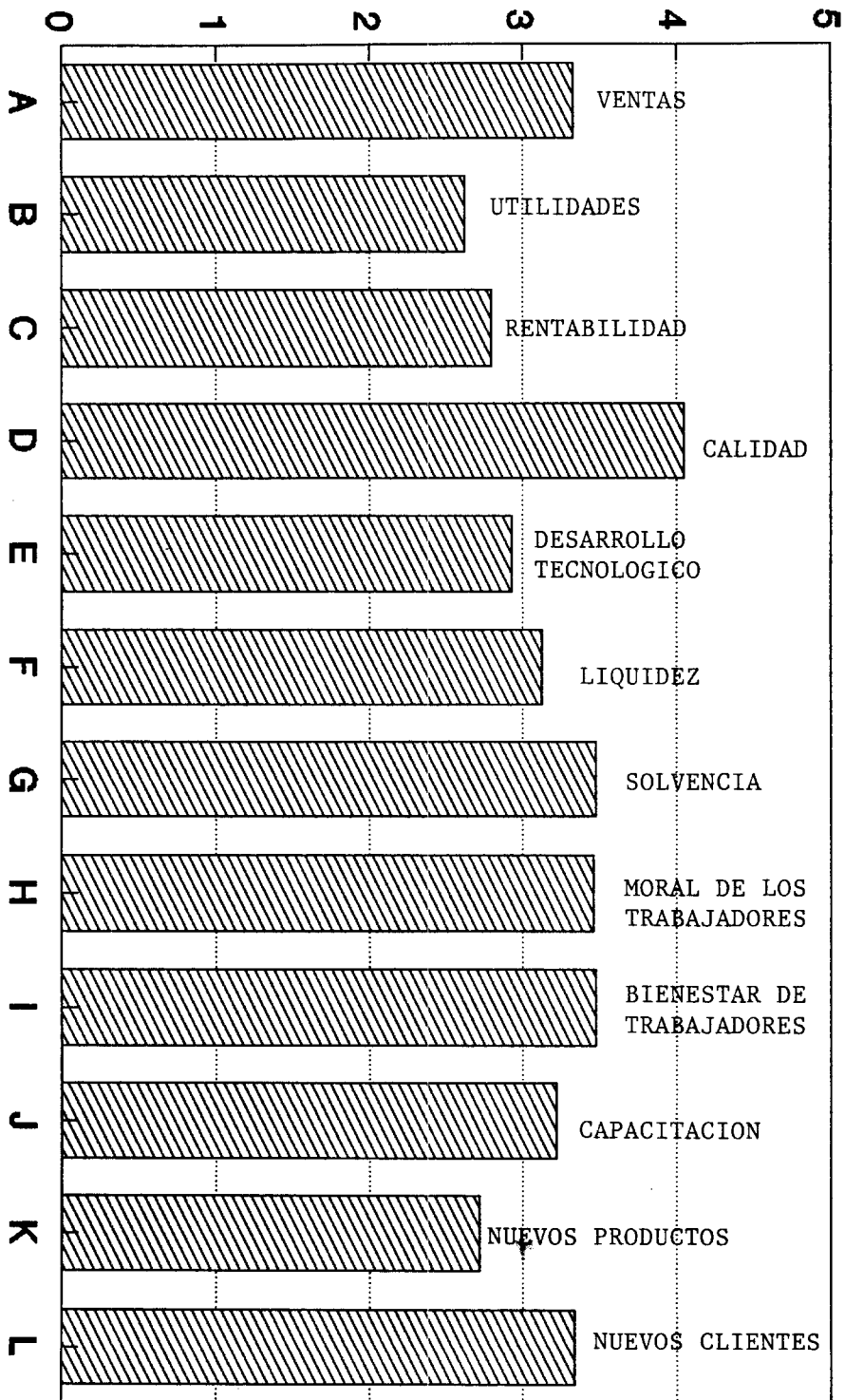
Los distribuidores son organizaciones externas a través de las cuales las empresas envían sus productos a los mercados finales. Representan un nivel de conflicto relativamente bajo (10.8%); ésto se debe a que las mismas empresas son las encargadas de realizar la distribución de sus productos, pues el concesionar la distribución implicaría altos costos que no están en condiciones de absorber.

Los bancos son organismos financieros que apoyan a las empresas con recursos o fondos frescos para promover su crecimiento, éstos muestran un bajo nivel de conflicto en las empresas de Iztapalapa (10.4%), como consecuencia de que los bancos para otorgar un crédito exigen infinidad de requisitos, que muchas organizaciones no pueden cubrir, es por ello que éstas no los solicitan o cuando lo hacen, a algunas no se les otorgan préstamos.

Los vecinos ocupan un 7.7% de nivel de conflicto para las organizaciones del lugar, que aunque no representan mayor problema, son un sector importante con el que se debe tener especial atención. El bajo nivel de conflicto se debe a que las empresas se localizan en zonas casi totalmente industriales, por lo que son pocas las casas habitación que puedan ser afectadas por la actividad industrial.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA

PROMEDIO.



AREAS

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

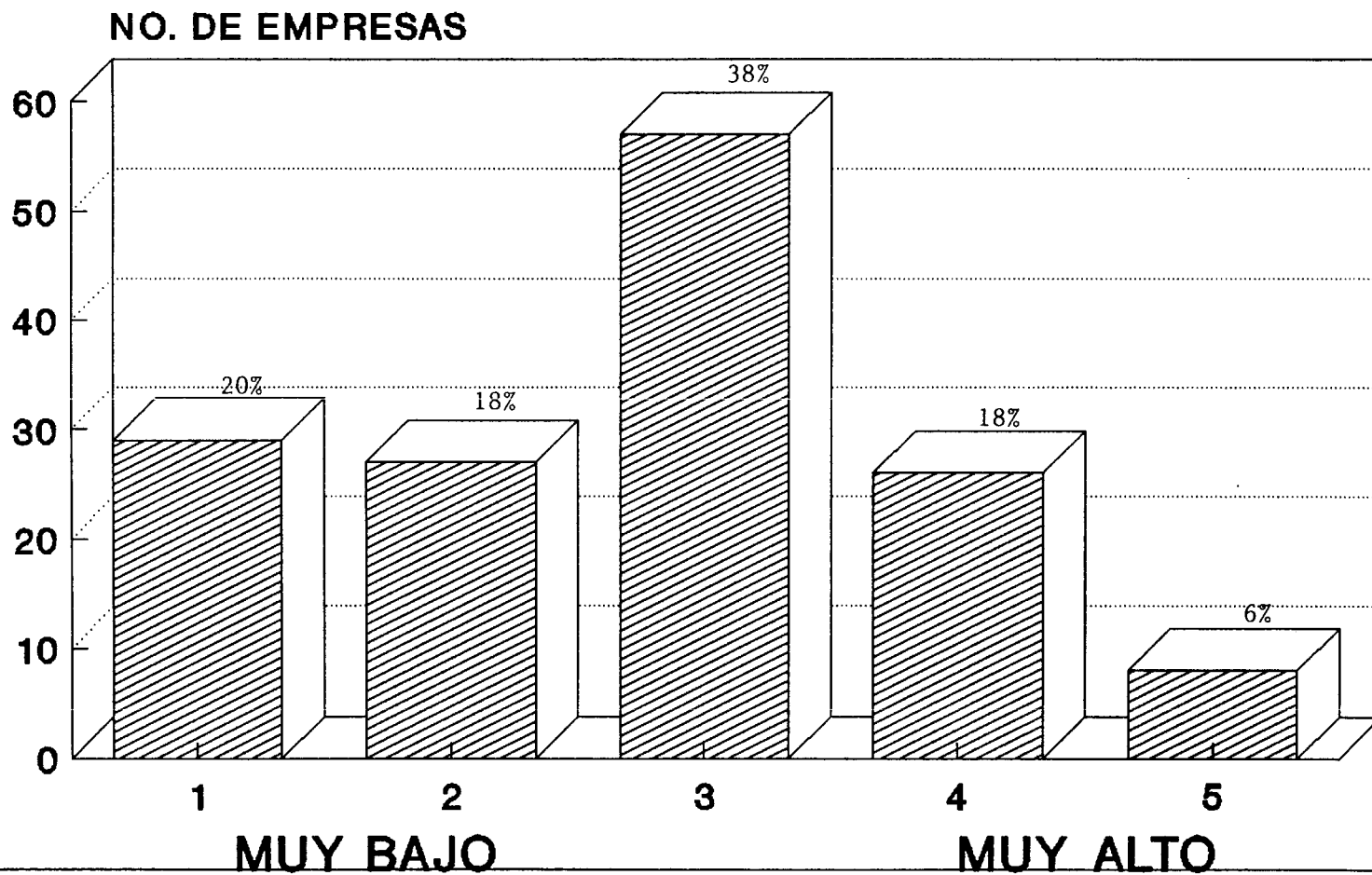
→ Toda empresa lucrativa se forma con el objetivo de proporcionar un bien o servicio a la sociedad y con la finalidad de adquirir beneficios o satisfacciones para ésta y sus capitalistas. Estos últimos son el resultado de la forma en que se desarrolle la administración dentro y fuera de la organización.

En las empresas encuestadas, en general, se ha alcanzado un buen nivel de satisfacción, considerando el tamaño, los problemas y necesidades que se presentan en la mayoría de ellas, pues observamos que la satisfacción alcanzada en cuanto a solvencia, moral y bienestar de los trabajadores, nuevos clientes y ventas es buena.

La calidad ha logrado el mayor nivel de satisfacción en las empresas, esto es producto de la atención que se ha puesto en ella. Entre los rubros en que menos se ha alcanzado se encuentran las utilidades, rentabilidad, nuevos productos y desarrollo tecnológico; debido a las circunstancias expuestas mas adelante, como son la baja capacidad de innovación, el tamaño, y en el caso del desarrollo tecnológico, debido al bajo porcentaje de ventas destinado a este fin.²⁷

²⁷ Ver pag. 149

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA UTILIDADES

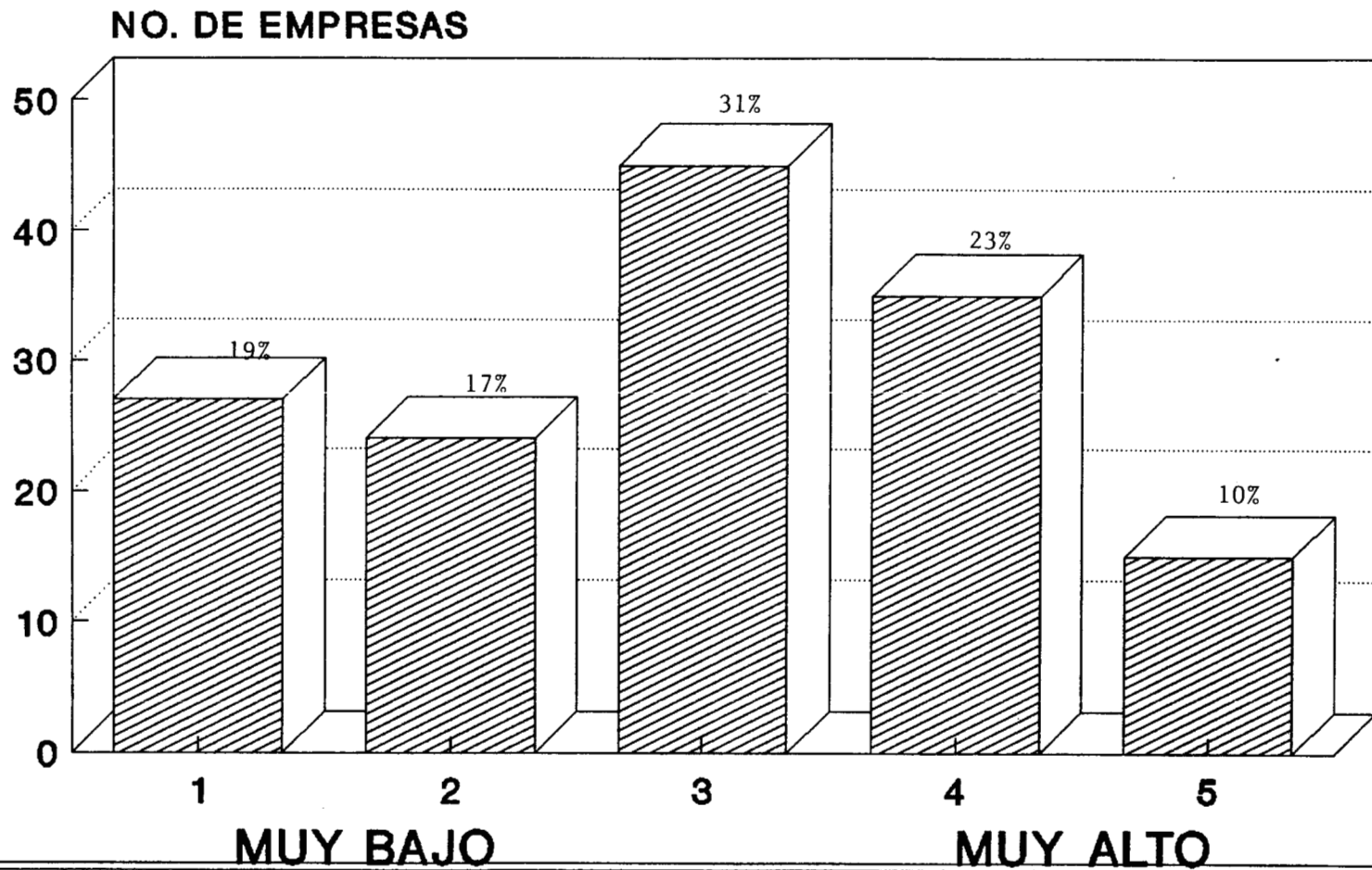


NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA. UTILIDADES.

Para las empresas lucrativas el objetivo de mayor importancia es la maximización de utilidades, ésta se puede lograr a través del equilibrio entre el riesgo y el rendimiento. Cuando la dirección de las empresas logra la maximización de los beneficios, proyecta una excelente imagen tanto al interior (Con empleados y funcionarios) como hacia el exterior (Dueños, proveedores, instituciones financieras, etc.); logrando con ello que los actuales propietarios deseen hacer mayores inversiones y contar con la posibilidad de acceso a financiamiento de terceros.

Sabemos que los rendimientos se miden a través de la diferencia que existe entre los ingresos y los gastos en un período determinado (1 año) y que cuando los propietarios y directivos de las organizaciones están dispuestos a asumir mayores riesgos obtendrán mayores rendimientos, en este caso el 24% de las empresas han obtenido un nivel muy alto de satisfacción en cuanto a utilidades, otra tercera parte de empresas se sitúan en el nivel medio, lo que nos indica que las utilidades obtenidas son satisfactorias, en contraparte observamos que las empresas restantes, poco más de la tercera parte, se encuentran en un nivel muy bajo de satisfacción en relación a las utilidades percibidas. Podemos decir que de continuar así la situación en este último caso las empresas se verán obligadas a cerrar, pues resultará incosteable su funcionamiento.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA RENTABILIDAD



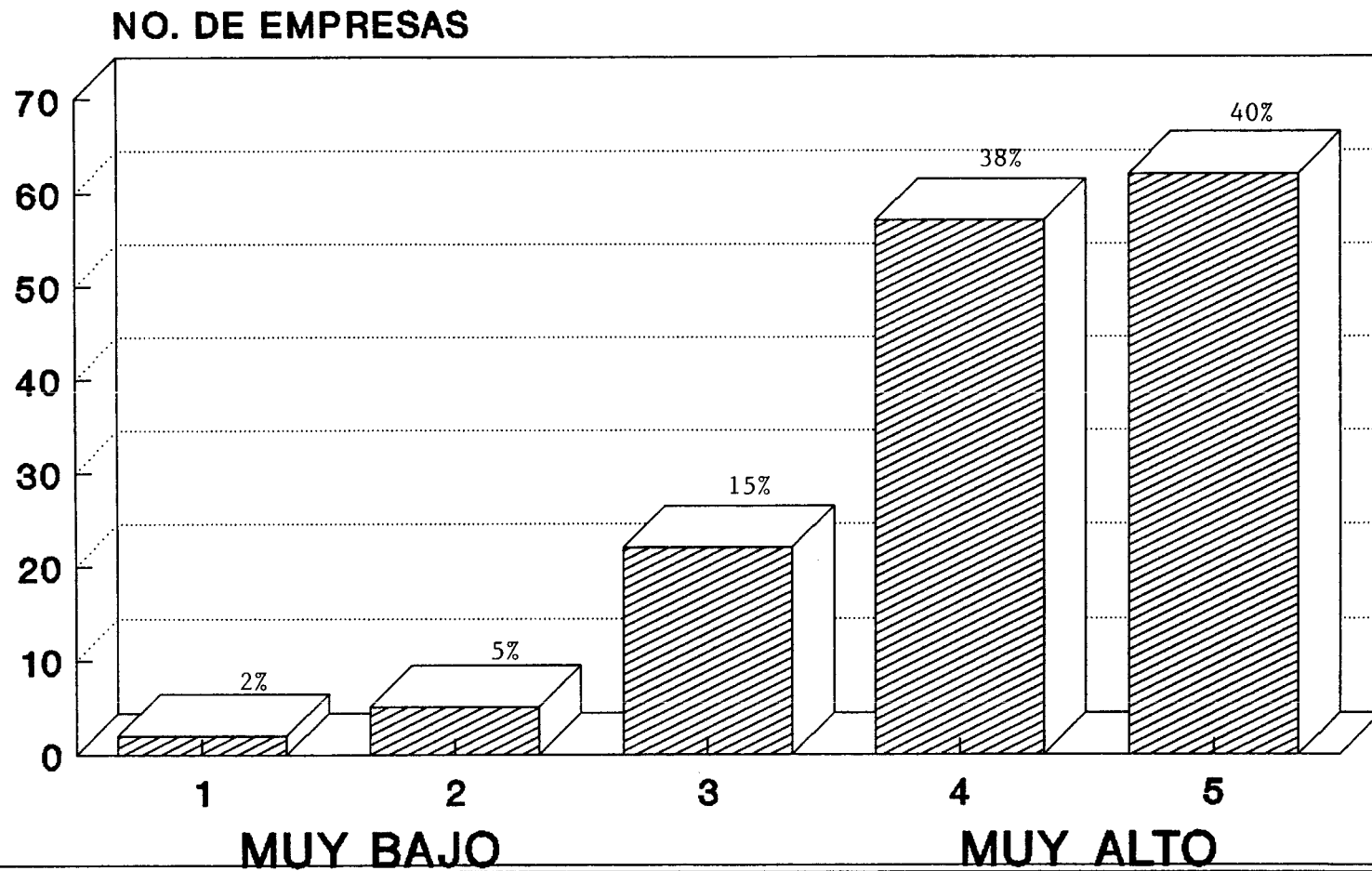
NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS. RENTABILIDAD

Los propietarios de las organizaciones, los cuales se reúnen en diferentes tipos de sociedades, aportan su esfuerzo, el capital básico y además soportan el riesgo que implica el buen desempeño de éstos, por lo tanto, es preciso que perciban los beneficios obtenidos por el uso de los recursos financieros utilizados. Tales beneficios están representados por el grado de rentabilidad alcanzado por las organizaciones en un período de tiempo determinado, la cual aumentará de acuerdo al riesgo, o sea que, a mayor riesgo mayor rentabilidad y viceversa, así mismo una empresa es más rentable en tanto adquiera más fondos (créditos) de terceros con un costo de capital accesible que permita aumentar la ganancia capitalista.

Por lo general las micro y pequeñas empresas no recurren a los diferentes tipos de financiamientos por desconocerlos o bien porque no cubren los requisitos que las Instituciones de Crédito exigen, hecho que no les permite entablar relaciones con ellas. Esto les limita su nivel de rentabilidad, ya que no reinvierten sus ganancias en tecnología, insumos, etc. que les permiten crecer y consolidar su negocio.

Algunas empresas que tienen la oportunidad de financiarse, logran un nivel satisfactorio de rentabilidad, tal es el caso de las dos terceras partes de firmas que conforman el sector industrial de Iztapalapa, a pesar de que la mayoría de estas son pequeñas y medianas, han aprovechado las facilidades que las Instituciones de Crédito ofrecen para otorgarles créditos.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA CALIDAD

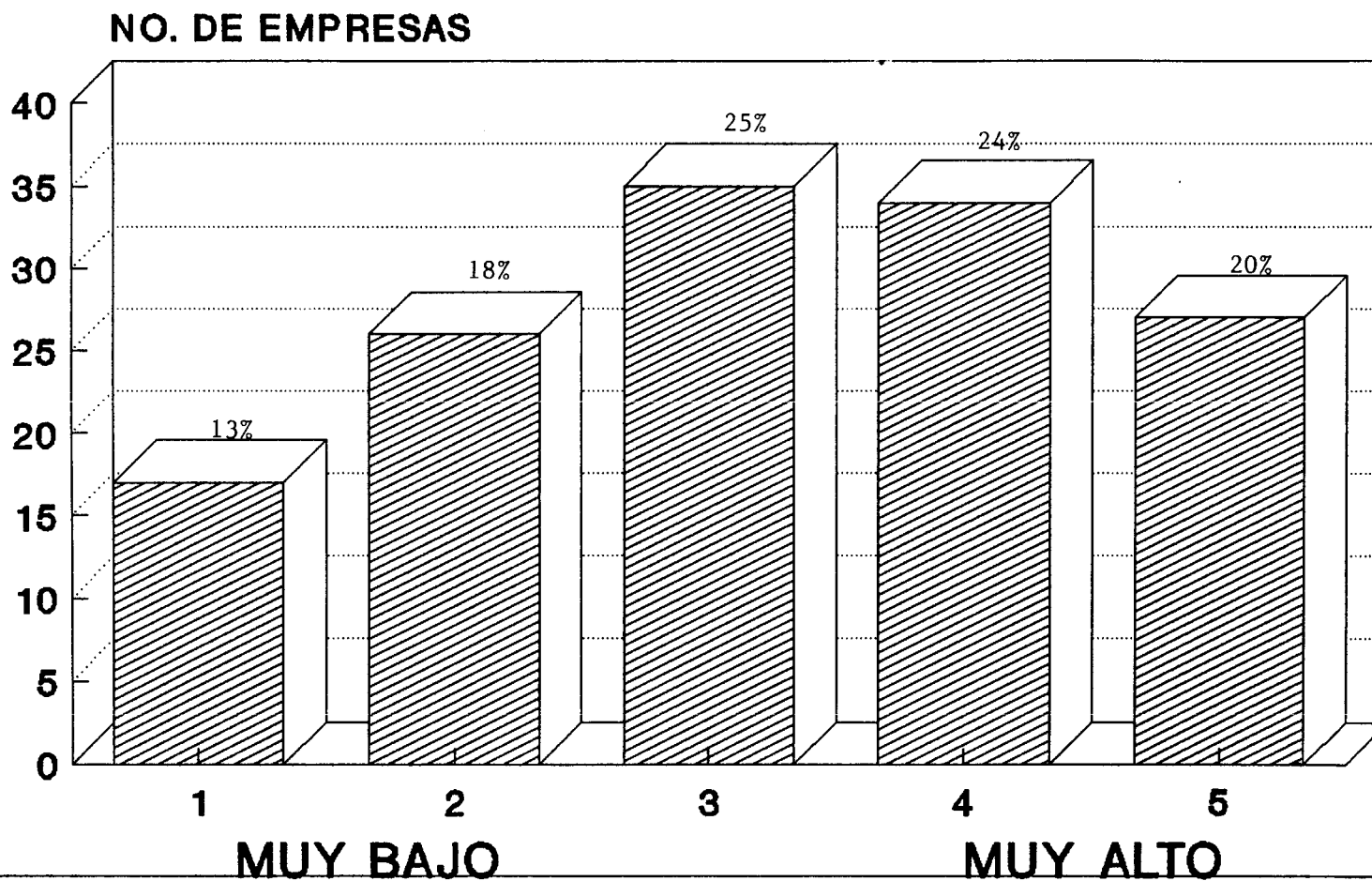


NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS. CALIDAD.

Todas las empresas tienen especial interés en elevar la calidad de sus productos y/o servicios, ya que ésta constituye una de las características de mayor relevancia que afecta la decisión de compra de los consumidores, además de que actualmente se está llevando a la práctica *La Calidad Total*²⁸, entre las firmas nacionales a fin de poder competir en el sector industrial cada vez más complejo, lleno de competidores de diferentes dimensiones y de clientes con distinta clase social, preferencia y poder de compra, por tal motivo el 93.4% de las compañías dedican su mayor esfuerzo para elevar la calidad de los bienes de producción o de los servicios que prestan, de ahí que ésta represente para ellas un nivel de satisfacción muy alto que les ayudará a consolidar su nivel de permanencia en el mercado. Sin embargo para otras firmas, 6.6% , elevar la calidad de producción no les es viable, porque no cuentan con los recursos tecnológicos que ello implica, limitandose a la obtención de niveles bajos de calidad, hecho que les puede traer el riesgo de desaparecer del sector económico, por no cumplir con las normas de calidad que establece la ley.

²⁸ El proposito fundamental de la calidad total es la satisfacción de los requerimientos tanto internos como del cliente. La responsabilidad de la calidad total es parte integrante de las funciones de los directores y gerentes así como de todos los niveles de la organización.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA DESARROLLO TECNOLOGICO



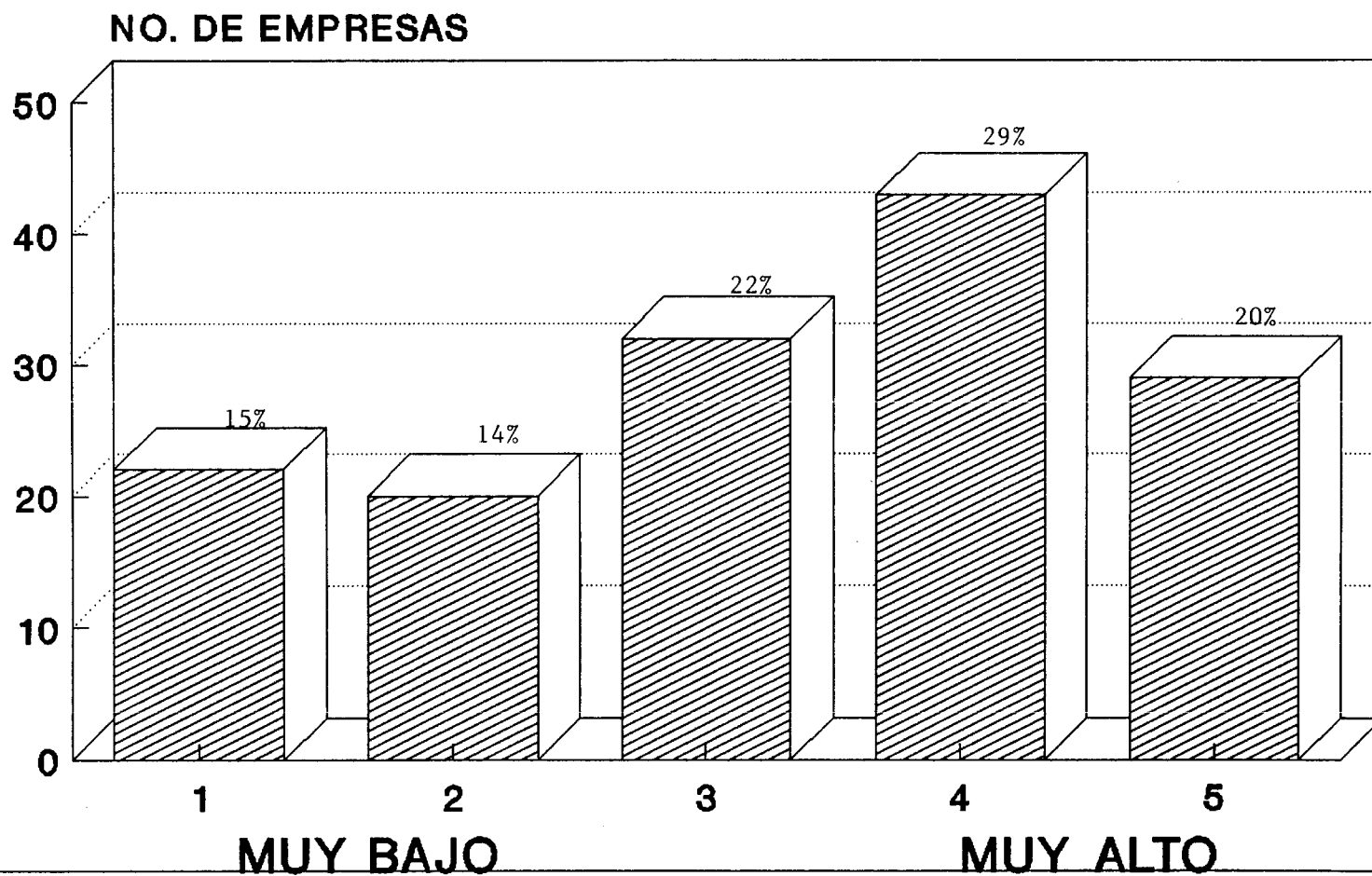
NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
DESARROLLO TECNOLOGICO.

Los directivos de muchas empresas opinan que el crecimiento y éxito de éstas depende en gran medida del Desarrollo Tecnológico, sin embargo como lo mencionamos en gráficas anteriores, en nuestro país la producción de bienes de capital y la creación de métodos de producción más eficientes en base a la tecnología actual, son muy limitados, además la mayoría de empresas mexicanas no tiene la posibilidad de adquirir tecnología y métodos de vanguardia que le ayuden a elevar su nivel de producción y disminuir sus costos.

A pesar de que los empresarios del este sector conocen sus limitaciones, una parte considerable afirma que su nivel de satisfacción en cuanto a la innovación tecnológica es muy alta, en nuestra opinión estas respuestas nos parecen apresuradas o fuera de lugar, ya que por información que ellos mismos nos proporcionaron sabemos que el porcentaje sobre el nivel de ventas que destinan para la investigación y desarrollo de tecnología es muy escaso. A menos que se tratase de nuevas industrias que se formaron con tecnología reciente.

Un porcentaje menor manifestó que es muy bajo el nivel de satisfacción alcanzado en cuanto al desarrollo tecnológico debido a las razones ya expuestas anteriormente.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA LIQUIDEZ



NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.

LIQUIDEZ.

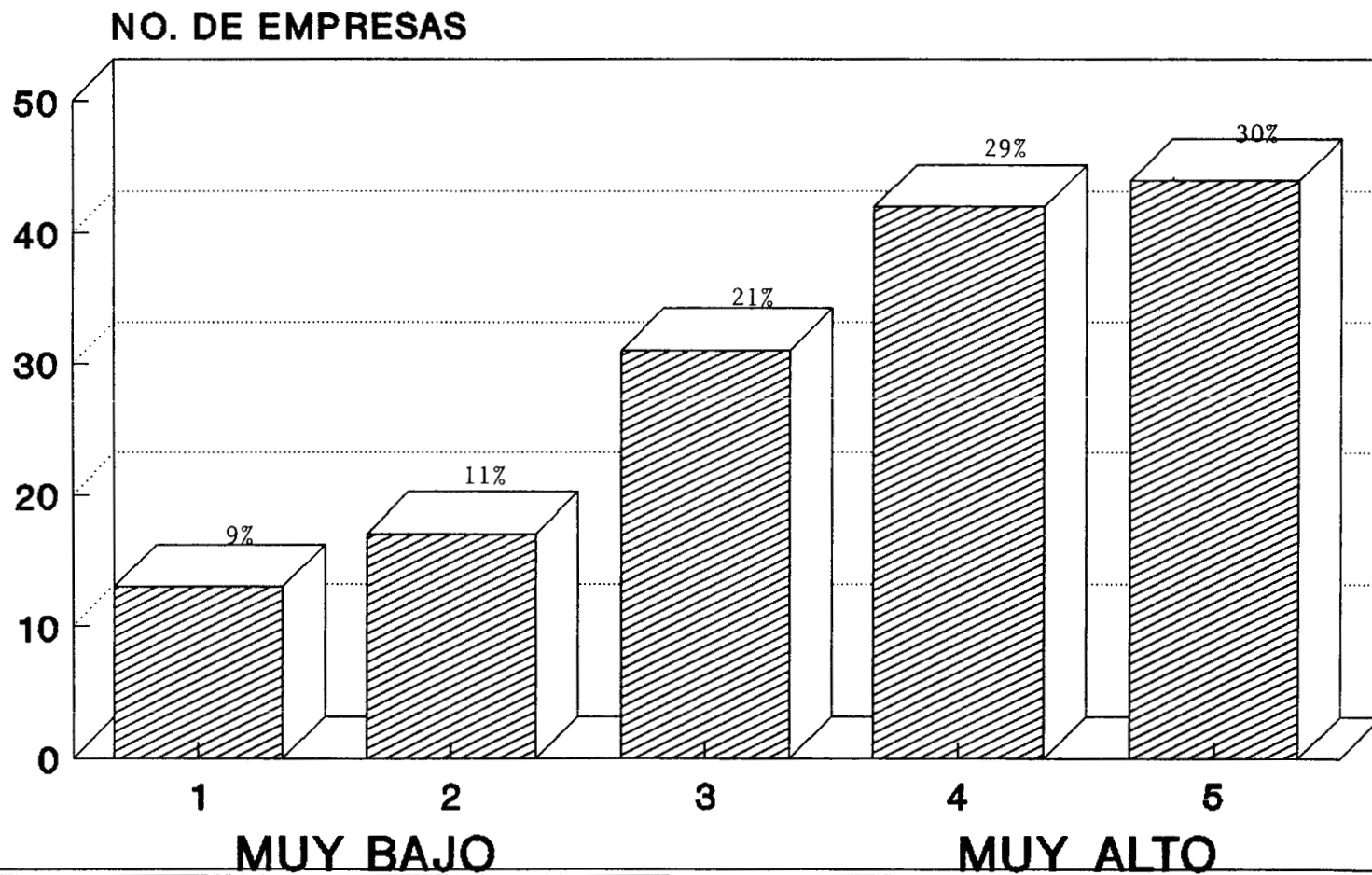
La liquidez es un elemento financiero importante para el éxito de las empresas, ya que éstas al mantener su capacidad de pago a Corto plazo aseguran la buena administración del Capital de Trabajo²⁹ con el cual realizaran sus operaciones cotidianas.

Dentro de las organizaciones del sector empresarial de Iztapalapa observamos que las dos terceras partes de éstas han logrado un nivel de satisfacción de liquidez alto, evento que nos indica su capacidad para hacer frente a deudas de corto plazo, (Créditos comerciales, préstamos de instituciones de crédito a corto plazo, proveedores, etc.) de aquí podemos deducir que por tratarse de pequeñas empresas trabajan más con activos circulantes (Caja, Bancos, Cuentas por cobrar a corto plazo, etc.).

También existen unas cuantas firmas que se sitúan en un nivel de liquidez muy bajo, esto las hace susceptibles de desaparecer del ramo industrial al que pertenecen, pues tienen dificultad para allegarse del capital de trabajo necesario para seguir manteniendo su producción y por ende su nivel de ventas, además de perder su participación en el mercado.

²⁹ Capital de trabajo es la relación entre el activo circulante y el pasivo circulante. Esto es, el efectivo y los valores realizables de manera inmediata como por ejemplo Bancos, Caja, Materia prima, etc.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA SOLVENCIA



130

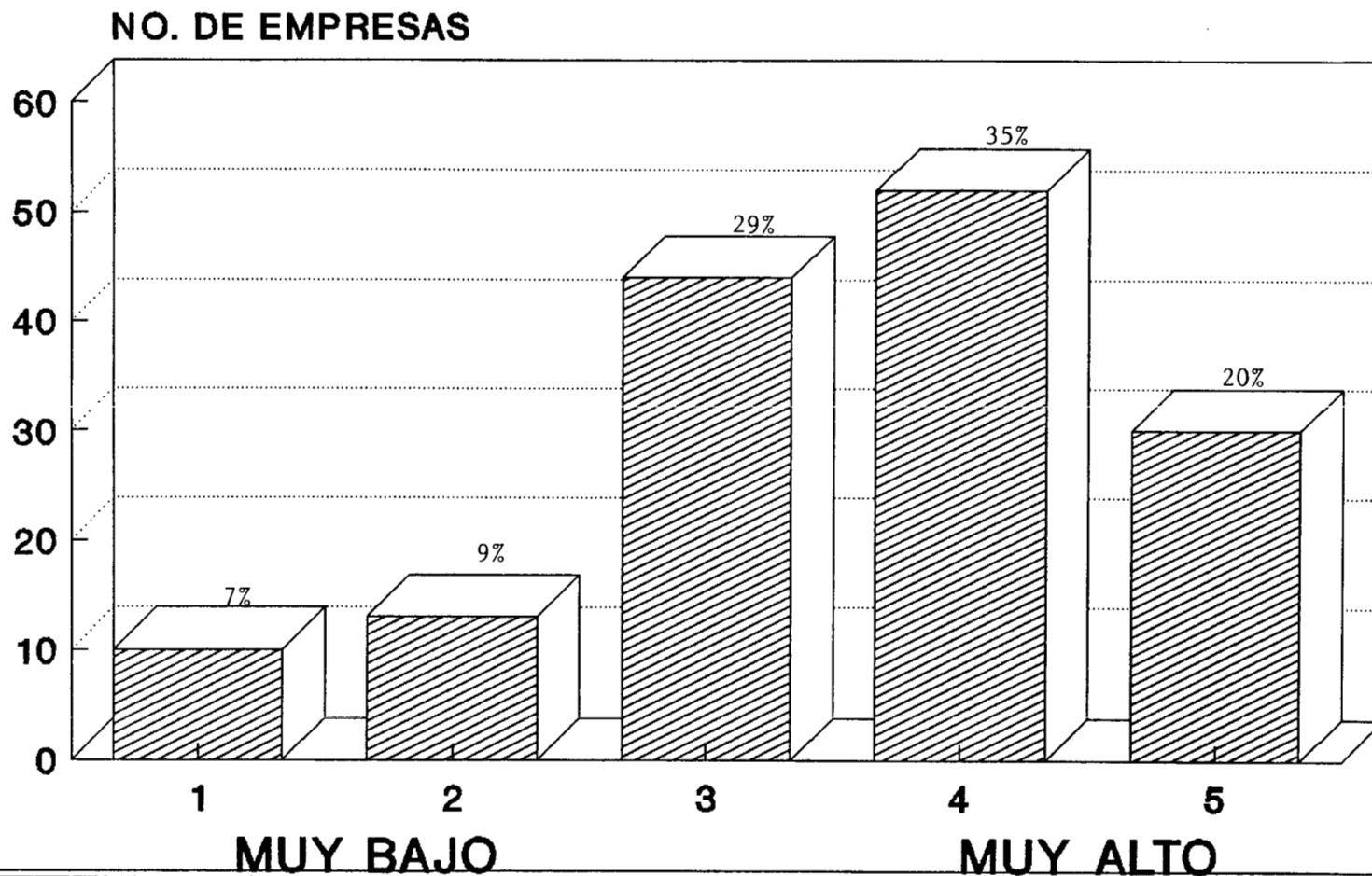
NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
SOLVENCIA.

Notamos en la gráfica que el nivel de satisfacción en cuanto a la solvencia alcanzada por el 59% de las empresas es muy alto, lo cual quiere decir que estas cuentan con la capacidad financiera suficiente para hacer frente a sus deudas a largo plazo, las que están representadas por el conjunto de bienes que poseen, (Maquinaria y equipo, terrenos, edificios, instalaciones, etc.) este nivel de solvencia les podría servir para que se alleguen de recursos frescos, producto de financiamiento de terceros.

Otro 21% de firmas se sitúan en un nivel medio de solvencia, éstas compañías se enfrentan a difíciles problemas económicos, ya que al no contar con bienes que respalden sus compromisos financieros, les resulta difícil adquirir bienes de capital y propiedades con que hacer crecer su negocio.

El resto de organizaciones (20%) se caracterizan por contar con un nivel de solvencia muy bajo, lo cual nos indica que pueden correr el riesgo de desaparecer a causa de su incapacidad para hacer frente a la competencia nacional e internacional.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA MORAL DE LOS TRABAJADORES



NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
MORAL DE LOS TRABAJADORES.

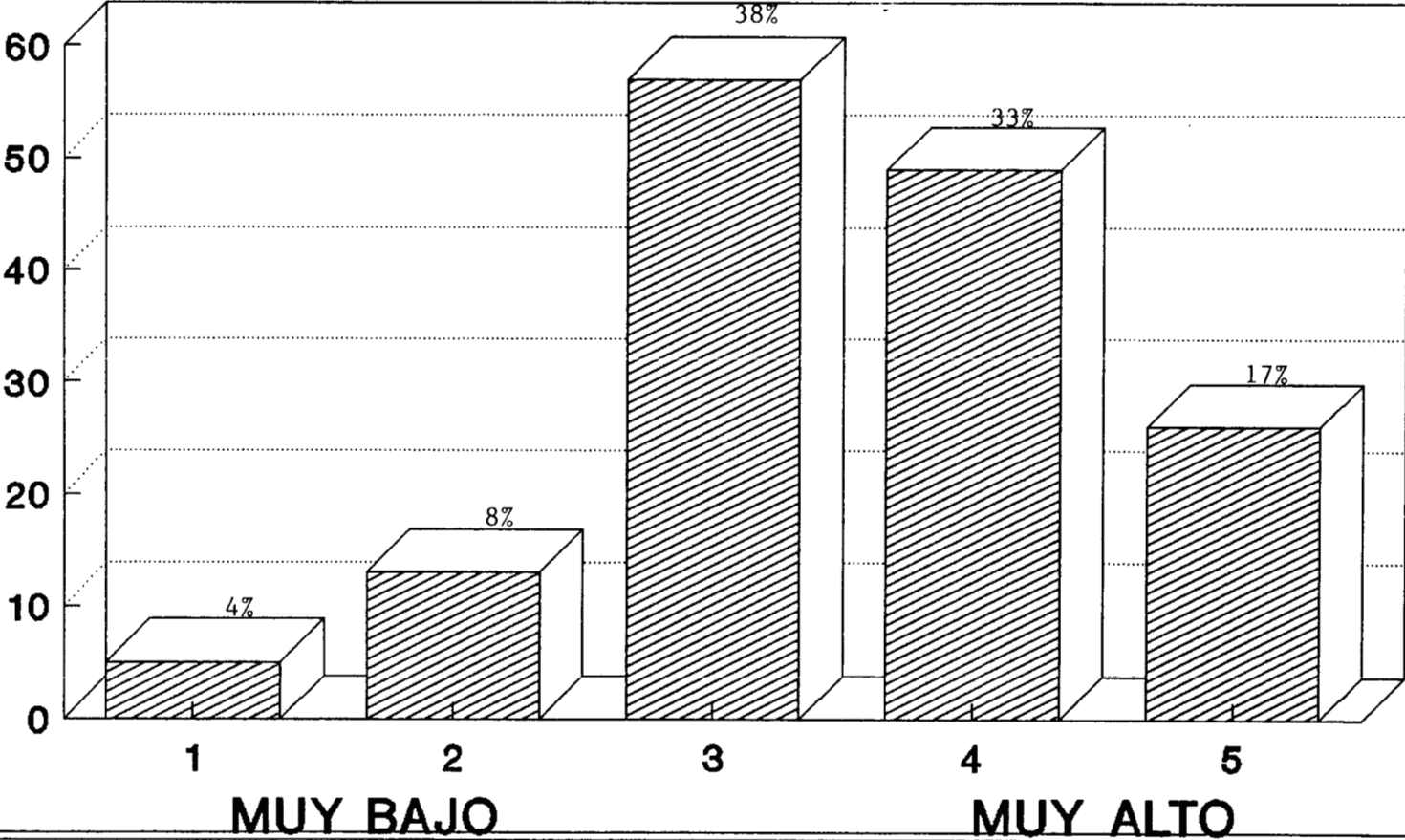
Las empresas cuentan con una estructura formal de donde emanan los niveles jerárquicos y la autoridad, a éstos deben sujetarse los integrantes de las mismas , sin embargo, existe también dentro de cada organización una estructura informal que presiona y es de gran peso en el desempeño laboral de los individuos y en consecuencia de la organización. Por otra parte todos los trabajadores tienen una moral, la cual se refiere a los principios éticos que rigen su comportamiento dentro y fuera de las organizaciones.

Una gran parte de las empresas que se encuentran dentro de Iztapalapa han alcanzado un nivel alto de satisfacción en la moral de sus trabajadores, ya que como explicamos anteriormente han prestado atención a los aspectos culturales más relevantes que caracterizan el proceder de su personal.

Muy pocas organizaciones se situaron en un nivel muy bajo en este aspecto, por las razones anteriormente descritas.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES

NO. DE EMPRESAS



MUY BAJO

MUY ALTO

134

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES.

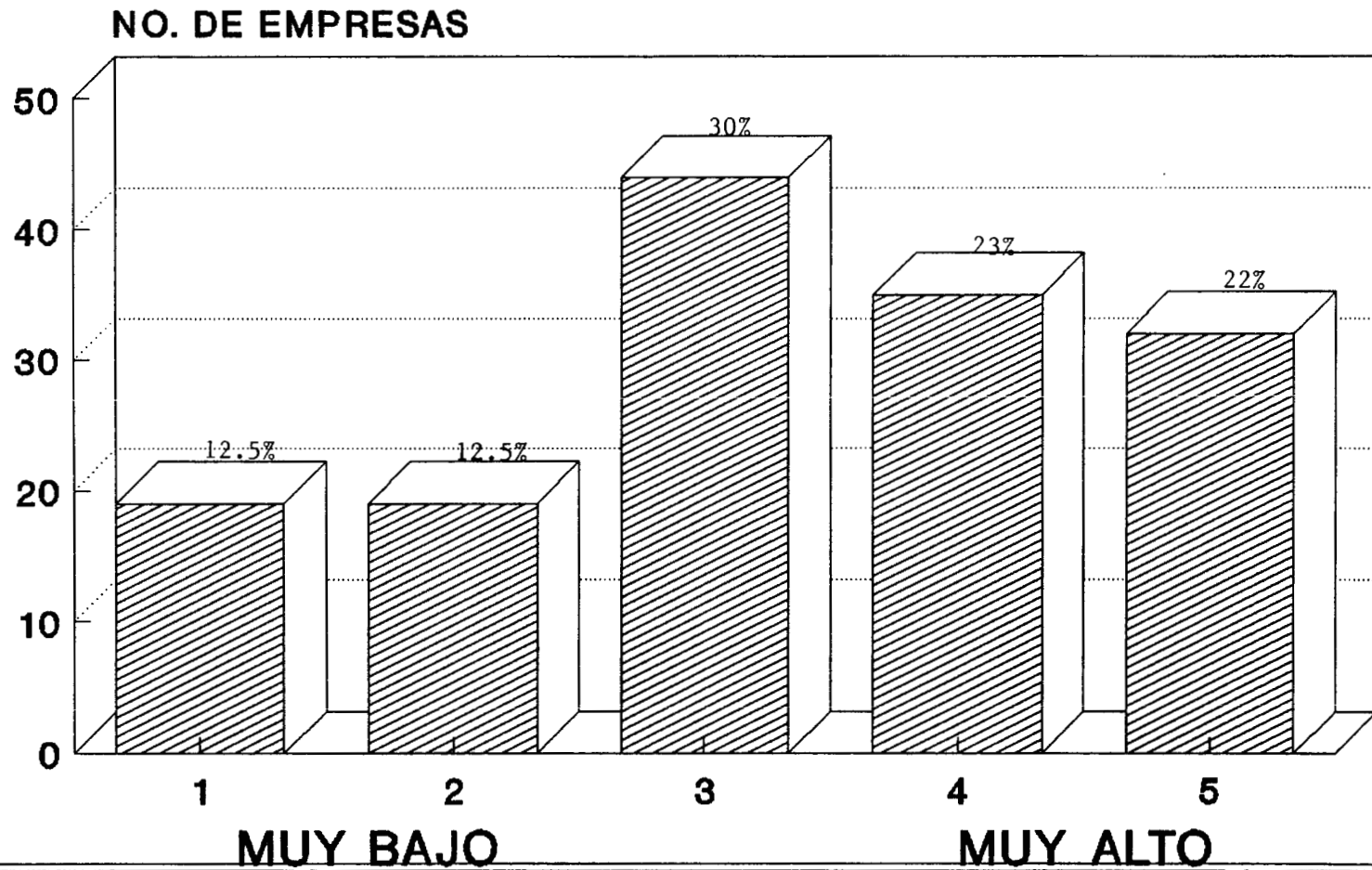
Las empresas deben tratar de motivar a sus empleado mediante mejores prestaciones, remuneraciones, condiciones de trabajo, clima organizacional, etc. para que éstos a su vez aporten su mejor esfurezo y dedicación en beneficio personal y de las organizaciones.

El administrador juega el papel de mediador entre los intereses del capitalista y los de los trabajadores, inclinandose mas, generalmente, hacia los del dueño de los medios de producción por sentirse comprometido con estos últimos. Esto sucede generalmente en compañías medianas o grandes.

En el caso de Iztapalapa, la mayoría de las firmas han alcanzado un nivel alto de satisfacción de sus trabajadores logrando con ello, a pesar de su tamaño, sobrevivir en su sector.

Existen otras (12%) que no le dan la debida importancia al personal que las integra, causando con ésto, el descontento de la fuerza de trabajo que en cierto momento puede poner en peligro la estabilidad y crecimiento de las mismas.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA CAPACITACION



136

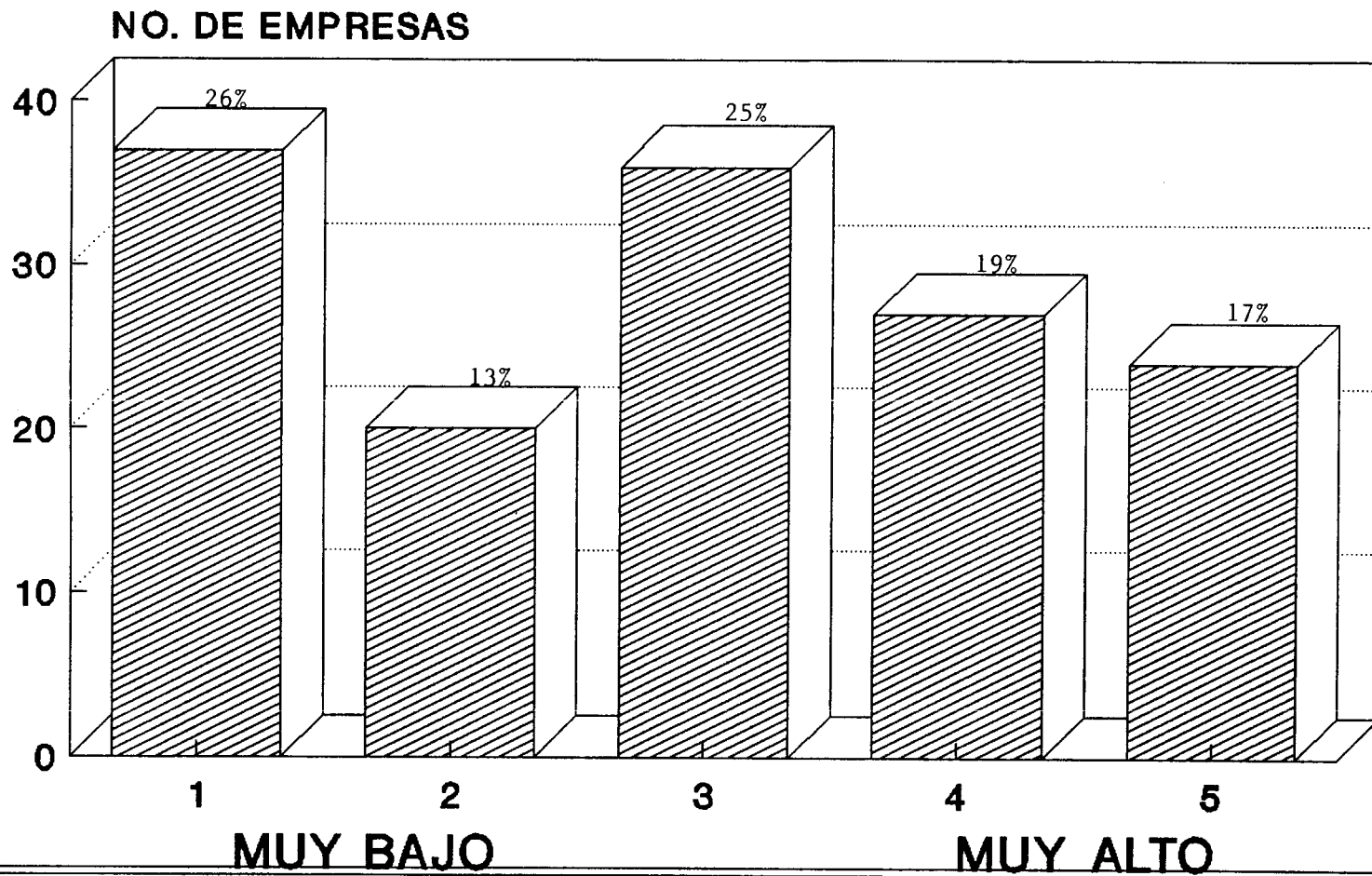
NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
CAPACITACION.

La Asociación de Empresarios de Iztapalapa preocupada por el bienestar de sus integrantes ofrece la formación necesaria para que éstos adquieran las habilidades y conocimientos que se requieren para el mejor manejo de sus bienes de capital, instalaciones, procesos productivos, etc. La capacitación es esencial en las organizaciones como un derecho para los trabajadores (Art. 153-A y 153-X de la Ley Federal del Trabajo), y además como necesidad de las compañías para mejorar su posición y participación en el mercado.

De la muestra tomada para la presente investigación se observa que sólo unas cuantas empresas tienen un bajo nivel de satisfacción en el área de capacitación (25%), esto puede deberse a la limitación que tienen para la adquisición de cursos de capacitación adecuados a sus necesidades.

Por otro lado un mayor número de firmas si pueden allegarse de asesorías y programas de entrenamiento, adiestramiento y capacitación, o en todo caso, debido a su tamaño (micro) no requieren de capacitación o adiestramiento alguno, ya que la tecnología de que hacen uso es muy simple, por lo tanto, el nivel de satisfacción alcanzado es elevado.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA NUEVOS PRODUCTOS



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.
NUEVOS PRODUCTOS.

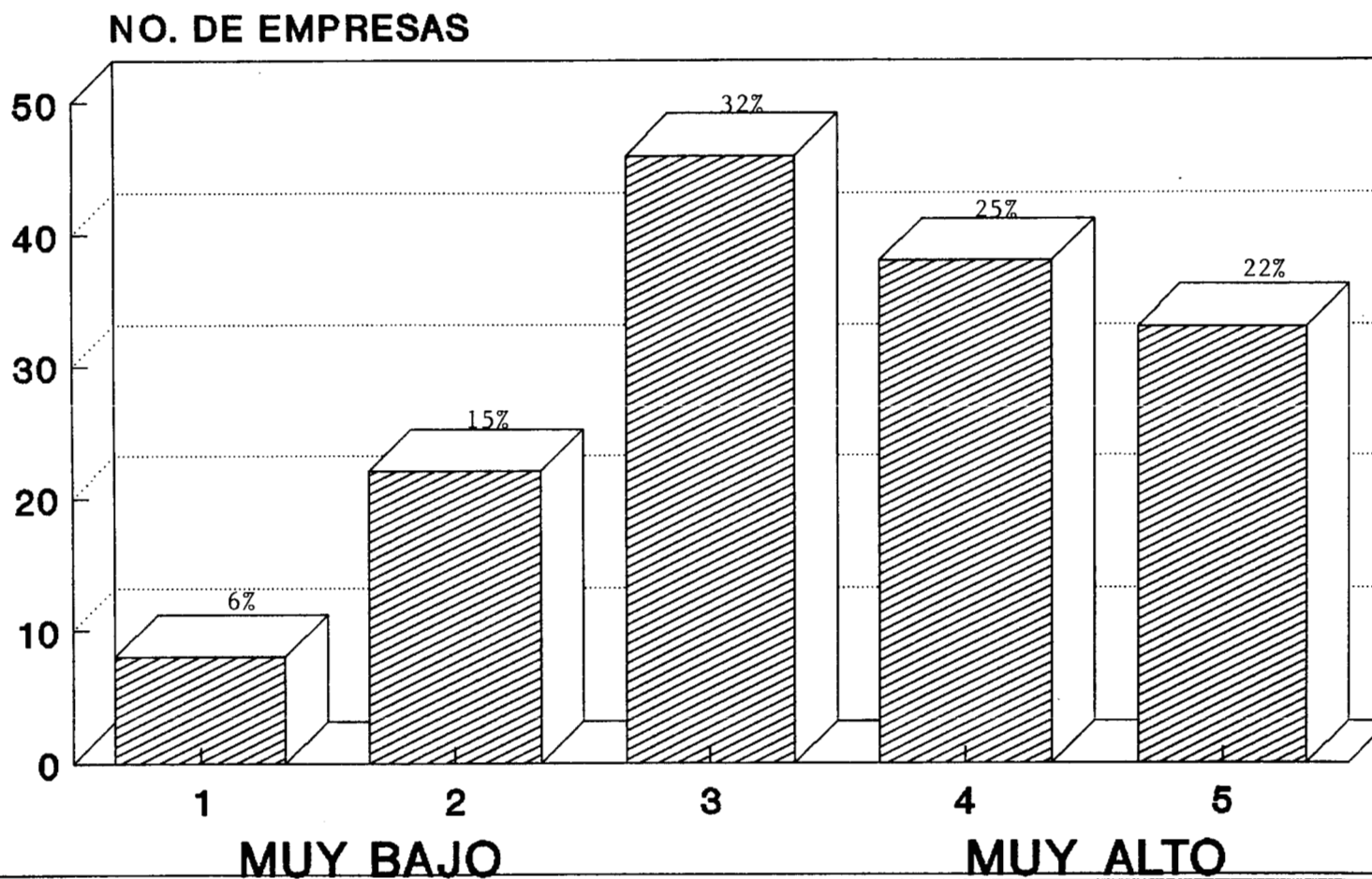
La estrategia competitiva genérica de diferenciación³⁰ tiene por objeto hacer cambios en los productos o servicios actuales que ofrecen las empresas, para lanzarlos como nuevos productos y que éstos sean percibidos en el mercado como únicos. La innovación de los productos puede ser en diseño, imagen de marca, elevar la calidad, mejorar el servicio al cliente, etc. Esta estrategia implica costos elevados y una constante investigación para ir a la vanguardia tecnológica y en consecuencia obtener la lealtad de los clientes, además de representar una barrera de ingreso de posibles competidores.

Como ya se menciona antes, en nuestro país es bajo el nivel de innovaciones que han alcanzado las empresas nacionales y sobre todo las micro y pequeñas, esto se ve reflejado en el bajo nivel de satisfacción alcanzado en la creación de nuevos productos por la tercera parte de empresas que se localizan en Iztapalapa.

El resto de organizaciones han alcanzado un nivel medio y alto de fabricación de nuevos bienes o servicios, que les permite ser competitivos. Esto demuestra la capacidad de innovación que tienen sus directivos y/o a la capacidad económica para financiar la investigación de nuevos productos a través de expertos.

³⁰ Porter Michael. "Estrategias Competitivas Genéricas" En Estrategia Competitiva. Ed. CECSA. México 1985 p. 58.

NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LA EMPRESA NUEVOS CLIENTES



NIVEL DE SATISFACCION ALCANZADO POR LAS EMPRESAS.¹⁴⁰
NUEVOS CLIENTES.

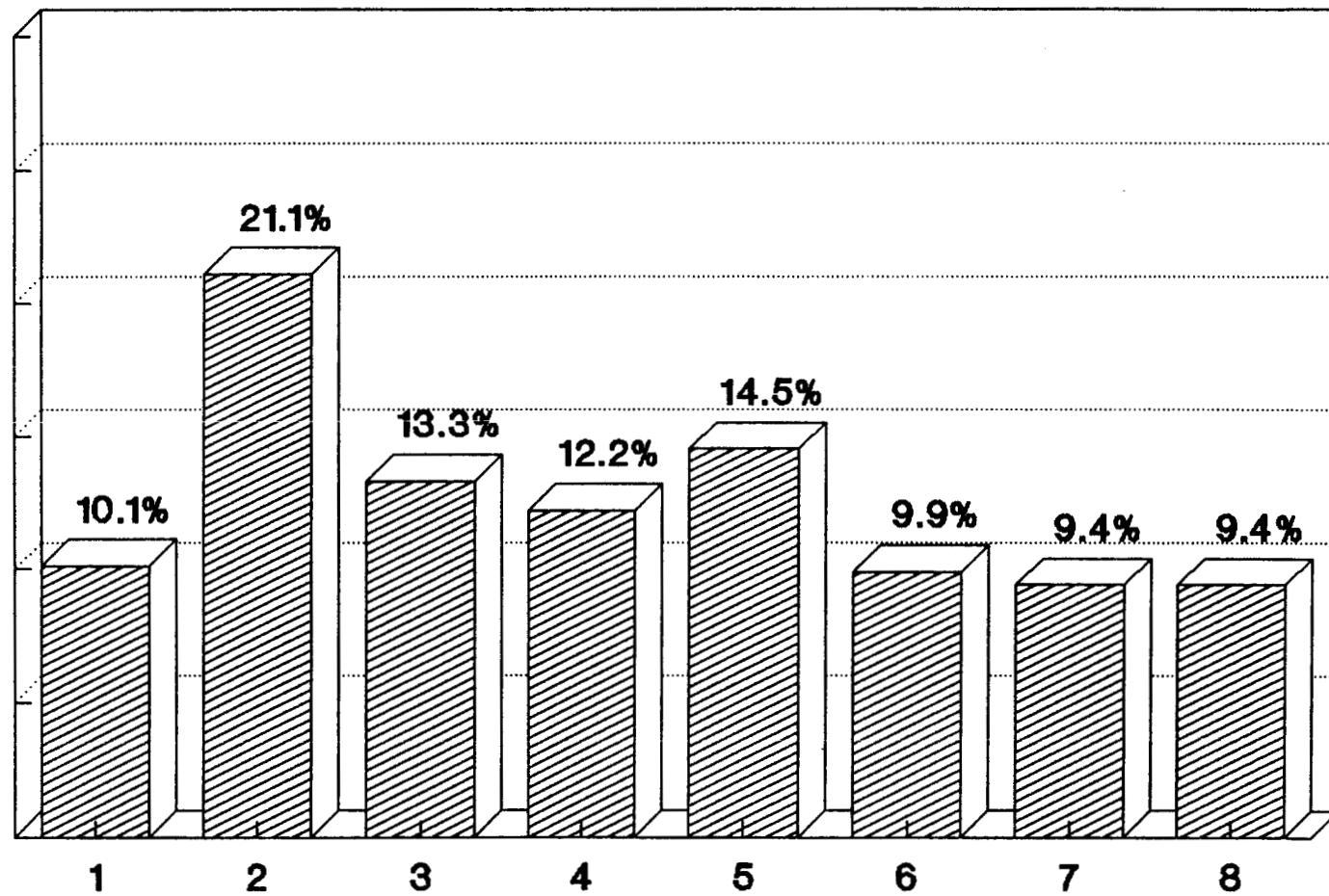
Las empresas se encuentran en diferentes sectores de la industria, en cada uno se enfrentan a un gran número de competidores, es por ello que las compañías, a partir del tipo de bien o servicio que ofrecen, segmentan sus mercados hacia los cuales dirigen sus mayores esfuerzos. Sin embargo para poder coexistir en un macroambiente tan competitivo deben buscar atraer nuevos clientes, lo que les traerá en consecuencia un considerable incremento en el volumen de ventas para mejorar su posición en el mercado, elevar su rendimiento sobre la inversión y generar mas empleos.

Conscientes de lo antes expuesto, la mayoría de los directivos, a pesar de la limitación de recursos financieros y humanos capacitados, han realizado esfuerzos por alcanzar un nivel aceptable de satisfacción en la captación de nuevos clientes (segmentos de mercado) para garantizar su permanencia en el mercado y ayudar en el crecimiento de la economía nacional.

Por otro lado, también encontramos algunas organizaciones con un nivel muy bajo de satisfacción, a causa de la imposibilidad de conseguir nuevos clientes para sus productos o servicios.

PROCESO DE PLANEACION DE LAS EMPRESAS ACTORES QUE IMPONEN RESTRICCIONES

PORCENTAJE



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

IZTAPALAPA

PROCESO DE PLANEACION DE LAS EMPRESAS.

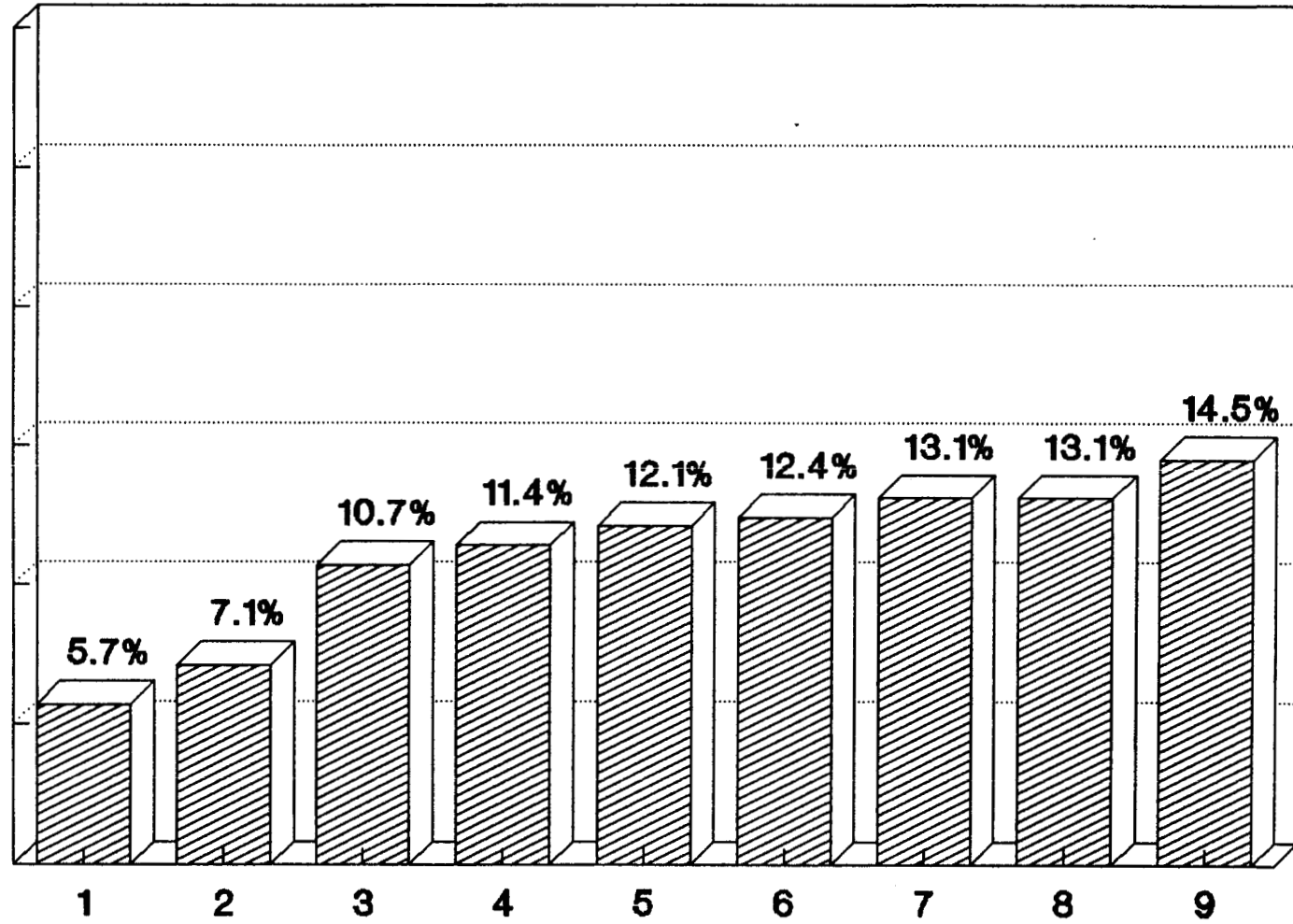
ACTORES QUE IMPONEN RESTRICCIONES.

Existen diferentes actores de la economía nacional que limitan las actividades de las organizaciones entre los cuales se encuentran:

Los vecinos con un 9.4%, que juegan un papel poco importante dentro del contexto externo de las empresas, en el sentido de que éstos les exigen disminuir los elementos contaminantes para no ver afectada su salud; los distribuidores (9.9%), que condicionan la entrega de los productos y exigen un amplio margen de ganancia; los empleados por su parte (9.4%), afectan la vida de las empresas en ocasiones de manera positiva elevando la productividad y en otras de manera negativa cuando se levantan en huelga; las instituciones financieras afectan la funcionalidad de las firmas cuando no les dan fácil acceso a recursos a bajo costo por ello ocupan un 10.1%; las autoridades imponen lineamientos fiscales y jurídicos que se deben cumplir oportunamente; la competencia 13.3% es muy importante, pues generalmente se enfrentan a ellos con el afán de lograr mayor captación de clientes; finalmente se sitúan los proveedores y los clientes con un 14.5% y 21.1% respectivamente, los primeros piden a las organizaciones ciertos requisitos para otorgarles el crédito necesario para que adquirieran sus insumos y los segundos necesitan una especial atención, ya que una de las preocupaciones principales de cualquier organización es satisfacer al cliente.

OBJETIVOS QUE PERSIGUEN LAS EMPRESAS

PORCENTAJE



OBJETIVOS QUE PERSIGUEN LAS EMPRESAS¹⁴⁴

Las unidades de negocios, para lograr el éxito en el mercado y sobresalir respecto de la competencia, necesitan diseñar estrategias que les permitan alcanzar sus objetivos, con los cuales resaltarán sus características de identidad.

En el presente estudio, se clasificaron 9 categorías, a las que los directivos les asignaron diferentes jerarquías de acuerdo a sus juicios y objetivos, con el fin de determinar las de mayor importancia.

Destacan en primer instancia la productividad con el 13.1% y la calidad con 14.5% de acuerdo al criterio de los directivos de las organizaciones objeto de estudio. Sabemos que de la productividad y de la calidad dependerá la aceptación que el público consumidor les brinde y por consiguiente el éxito de esas empresas en su sector industrial.

La utilidad (12.4%) y la rentabilidad (13.1%) son dos medidas de beneficio que persigue el capitalista, pues de ellas depende el logro de mayor acumulación de capital, para mantener un nivel adecuado de inversión hacia el crecimiento del negocio y así generar más empleos.

Las firmas del sector de Iztapalapa, al igual que las del país en general, buscan ingresar a nuevos mercados para captar un mayor número de clientes y así lograr incrementar sus ventas y rentabilidad. El objetivo de introducción a nuevos mercados (12.1%) que persiguen las empresas está dada en la medida en que éstas cuenten con la estructura, capacidad productiva, tecnología, factor humano y recursos financieros para atender el incremento en la demanda. Al respecto cabe mencionar que las empresas para abarcar nuevos mercados deben erogar grandes capitales en investigaciones de mercado e investigaciones tecnológicas, por lo que resulta inconveniente a las micro y pequeñas empresas.

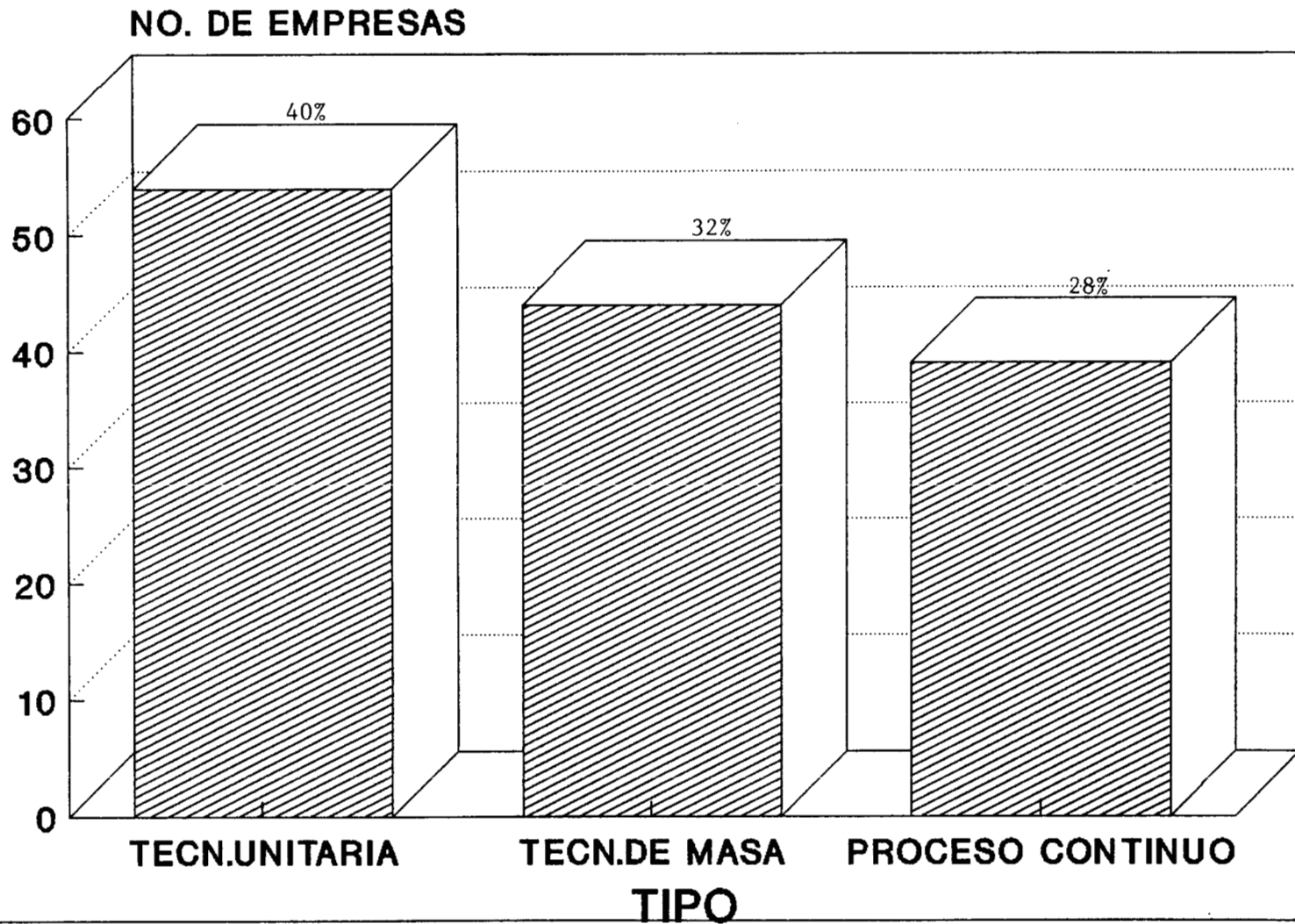
El esfuerzo y cooperación de los integrantes de la orga

nización es importante, de aquí ¹⁴⁵ que el bienestar de los trabajadores ocupe un (11.4%) dentro de las preocupaciones de los administradores, esto es, por el hecho de que cuando los empleados se identifican plenamente con las organizaciones, muestran lealtad e interés para hacerla crecer.

Es cierto que las organizaciones al servir eficazmente a la sociedad manteniendo una imagen impecable y creando artículos o adecuando los existentes aseguran el éxito comercial, aunque podemos observar que los empresarios les dan una importancia menor a la imagen de las empresas (7.1%) y la capacidad de generación de nuevos productos (10.7%),

No obstante que las empresas son creadas para satisfacer necesidades en beneficio de la sociedad, en la realidad los empresarios no le dan importancia a este aspecto, ya que éste se sitúa en último lugar con un 5.7%.

TIPO DE TECNOLOGIA DE LAS EMPRESAS



Las organizaciones tienen como finalidad principal la de proporcionar bienes o servicios necesarios de acuerdo a su tecnología y de utilidad social. Estos deben ser costeables para la sociedad, es decir, que los consumidores queden satisfechos con el bien o servicio de acuerdo al precio que pagan por adquirirlo y además que las empresas puedan obtener una rentabilidad y utilidad económica atractiva que les permita desarrollarse y permanecer en el sector industrial.

Para que se lleve a cabo la producción dentro de las entidades económicas, es necesario que cuenten con tecnología adecuada a las características del producto que se pretenda elaborar y con un eficiente proceso de fabricación.

El sector industrial mexicano se ve limitado en su nivel de tecnología y el vertiginoso avance tecnológico, con sus innovaciones en robótica, telecomunicaciones y computación, han venido desplazando las antiguas formas de organización de la producción, evento que obliga a las empresas a buscar alternativas para modernizarse.

Si bien es cierto que la tecnología reduce costos en la producción, también debe reconocerse que desplaza mano de obra, degrada el trabajo humano y propicia la descalificación del mismo, convirtiéndolo en fuerza de trabajo "polivalente"³¹

³¹ Categoría que se da al obrero cuando éste tiene una calificación limitada para la ejecución de ciertas tareas.

vid "Organización y Sociedad el Vínculo estratégico" pp.63.

En el caso particular del sector industrial de Iztapalapa se observa que existen 3 tipos de sistemas de producción³² de acuerdo al tipo de tecnología que se utiliza, y son :

a)- Producción unitaria o por pieza, que se basa en la elaboración de un artículo según las especificaciones de cada cliente. Es la de mayor uso en este sector, con un 39.4%.

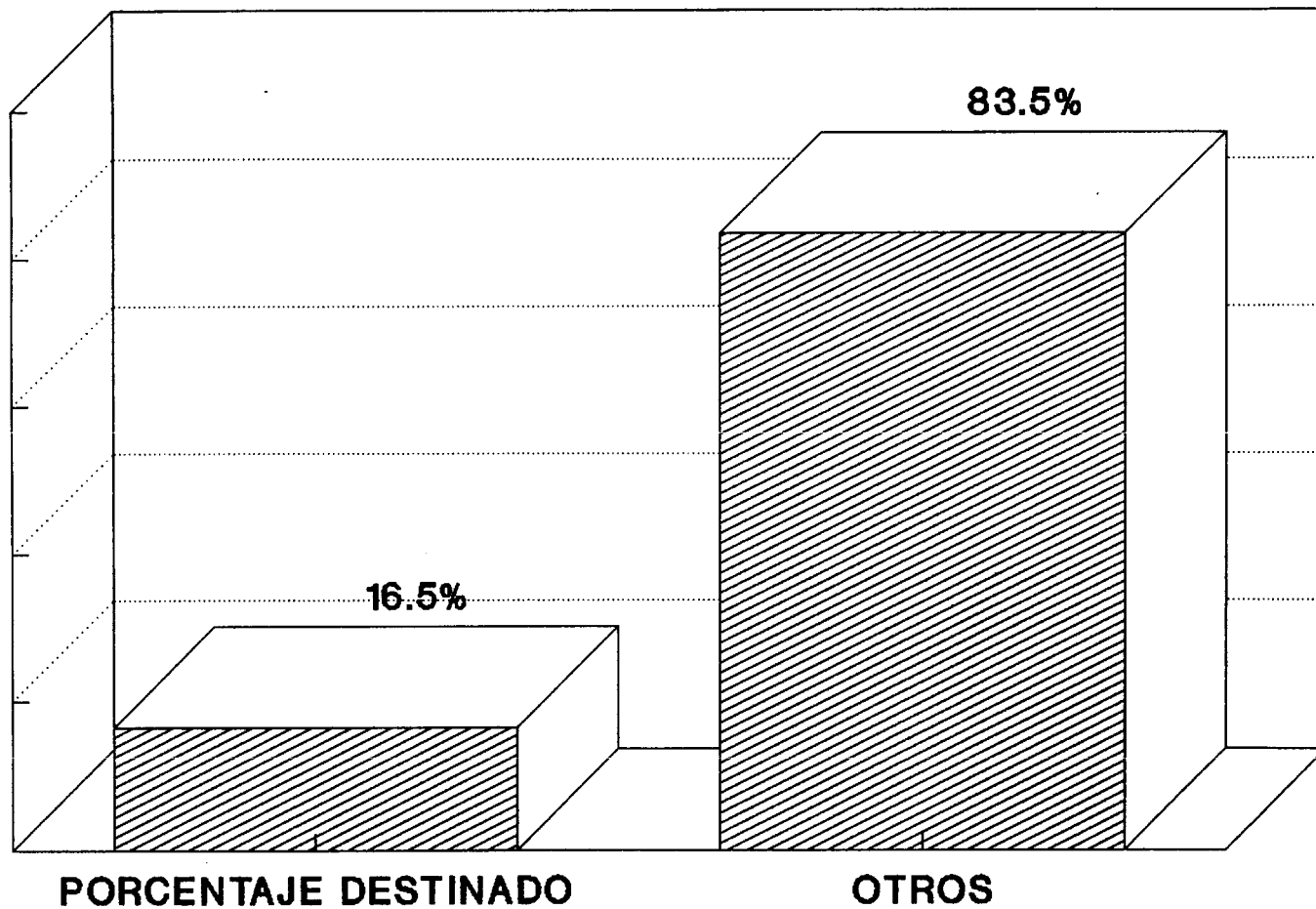
b)- El proceso de producción en masa o en gran serie ocupa el 32.1% de los sistemas utilizados en Iztapalapa. Este proceso puede realizarse a través de líneas de montaje

c)- La producción de proceso continuo se utiliza en un 28.5%, en este tipo de sistema las instalaciones se adaptan a ciertos criterios, itinerarios y flujos de operación que siguen una escala no afectada por interrupciones. Este sistema se utiliza cuando la demanda es elevada y la producción se hace a escala de artículos modelo (standard).

³² Sistema de producción es el proceso específico por medio del cual los elementos se transforman en productos útiles a la sociedad.

PORCENTAJE SOBRE NIVEL DE VENTAS DESTINADO AL DESARROLLO TECNOLÓGICO

PORCENTAJE



150

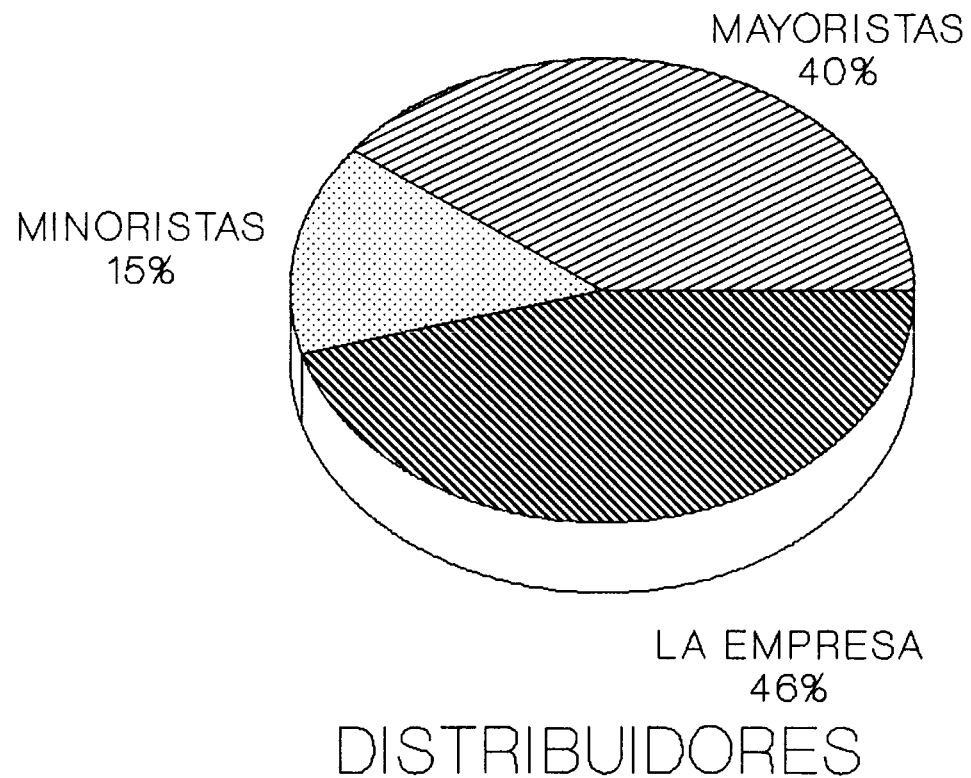
PORCENTAJE SOBRE NIVEL DE VENTAS, DESTINADO A
DESARROLLO TECNOLÓGICO

Las organizaciones después de haberse posicionado en un determinado mercado, desarrollan planes estratégicos para alcanzar sus metas (nivel elevado en ventas) y lograr sus objetivos, además implementan programas de acción necesarios con el fin de lograr el éxito dentro del ambiente competitivo de su contexto.

A lo largo de la presentación de éste trabajo se ha mencionado que la mayoría de las compañías existentes en la demarcación de Iztapalapa son micro y pequeñas, donde su mayor preocupación es la sobrevivencia, esto es, que los recursos obtenidos sobre los niveles de ventas se destinan principalmente a la adquisición de insumos (materiales indirectos, materias primas, etc.) para poder efectuar el proceso de fabricación de sus productos o servicios. De lo anterior se puede deducir que las causas del atraso tecnológico que prevalece en nuestro país son las limitaciones económicas en la creación de innovaciones tecnológicas.

En la gráfica podemos apreciar, a juicio de los dirigentes de las empresas, que tan solo el 16.5% sobre el nivel de ventas es dedicado a la investigación tecnológica, este porcentaje es pequeño y nos muestra que son mínimas las entidades productivas que tienen la capacidad económica suficiente para inyectar capital en la investigación de nueva tecnología.

PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCION QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS



PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCION QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS

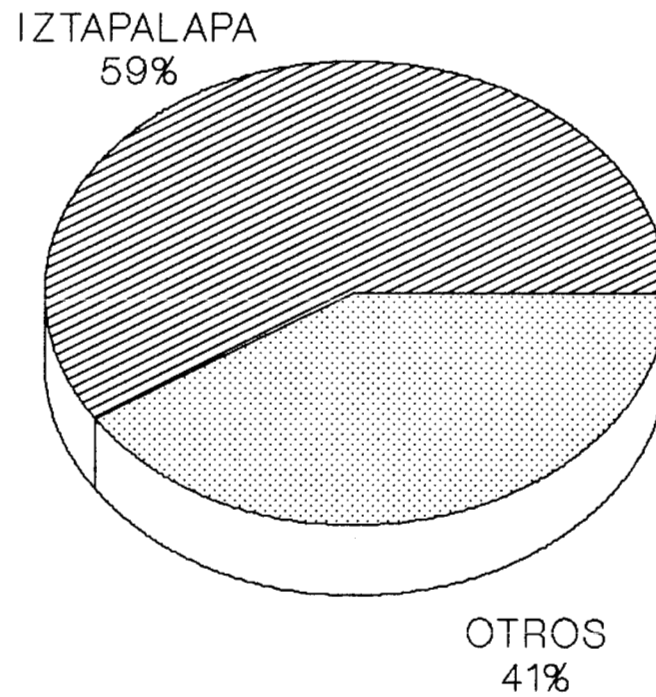
Los canales de distribución³³ constituyen los medios a través de los cuales las empresas hacen llegar sus artículos a los consumidores finales, son entidades externas que coadyuvan a las organizaciones en la distribución física de los bienes cuando éstas no cuentan con los recursos económicos necesarios para crear sus propios canales de mercado. En general los intermediarios son establecimientos con gran experiencia y elevado número de clientes, hecho que les permite ofrecer a las compañías fabricantes un mayor nivel de ventas del que por sí solas podrían lograr.

El 46.6% de empresas que conforman el sector empresarial de Iztapalapa hace llegar sus productos al mercado por medio de la venta directa, esto es, su canal de distribución es de cero niveles y por lo tanto incurre en costos más elevados para distribuir sus artículos.

También existen otras empresas (39.6%) de este sector que convinan esfuerzos de mercadotecnia con canales de distribución de 2 niveles (Fabrica-Mayorista-Minorista-Consumidor) para incrementar el nivel de ventas. Finalmente el 14.8% restante ha elegido a los minoristas como entidades necesarias en la distribución de sus bienes, esto es, por la falta de recursos para tener una fuerza de ventas significativa que capte un mayor mercado, este tipo de canal de ventas consta de un intermediario (Fabrica-Minorista-Consumidor).

³³ "Canal de distribución se considera... que comprende un conjunto de instituciones que llevan a cabo todas las actividades... para mover un producto... desde la producción hasta el consumo".
apud. Kotler Phillip "Decisiones sobre canales de mercado"
pp. 497-498

PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE HABITAN DENTRO DE LA DELEGACION IZTAPALAPA

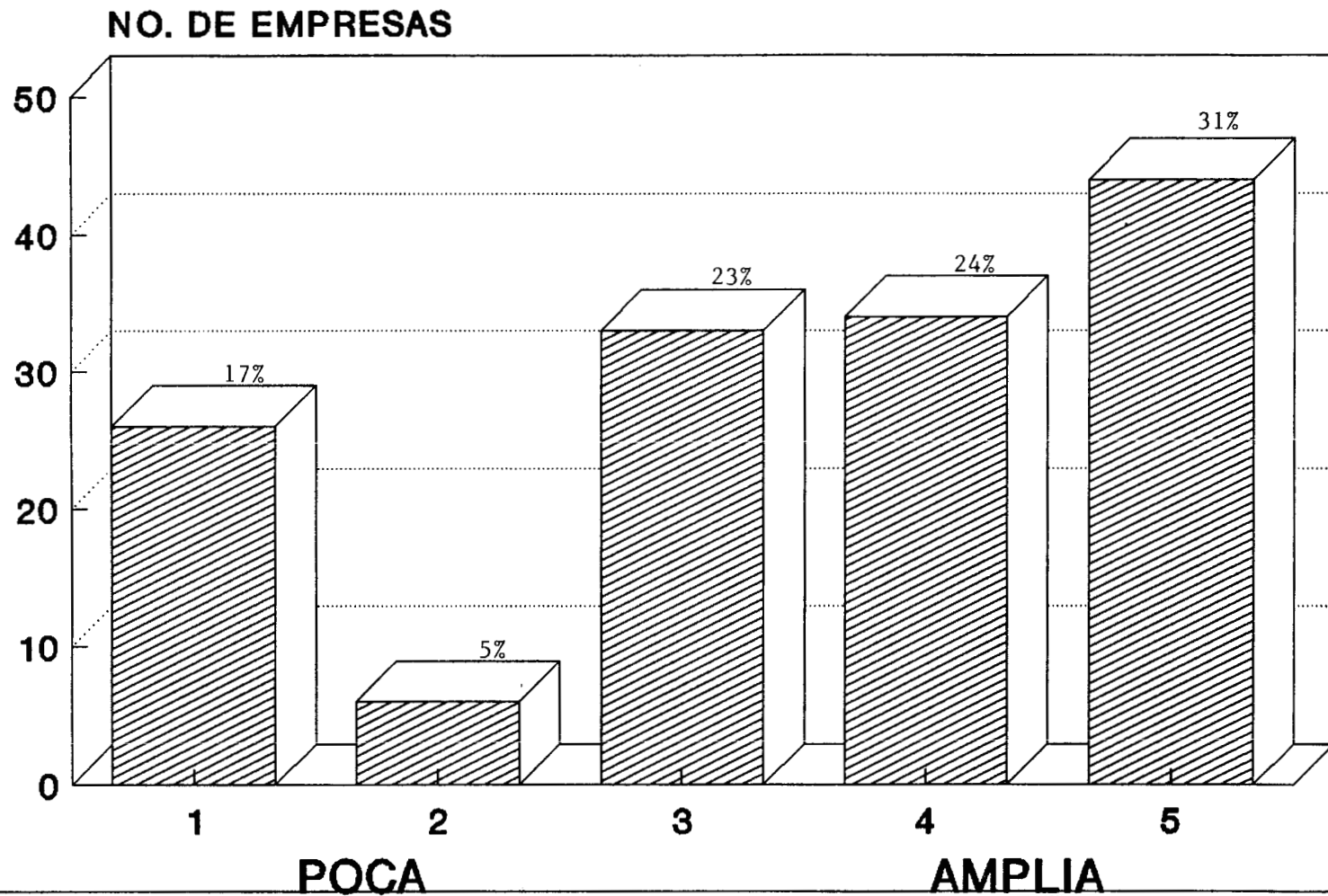


PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE HABITAN DENTRO DE LA DELEGACION

Las empresas que se localizan dentro de la delegación de Iztapalapa representan una fuente importante de trabajo para los habitantes del lugar. Del total de los trabajadores empleados en estas organizaciones, el 59.2% habita dentro de la zona; generalmente los ejecutivos de recursos humanos y los propios dueños prefieren que los trabajadores vivan cerca de las empresas, con el objeto de minimizar pérdidas por ausentismo y demandas de incremento salarial, ya que sus empleados no incurren en altos gastos de transporte y alimentación.

Resulta benéfica la contratación de empleados residentes del lugar, ya que con ello se eleva la calidad de vida de la población de Iztapalapa.

CONTRIBUCION DE LA UAMI A LA SOLUCION DE PROBLEMAS DEL SECTOR EMPRESARIAL



CONTRIBUCION DE LA UAMI A LA SOLUCION DE PROBLEMAS DEL SECTOR EMPRESARIAL

La Universidad Autonoma Metropolitana es una institución de educación superior que tiene por objeto proporcionar al individuo que ahí ingresa la formación y desarrollo integral que necesitará al incorporarse al sector productivo nacional, y así entonces éste aplicará los conocimientos en la solución de problemas para beneficio propio y de la sociedad. Es por ello que nuestra Universidad no puede sustraerse a los cambios que afectan a su entorno y por ende debe coadyuvar a la solución de las dificultades que enfrentan las organizaciones del sector empresarial de Iztapalapa. Sin embargo este propósito se ve limitado por los tabúes que existen entre los dueños y directivos de las empresas respecto que a la universidad y a su comunidad estudiantil les falta práctica y experiencia para intervenir de manera eficaz en la solución de problemas.

Otro elemento importante que debe tomarse en cuenta es la falta de comunicación que existe entre estos actores, lo que trae consigo que unas cuantas organizaciones no se vean en la necesidad de recurrir a la institución en busca de asesorías, ya que algunas son muy pequeñas y otras prefieren allegarse de asesores privados para mejorar su funcionamiento.

En el otro extremo encontramos que la mayoría de los directivos de las empresas opina que la universidad puede brindarles una amplia gama de sus conocimientos, herramientas y recursos humanos (Egresados de la UAMI), para enfrentar la modernización económica del país, así como la inminente inversión extranjera que se avecina.

CONCLUSIONES

Este análisis constituye un primer acercamiento hacia las entidades económicas de Iztapalapa , el interés principal de tal efecto es el hecho de estudiar en la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa y por tanto de conocer su contexto. El contenido de éste abarca las principales áreas funcionales de una organización tratadas de manera general, por ello sienta las bases para la realización de estudios futuros más profundos que coadyuven a crear los mecanismos de vinculación entre la Universidad , el Sector Industrial de Iztapalapa y la Delegación.

Durante el desarrollo de la investigación tanto teórica como de campo observamos que entre la realidad de las empresas nacionales (Sector Iztapalapa) con relación a los modelos teóricos estudiados , que provienen de países altamente industrializados existe una gran diferencia , por lo que nuestra propuesta es se modernicen los programas de estudio actuales en Administración , para que éstos contengan más proyectos de campo que ayuden a situar al alumno y a los profesores en la realidad de las industrias Mexicanas ; y así se propongan modelos teóricos nacionales flexibles para poder adaptarlos a las organizaciones que enfrentan el cambio vertiginoso que se vive en la actualidad.

A través de los resultados obtenidos de la muestra, podemos decir que la situación en la que se encuentran las más de empresas del sector industrial de Iztapalapa es favorable en cuanto a sus posibilidades de permanencia y crecimiento , esto se deduce del buen nivel alcanzado en solvencia , calidad de los productos , captación de nuevos mercados que trae como consecuencia el acrecentamiento del volúmen de ventas ; todo ello se apoya en el nivel de satisfacción alcanzado en la moral y bienestar de los trabajadores aún cuando la rentabilidad y utilidades no han sido las esperadas.

Los aspectos que en nuestra opinión deben retomarse para un análisis mayor son: la solvencia , la capacitación, la cultura , y la apertura comercial.

Detectamos que gran parte de la empresas tienen un buen nivel de solvencia y liquidez, lo que fue un desconcierto para nosotros puesto que inicialmente pensabamos que debido al tamaño , al bajo nivel de desarrollo tecnológico y al hecho de que no solicitan préstamos financieros a las Instituciones de Crédito , éstas no eran solventes. Consideramos entonces necesario efectuar estudios más detallados para conocer de dónde obtienen apalancamiento financiero y si cubre totalmente sus necesidades.

En cuanto a la herencia cultural de la población económicamente activa podemos decir que influye de manera

preponderante en su desempeño laboral dentro de la organización, de ahí que sea importante hacer un análisis más profundo de esta variable para que los empresarios o directivos adecuen los objetivos de la estructura formal a los de la informal.

Los empresarios dan gran importancia a las necesidades de capacitación de su personal, sin embargo observamos que en algunos rubros las asesorías externas son esporádicas y en otros no se dan. Suponemos que los empresarios se comportan de esta manera debido a los posibles problemas que la capacitación les puede ocasionar como son: la alta rotación del personal que al estar mayor capacitado buscará mejores oportunidades en el exterior, el tiempo perdido durante las sesiones de capacitación, que para ellos significa disminución de la productividad y las peticiones de ascenso que el personal pudiera demandarles así como los consiguientes incrementos económicos. Esta contradicción es necesario se investigue más a fondo.

A partir de la apertura comercial hemos observado que el consumo de productos de procedencia extranjera se ha elevado debido a su bajo costo y a la posibilidad de acceso en cualquier sitio. Lo que ha traído consecuencias negativas a la industria mexicana especialmente a las micro y pequeñas empresas.

Para que las organizaciones del sector industrial de Iztapalapa mantengan un buen nivel de competitividad en el

mercado, proponemos como una posible solución la constitución de organismos que conjunten a empresas del mismo giro para que se apoyen en cuanto a tecnología, créditos y conocimientos de producción, así entonces podrán enfrentar con éxito a las compañías trasnacionales que se instalen en México, como a los productos de importación que inunden el mercado nacional y tal vez con el transcurso del tiempo y el cambio en la mentalidad del empresario mexicano pudieran fusionarse en una sola entidad económica fortaleciéndose aun más.

Los objetivos señalados al inicio de la investigación se cumplieron gracias a la colaboración de los empresarios y/o directivos de las empresas de este sector, y los resultados obtenidos nos ayudan a tener una visión más amplia de la condición actual de las micro, pequeñas y medianas empresas, es por ello que deducimos que éstas tienen grandes posibilidades de permanencia y desarrollo en beneficio de la economía nacional y de la población que las integra.

BIBLIOGRAFIA

- Arias Galicia, Fernando. **Administración de Recursos Humanos**, 4a ed., Ed. Trillas , México 1989
- Asociación de Empresarios de Iztapalapa. **Directorio de Empresas de Iztapalapa.**
- Bolten, Steven. **Manual de Administración Financiera** ,Vol 1, Ed. Limusa, México 1987
- Boletín nformativo de la sociación de Empresarios de Iztapalapa.
- Caballero Urdiales Emilio. **El Tratado de Libre Comercio. México-Estados Unidos-Canadá** , Ed.Universidad Nacional Autónoma de México , Vol 1 , México 1991
- Casar I. José. **Presencia de Distintos Tipos de Empresa en la Industria Mexicana. Características y Diferencias.** en La Organización industrial de México ,Ed. Siglo XXI-Ilet, México 1990 ,pp. 9-60
- Expansión. **Informe Especial de la Micro , Pequeña y Mediana Industria**, Vol.XXIII ,No. 574 , Septiembre 18 , 1991.
- Galván Escobedo. **Tratado de Administración General.**, 8a.ed., Ed. Instituto Nacional de Administración Pública.
- H. Newman William, et.al. "Organización o Diseño Estructural", en **La Dinámica Administrativa.**,2a ed., Ed. Diana, México 1983, pp.33 - 54.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Infomática, Iztapalapa. **Cuaderno de Información Básica Delegacional**, México,1989.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, **Anuario Estadístico del Distrito Federal**, México 1990.
- James G; March y Herbert A. Simon. **Teoría de la Organización.**, 2a ed., Ed. Ariel Barcelona 1969
- Kotler, Philip. **Dirección de Mercadotecnia**, 4a. ed. Ed. Diana, México 1985
- Lara Flores Elías. **Primer Curso de Contabilidad**, 11va. ed., Ed. Trillas, México 1980.
- Montaño Hirose Luis y Marcela Rendón Cobián. "Conflicto, Satisfacción y Planeación en la Micro y Pequeña Empresa en **Cómo crear su propia empresa.** Ed. Universidad del Valle de México, México 1991, pp. 81-103.

- Montaño Hirose Luis y Marcela Rendón. **Problemática de las Empresas Instaladas en la Delagación de Iztapalapa. Posibilidades de vinculación con la UAMI Algunas Reflexiones Preliminares**, en Iztapalapa No.25, 1992, (en prensa)
- Montaño Hirose Luis, et. al. **Organización y Sociedad el Vínculo Estratégico**, Serie de Investigación 2 UAM, Ed. Ediciones e Impresiones de Calidad, México, 1990
- Montaño García Agustín. **Administración de la Producción**, Ed. Trillas, México, 1988
- Odiorne George. **Administración por Objetivos**, Ed. Limusa, México 1975
- Ortiz Muñiz Gilberto. "La integración México-Estados Unidos -Canadá. El Impacto de la Integración sobre la Pequeña y Mediana Industrias" en Varios, **La integración comercial de México a Estados Unidos y Canadá Alternativa o Destino?**, Ed. Siglo XXI-UNAM , 1990, México, pp.208-240
- Rubio Luis, et. al. **El Acuerdo de Libre Comercio México-Estados Unidos. Alternativas Para el Futuro. Camino Para Fortalecer la Soberanía**, Centro de Investigaciones Para el Desarrollo A.C., Ed. Diana, México 1991
- R.W. Johnson, et. al. "Función del Administrador Financiero"; "El Entorno de la Administración Financiera"; "Panorama del Riesgo y Rendimiento de la Empresa", en **Administración Financiera**, 4a. ed., Ed. CECSA, México 1989, pp. 17-76.
- Schermhorn J.R., et. al. **Comportamiento en las Organizaciones**, 2a. ed., Ed. Interamericana, México 1987, pp. 3-68.