

TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES IXTAPALUCA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

TESIS DE MAESTRÍA
Modelo de Cultura Organizacional para Microempresas de
Servicios en Ixtapaluca, Estado de México.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA

L.A.E Rosa Hernández Sánchez

DIRECTOR DE TESIS:
M.R.I. Humberto Espinosa Vega

Ixtapaluca, Estado de México, julio 2023

"2023. Año del Septuagésimo Aniversario del Reconocimiento del Derecho al Voto de las Mujeres en México"

**COMITÉ DE REVISIÓN Y TITULACIÓN APROBADO
POR EL CONSEJO DE POSGRADO**

Ixtapaluca, Estado de México a 10 de julio de 2023.

Los abajo firmantes, Miembros del Jurado para Examen de Grado de Maestría, hacen CONSTAR que, habiendo revisado el trabajo de tesis desarrollado por LCDA. ROSA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, bajo el título "MODELO DE CULTURA ORGANIZACIONAL PARA MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO.", hemos dictaminado que ha sido aprobada y aceptada por el Comité asesor indicado, como requisito parcial para obtener el grado de Maestría en Administración, por lo que se autoriza su impresión.

ATENTAMENTE

PRESIDENTE

**M.R.I. HUMBERTO ESPINOSA VEGA
DOCENTE PTC**

SECRETARIO

**DR. EDGARDO RODRÍGUEZ MORENO
DOCENTE PTC**

VOCAL

**MTRA. MARÍA DEL CARMEN ARRIETA LÓPEZ
DOCENTE PTC**

VOCAL

**MTRA. MARÍA JUANA HERNÁNDEZ FLORES
DOCENTE PTC**

"2023. Año del Septuagésimo Aniversario del Reconocimiento del Derecho al Voto de las Mujeres en México"

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

En el Estado de México, la que suscribe **LCDA. ROSA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ** estudiante de la Maestría en Administración, adscrita al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca, manifiesta que es autora intelectual del presente trabajo de Tesis bajo la dirección del **M.R.I. HUMBERTO ESPINOSA VEGA** y cede los derechos del trabajo "**MODELO DE CULTURA ORGANIZACIONAL PARA MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO**", al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca para su difusión, con fines académicos y de investigación.

Los usuarios de la información no deben reproducir el contenido textual, graficas o datos del trabajo sin el permiso del autor y/o director del trabajo. Si el permiso se otorga a algún usuario, deberá dar el agradecimiento correspondiente y citar la fuente del mismo.

Ixtapaluca, Estado de México a 10 de julio de 2023.

AUTOR INTELECTUAL



LCDA. ROSA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

"2023. Año del Septuagésimo Aniversario del Reconocimiento del Derecho al Voto de las Mujeres en México"

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y DE NO PLAGIO

En el Estado de México, la que suscribe por LCDA. ROSA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, estudiante de la Maestría en Administración, adscrita al Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca, manifiesta que se responsabiliza por la autenticidad y originalidad del contenido del presente trabajo de Tesis titulado "MODELO DE CULTURA ORGANIZACIONAL PARA MICROEMPRESAS DE SERVICIOS EN IXTAPALUCA, ESTADO DE MÉXICO", el cual ha sido elaborado y presentado para la obtención del grado en la maestría en Administración.

Ixtapaluca, Estado de México a 10 de julio de 2023.

AUTOR INTELECTUAL



LCDA. ROSA HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTO

Este trabajo y cada uno de mis logros alcanzados hasta ahora los dedico a mi padre que, *aunque ya no está en este plano fue la primera persona que expresó su confianza en mí*, desde el cielo me guía en el andamiaje a lo largo de mi vida para tener energías y deseos de superación. A mi esposo. A mis hijas: Ale, Paty y Gaby *por ser el motor de mi vida*, por apoyarme, acompañarme y ser mi inspiración en todo este proceso.

Agradezco A mi institución el Tecnológico de Estudios Superiores de Ixtapaluca (TESI), que me ha brindado conocimientos, alegrías, que me ha permitido desarrollarme profesionalmente y en todos los ámbitos, con una formación integral de calidad.

A mi asesor de tesis el M.R.I. Humberto Espinosa Vega quien compartió el campo del conocimiento, por su dedicación, paciencia, con su guía, directrices y sus consejos recuperé la autoconfianza, puse mi mejor empeño, confirmé que creer da frutos y así con su apoyo y enseñanzas logramos el objetivo.

A mi hermana Carmen por su *apoyo* en una etapa crucial de mi vida y por ser ejemplo de *fortaleza* para todos. A mi querida amiga por siempre Margarita Maya que estuvo a mi lado reforzando por mucho tiempo mi conocimiento empírico.

A todos los individuos, llámense profesor (a), compañero (a), amigo (a) quienes de alguna manera me han acompañado y brindado su apoyo hasta hoy.

Índice general

CAPITULO I	11
INTRODUCCION	11
1.1 Situación Problemática	12
<i>Figura 1. Mapa de Ixtapaluca, Estado de México.....</i>	<i>13</i>
1.2 Formulación del Problema	23
1.3 Justificación	26
1.3.1 Justificación teórica	27
1.3.2 Justificación práctica	32
1.4 Hipótesis	34
1.4.1 Hipótesis general	34
1.4.2 Hipótesis específica	34
1.4.3 Variables	35
1.4.3.1 Variable dependiente	35
1.4.3.2 Variable independiente	35
<i>Tabla 1 Definición conceptual de variable dependiente</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 2 Matriz de definiciones de variables independiente</i>	<i>36</i>
1.5.1 Objetivo general	37
1.5.2 Objetivos específicos	37
CAPITULO II	38
MARCO TEORICO.....	38
2.1 Antecedentes de investigación.....	39
<i>Figura 2 Modelo de efectividad organizacional</i>	<i>40</i>
<i>Figura 3. Los tres niveles de Cultura Organizacional de Schein</i>	<i>43</i>
<i>Figura 4 Modelo de cultura de resultados</i>	<i>44</i>
2.2 Marco histórico.....	50
2.3 Bases Teóricas	51
<i>Figura 5 Importancia de las Mipymes en la economía</i>	<i>56</i>
<i>Tabla 3 Clasificación de MIPYMES secretaria de Economía</i>	<i>57</i>

<i>Figura 6. Ejemplo microempresa</i>	58
2.4 Marco legal	59
<i>CAPITULO III.</i>	73
<i>METODOLOGIA</i>	73
3.1 Tipo y diseño de investigación	74
<i>Figura 7 Enfoque cualitativo en la investigación</i>	76
<i>Tabla 4 Pasos de la metodología</i>	78
<i>Tabla 5 Modelos y métodos de medición de cultura organizacional basados en Lewis</i>	79
3.2. Población y muestra.....	80
3.3 Instrumentos	84
3.4 Procedimientos	85
<i>Tabla 6 resultados alfa de Cron Bach</i>	89
<i>Figura 8. Matriz FODA</i>	92
<i>CAPITULO IV.</i>	94
<i>RESULTADOS Y DISCUSION</i>	94
4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados	95
<i>Figura 10 Grafico proporción de variables</i>	95
<i>Figura 10. Grafico proporción de variables</i>	96
4.2. Evaluación de la hipótesis.....	98
<i>Tabla 6 Evaluación de hipótesis</i>	98
4.3. presentación de resultados	99
<i>Tabla 7. Resultados</i>	99
<i>CONCLUSIONES</i>	100
<i>RECOMENDACIONES</i>	102
<i>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</i>	103
<i>GLOSARIO</i>	107
<i>ANEXOS</i>	114
<i>Anexo 1 Tabla unidades económicas plan de desarrollo municipal de Ixtapaluca..</i>	114
<i>Anexo 2. selección de microempresas de servicio en Ixtapaluca, Edo de México. .</i>	118

Resumen

La presente investigación de tipo Cuantitativo, cualitativo, descriptivo, y correlacional. tiene como objetivo principal proponer a los directivos de las microempresas la implementación de la cultura organizacional de manera formal confiando en que dicha transformación sea solución a los problemas de productividad y competitividad, así como analizar la eficacia de la cultura organizacional en las microempresas de servicios en Ixtapaluca, estado de México

El estudio describe y evalúa la eficacia de la cultura organizacional con base en seis variables: Filosofía, misión, visión, objetivos, políticas, estrategias y valores. Fundamentalmente mediante la implementación de una cultura organizacional de manera formal, el resultado, se espera una eficacia evidente de la cultura organizacional que, como conjunto de valores, tradiciones, creencias, hábitos, y actitudes que contribuyen directamente al logro de sus objetivos sociales y económicos.

El comportamiento organizacional en las microempresas que prestan servicios se hace necesario la puesta en marcha de su cultura organizacional a través del desarrollo de sus actividades, que sea entendida, manejada por sus colaboradores, de tal manera que favorezca su desempeño.

La cultura organizacional guía, modela determinando el comportamiento de los componentes de un grupo debidamente organizado, siendo marco de referencia para los miembros de la microempresa creando las condiciones acerca de cómo sus miembros deben conducirse en ésta.

Cada una de las microempresas desarrolla una cultura propia, particular y diferenciada, la cual se afianzará con el transcurso del tiempo.

Palabras clave:

Cultura organizacional, Microempresas, servicios, estrategias

Abstract

This research is quantitative, qualitative, descriptive, and correlational.

Its main objective is to propose to the managers of microenterprises the implementation of the organizational culture in a formal way, trusting that said transformation will be a solution to the problems of productivity and competitiveness, as well as to analyze the effectiveness of the organizational culture in microservices companies in Ixtapaluca, state of Mexico

The study describes and evaluates the effectiveness of the organizational culture based on six variables: Philosophy, mission, vision, objectives, policies, strategies and values. Fundamentally through the implementation of an organizational culture in a formal way, the result is an evident effectiveness of the organizational culture that, as a set of values, traditions, beliefs, habits, and attitudes that contribute directly to the achievement of its social and economic objectives, is expected.

The organizational behavior in the microenterprises that provide services, it is necessary to implement their organizational culture through the development of their activities, which is understood, managed by their collaborators, in such a way that it favors their performance.

The organizational culture guides, models determining the behavior of the components of a properly organized group, being a frame of reference for the members of the microenterprise, creating the conditions about how its members should conduct themselves in it.

Each one of the microenterprises develops its own, particular and differentiated culture, which will be strengthened over time.

Keywords:

Organizational culture, Microenterprises, services, strategies,

CAPITULO I.

INTRODUCCION

1.1 Situación Problemática

En nuestros tiempos las microempresas se enfrentan a mercados más competitivos, con clientes más exigentes y conocedores. Es aquí donde la cultura organizacional debe ser tomada como estrategia que permita a los directivos del establecimiento trabajar con sus colaboradores en adaptarse a constantes cambios. Según la habilidad que desarrollen las microempresas para adaptarse a los cambios del entorno global, tendencias sociales y tecnológicas.

¿De dónde surge el término de Cultura organizacional?

En los años ochenta, García y Dolan, adaptaron este concepto antropológico y psicosocial a las empresas. Llevando a cabo un estudio comparativo sobre los negocios de mayor éxito, determinando elementos comunes como la dirección mediante valores, la orientación hacia la acción, la proximidad al cliente, el espíritu emprendedor, la autonomía y la productividad gracias al elemento humano.

Durante las últimas décadas varias empresas importantes han dejado de existir, debido problemas derivados por falta de cultura organizacional o por su cultura disfuncional, vemos el caso de Enron, que escondió su deuda e inflo sus utilidades presentando datos erróneos, o la empresa WorldCom, que uso contabilidad falsa para entregar datos de sus gastos y flujo de efectivo, haciendo creer a los inversionistas que todo estaba en orden.

En este ambiente globalizado y competitivo, es indispensable que las empresas cuenten con una cultura organizacional fuerte, saludable de acuerdo a su estrategia, de tal forma que los colaboradores logren desempeñar sus tareas con alta productividad. Indudablemente tener una cultura organizacional única, es una fuerza poderosa que ha permitido a muchas pequeñas y microempresas convertirse con el paso del tiempo en grandes multinacionales con operaciones a nivel mundial.

La problemática se centra al detectar que, en la actualidad en Ixtapaluca, Estado de México, varias microempresas de servicio carecen de cultura organizacional, ante esta carencia y desconocimiento se encuentran limitadas al no poder trabajar sobre las debilidades de su cultura y aprovechar las fortalezas que los llevan a obtener mayor productividad mediante el cambio de aspectos que estén impactando negativamente, con el propósito final de ser competitivas en el mercado.

Ixtapaluca: Se ubica en el Estado de México al oriente de la ciudad de México. Es uno de los 125 municipios que conforman la entidad. La cabecera municipal es Ixtapaluca. Es parte de la Región III Chimalhuacán. De acuerdo al comunicado de prensa núm. 734/22 7 de diciembre de 2022 página 1/11. Del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) En 2021 el PIBE total a precios básicos fue de 24 225 440 millones de pesos corrientes. Ciudad de México participó con 3 701 686 millones de pesos, estado de México, con 2 212 972 millones siendo el Estado de México el segundo lugar en la participación del PIBE.

Figura 1. Mapa de Ixtapaluca, Estado de México



Fuente: plan de desarrollo municipal de Ixtapaluca, Edo de México.

El nombre propio mexicano es Iztapayucan, que se compone etimológicamente por: iztatl “sal”, pallutl o pallotl “mojadura” y de can “lugar”, lo que significa: “Lugar donde se moja la sal”. Colinda al norte con Chicoloapan y Texcoco; al sur con Chalco; al este con Puebla y al oeste con Chicoloapan y Los Reyes La Paz.

Su principal artesanía son los juguetes didácticos y rompecabezas con madera, la confección de bolsas, morrales, carteras, porta llaves, cinturones, hebillas, zapatos, diademas. Se pule en manta, se hacen cuadros, ceniceros, charolas y platos.

Según datos del último censo del INEGI (2020), en Ixtapaluca habitan 542,211 personas, siendo 279,128 mujeres y 263,083 hombres.

La cabecera municipal Ixtapaluca se localiza en las coordenadas geográficas 98°52'56" O de longitud y 19°19'07" N de latitud. El municipio de Ixtapaluca a una altitud de 2,260 msnm.

El nombre propio mexicano es Iztapayucan, que se compone etimológicamente por: iztatl “sal”, pallutl o pallotl “mojadura” y de can “lugar”, lo que significa: “Lugar donde se moja la sal”.

Colinda al norte con Chicoloapan y Texcoco; al sur con Chalco; al este con Puebla y al oeste con Chicoloapan y Los Reyes La Paz.

Su principal artesanía son los juguetes didácticos y rompecabezas con madera, la confección de bolsas, morrales, carteras, porta llaves, cinturones, hebillas, zapatos, diademas. Se pule en manta, se hacen cuadros, ceniceros, charolas y platos.

Fuente: plan de desarrollo municipal de Ixtapaluca, Edo de México.

La cultura organizacional tiene alto grado de importancia, derivado de su diversidad y complejidad que depende de su relación entre factores internos y externos que legitiman su carácter individual y expresión, aporta al conocimiento científico. Así mismo, le permite diseñar estrategias propiciando cambios y desarrollo desde la identidad de cada organización, generando compromisos, estabilidad social, creación del sentido de misión, dirección y alto nivel para la adaptabilidad y flexibilidad.

La cultura organizacional tiene cuatro principales funciones:

- Define el comportamiento de los colaboradores, es clave para adaptarse a un ambiente mejor de trabajo.
- Aporta una identidad única a los empleados de la empresa.
- Promueve la estabilidad social y define estándares precisos.
- Propicia que los empleados trabajen eficientemente.

Ejemplos de empresas en Ixtapaluca con una cultura organizacional saludable que contribuye a que sus integrantes puedan desempeñar sus tareas con una alta productividad: Alimentaria Artesanal, S.A de C.V., Helados Chalco, Yakult, S. A. de C.V.

Con la finalidad de que sirvan como un marco de referencia, para las empresas que deseen cambiar su cultura organizacional para aumentar la productividad, las ventas y la innovación de sus empleados.

Alimentaria Artesanal, S.A de C.V.

Con domicilio en: Calle 2 de marzo S/N, Col. Zoquiapan Ixtapaluca Estado de México, C; P: 56530

Empresa 100% mexicana cuenta con más de 30 Años de tradición artesanal, pasión y gusto por el buen sabor y calidad en sus productos. Son productores de la marca de

quesos Cataviña y se han posicionado en el mercado como una de las principales referencias de calidad en el mercado de Quesos Frescos de la Región.

La gente es su principal valor, apasionada y trabajadora que se esmera cada día por que llegue a las mesas de México el mejor sabor en quesos frescos. Comprometidos con los más altos estándares de sabor, frescura para los gustos más exigentes.

Distribuyen desde el municipio de Ixtapaluca en el Estado de México, así como en varios municipios y delegaciones de la región del Valle de México y paulatinamente se han ido expandiendo a estados como Quintana Roo y Puebla. Aplicando la práctica de:

- Cultura de trabajo en equipo
- Cultura de servicio
- Cultura de Innovación y mejora continua

Misión

- Elaborar y comercializar alimentos de calidad.
- A través del buen servicio mantener la preferencia de clientes y consumidores.
- Integrar una comunidad de trabajo eficiente.
- Lograr una empresa rentable, socialmente responsable.

Visión

- Ser una empresa, productiva, estable y mejora continua.

Valores

- Orientación al cliente
- Lealtad y compromiso
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Innovación y mejora continua
- Justicia

Objetivo

- Producir calidad en un ambiente de mejora continua, cuidando la relación óptima del costo-beneficio como medio para generar valor.

Helados Chalco.

Originarios de Asturias región española, José Ángel Fernández y José Osorio Gonzales se ubicaban en el centro de Chalco, donde se conocen, y es aquí cuando en el año de 1951 fundaron Helados Chalco y nace una gran historia con un muy buen sabor de boca.

José Osorio Gonzales y José Ángel Fernández deciden unirse para formar una fábrica de quesos, también ofrecían diversos postres fabricados con leche para los paseantes que viajan de la Ciudad de México a Cuautla, rumbo al Popocatepetl e Iztaccíhuatl y otros destinos al oriente de la ciudad de México.

La aceptación de sus clientes los lleva expandir el negocio, y la creación de una fábrica de helados. Por la originalidad de su envasado fue todo un éxito ya que utilizan las cáscaras íntegras de las frutas que se les extrae la pulpa. Empezando con el helado de naranja, sigue siendo uno de los sabores clásicos y favoritos de los clientes nuevos y cautivos.

Iniciaron distribuyendo a la cremería Chalco, en la actualidad han logrado tener presencia a lo largo de la República. Han creado una gran variedad de sabores naturales, conservando la naturaleza. Helados Chalco actualmente forma parte de la historia gastronómica Nacional. Se rigen por:

- Cultura del compromiso y la calidad
- Cultura de la capacitación al personal
- Cultura de la competitividad
- Cultura de servicio

Misión

Espíritu de servicio, higiene y calidad. La meta principal de Helados Chalco, lograr satisfacer las necesidades de todos sus clientes. Sus puntos fuertes son: Calidad, higiene, experiencia, atención y servicio al cliente, comprometidos a ofrecer productos de calidad cumpliendo con los mayores estándares de higiene de producción.

Visión

Somos un equipo eficaz, competente, con amplios conocimientos en el mercado de productos lácteos y sus derivados, la experiencia y legado familiar nos avalan, lo que nos ha permitido ofrecer amplia gama de productos de calidad a precios competitivos y respaldar nuestros procesos con un equipo altamente capacitado y con un gran espíritu de servicio.

YAKULT, S.A. de C.V.

Ubicada en Av. Cuauhtémoc número 5, Colonia Geovillas Santa Bárbara, también conocida como carretera federal México-puebla km 30 s/n. C.P. 56538 Ixtapaluca, estado de México.

En 1935 tras el lanzamiento de yakult en Japón, para materializar la visión del Dr. Shirota. Se establece la primera fábrica de yakult en Taiwán en el año de 1964.

Posteriormente establecieron fábricas en países de América del Sur, Asia, Europa, América Central y Australia. En la actualidad, 80 años después, 35 millones de personas consumen yakult. en 38 países.

Misión

Bajo los conceptos establecidos por el Shirota-ismo, a través de la investigación científica, Fomentar un estilo de vida saludable para todas personas.

Visión

Continuar siendo la empresa líder en la investigación y venta de productos que contribuyan a la salud de las personas, con el concepto de medicina preventiva a nivel mundial.

Filosofía

En la búsqueda de la excelencia en las ciencias de la vida en general “Contribuir al bienestar y la salud de la población alrededor del mundo poniendo en práctica nuestra experiencia particularmente en microorganismos.

Valores

- Primero el cliente
- Autodesarrollo
- Justicia

Es importante mencionar que la cultura organizacional se crea con acciones sólidas, no se forma mediante discursos, por ejemplo: Sam Walton, quien al establecer la empresa Wal-Mart, implemento una cultura de reducción de costos y orientación a clientes, por medio de sus propias actitudes siendo coherente con sus acciones.

Por ejemplo, cuando Sam Walton viajaba con ejecutivos a otras ciudades de Estados Unidos, lo hacían en asientos económicos de aviones, en vez de viajar en primera clase. Se hospedaban en los hoteles baratos. Se dice que esta cultura de reducción de costos de Walton, fue adoptada por los empleados de Wal-Mart, aún y cuando Walton ya no estaba.

Por otra parte, Hill y Jones mencionan, el caso de Ray Kroc fundador de McDonald's, que estableció una cultura inicial de alta calidad en ésta empresa, por medio de un control avanzado, se entrenaba con base a reglas estrictas a los gerentes y empleados de cada franquicia, todos debían de seguir para realizar las actividades, como cocinar las hamburguesas, limpiar las mesas y el trato a los clientes.

La finalidad de este sistema, es que los clientes siempre tuvieran el mismo nivel de calidad en los alimentos como en el servicio, en cualquier restaurante McDonald's del mundo.

A continuación, menciono algunas empresas con una cultura organizacional fuerte, saludable, apoyada por su estrategia, de forma tal, que los empleados puedan desempeñar sus tareas con alta productividad: 3M, CEMEX, Google y Costco, como marco de referencia, para las microempresas que deseen cambiar su cultura organizacional con la finalidad de incrementar la productividad y la innovación de sus colaboradores.

La Cultura de CEMEX

Su estructura organizacional permite a esta empresa, la mejor comunicación abierta y el intercambio de las mejores prácticas. Es relevante mencionar, que CEMEX es conocido por tener una cultura organizacional por medio del uso de la más alta tecnología en todas sus operaciones orientada a la innovación y la colaboración, procesos y técnicas. le permite compartir información rápidamente y de manera veraz y oportuna con todos los empleados.

La cultura de innovación y colaboración de CEMEX, por medio del uso de nuevas tecnologías, gracias a Lorenzo Zambrano, director general, a través de sus propias acciones. Cito textual: Lorenzo Zambrano, dijo lo siguiente: "Cuando fui director general de CEMEX, comencé a usar el e-mail como una forma de comunicación, en

caso de no obtener pronta respuesta, recurría al uso del teléfono y preguntaba, ¿has visto tu email?, ocasionalmente el email fue común en CEMEX”.

La cultura de colaboración de CEMEX también se ha visto reflejado en otras de sus acciones, por ejemplo, en CEMEX hay un equipo llamado “CEMEX Way”, una de sus funciones es la de identificar las mejores prácticas de las subsidiarias de CEMEX en todo el mundo, para que después se incorporen en la plataforma estándar, con el objetivo de implementar esta práctica en todas las divisiones y todos los niveles.

La Cultura de 3M.

Fundada en el año 1902 con más de 75,000 empleados, La empresa 3M, como un maestro en la innovación de muchas áreas, cuenta con una reputación gracias a una cultura organizacional única. Con base a su compromiso de largo plazo se ha construido la competencia técnica de 3M para innovar, en desarrollo e investigación donde, esta empresa invierte \$1,000 millones de dólares al año.

Contribuir al desarrollo sustentable, por medio de la protección al medio ambiente, responsabilidad social y progreso económico, forma parte de su cultura de innovación de la empresa, en su misión de negocios se ve reflejado el compromiso de 3M, es activamente. Significa cumplir con las necesidades de la sociedad de hoy en día, mientras se respeta la habilidad de las futuras generaciones para cumplir con sus necesidades”.

Su estructura organizacional flexible le permite crear nuevos proyectos de innovación, con equipos que posteriormente se conviertan en unidades de negocios eventualmente. Su estructura flexible, incentiva a los empleados a compartir ideas, eliminando las barreras para que éstas sean viables.

William McKnight, quien fue el presidente de 3M en 1929 y jefe del consejo en 1949, es considerado como el fundador espiritual, de la cultura organizacional que hoy en día aplica la empresa 3M, los principios que estableció y que a continuación se enlisan:

- Escuchar a todos los empleados que tengan una idea original, aunque parezca absurda.
- Incentivar a la gente que aporte ideas nuevas.
- Contratar buenos empleados para después dejarlos solos.
- No poner barreras a la gente, en lugar de eso, hay que darle el espacio que desean.

La Cultura de Google.

La cultura organizacional orientada al empleado, como el caso de Google, define su cultura en base a las creencias de sus fundadores, Larry Page y Serge quienes han afirmado que el lugar de trabajo debe ser un lugar divertido.

Este ambiente divertido del Googleplex, forma parte de la cultura de Google, y ha funcionado bien a esta empresa, generando beneficio psicológico que incentiva a los empleados a ser más comprometidos, creativos y productivos en su trabajo.

La Cultura de Costco

Es sabido que el director general de Costco realiza acciones donde se refleja claramente su cultura. Para los directivos de Costco son muy importantes los empleados manteniendo la actitud de puertas abiertas con ellos, visitan cada año todas las tiendas de Costco, para hablar directamente con los empleados.

En Costco también existen políticas claras que reflejan su cultura orientada a los empleados. Se conoce que un gerente de tienda de Costco no puede despedir directamente a un empleado con más de dos años de antigüedad, antes debe aprobada primero por el vicepresidente ejecutivo del corporativo.

Podemos destacar que la cultura orientada al empleado de Costco ha dado frutos importantes, se estima, según un estudio de Bell y Zemke (2013), que en Costco

solamente el 6% de los empleados dejan la empresa en el primer año, en relación a del 21% que tiene su competidor Sam's Club.

Varias ideas derivadas de las culturas de CEMEX, 3M, Google y Costco, se pueden aplicar para solucionar los problemas de baja productividad, alta rotación de personal y carencia de innovación por los que atraviesan empresas mexicanas, por falta de una cultura organizacional o por tener una cultura altamente disfuncional.

1.2 Formulación del Problema

En nuestros tiempos existen microempresas que carecen de cultura organizacional, esta situación da lugar a problemas comunes por la inexistencia de dicha cultura, entre otros pueden incluir: mala comunicación, inconsistencia, ambigüedad, el liderazgo deficiente entre otros.

Por lo anterior puede convertirse en un lugar de trabajo hostil y desagradable, provocando que los trabajadores sean menos leales y puede contribuir a diversos problemas.

Uno de los problemas en las empresas mexicanas, es la baja productividad, alta rotación de personal y poca innovación de sus empleados, derivado por la falta de cultura organizacional o por una cultura organizacional disfuncional, se refleja de la siguiente forma:

- Baja moral de los empleados.
- Liderazgo débil e inmaduro.
- Expectativas no claras.
- Falta de lealtad.
- Poca empatía.
- Problemas de comunicación.
- Medio ambiente no placentero y estresante

A partir de la necesidad de las organizaciones para conocer e identificar su cultura organizacional para hacer frente a las necesidades del contexto, se encuentran diferentes formas de evaluarla, la utilización de métodos cuantitativos y cualitativos,

es así que se evidencian metodologías como la aplicación de instrumentos, entrevistas y revisión documental que forman parte del proceso de exploración y análisis del comportamiento de sujetos y permite medir, describir, intervenir y diagnosticar a través del proceso en la toma de decisiones.

- La mala comunicación
- La inconsistencia
- La ambigüedad
- El liderazgo deficiente

La mala comunicación. Sin duda es un problema más común de lo que se pueda pensar derivado de cultura organizacional disfuncional en empresas cualquier tamaño. Cuando los empleados no se comunican correctamente entre sí, se sientan incómodos al acercarse con ideas con los supervisores, sugerencias y preocupaciones. Los directivos podrían no articular con la claridad que se requiere en cada caso las expectativas y objetivos, confundiendo a los miembros o colaboradores del establecimiento sobre lo que deben hacer y cómo hacerlo.

La inconsistencia. Factor que contribuye a los problemas de cultura organizacional. En ocasiones, los empleados pueden sentir que ciertas políticas no se aplican de forma justa y uniforme; que los gerentes no son penalizados por la actividad que los empleados esperarían ver castigados.

Las empresas también pueden ser inconsistentes en todos los departamentos, lo que puede afectar al desarrollo del resentimiento.

El personal de recursos humanos puede querer saber por qué el departamento de tecnología de la información tiene mejores oficinas o parece estar siempre relajados o con menos carga de trabajo.

La ambigüedad. Es otro problema común ya que los empleados pueden no entender lo que se espera de ellos, sentir que las políticas establecidas están en conflicto con

las prácticas reales, que la empresa esta enfoca en los ingresos y los empuja a trabajar largas horas, renunciando a derechos como descansos y horas extras.

Algunas microempresas tienen una cultura organizacional de culpa que obliga a los empleados a estirarse demasiado para hacer su trabajo, reaccionando violentamente cuando los empleados se molestan por esa cultura organizacional con los clientes o entre ellos.

El liderazgo deficiente. Los empleados tienen problemas para seguir a las personas que no respetan o para recibir instrucciones de los supervisores que no parecen saber lo que están haciendo. Lo perciben débil, inconsistente o de mala actitud, puede contribuir a los problemas de la cultura organizacional.

Las empresas que detectan que tienen problemas de cultura organizacional pueden definirlos, creando listas de ejemplos para comprender los detalles de los problemas que deben abordarse. Teniendo la información en la mano, pueden empezar a abordar la situación.

Si los objetivos de una empresa son ambiguos, el liderazgo puede reunirse para definir lo que la empresa quiere hacer y cómo quiere lograrlo.

Las instituciones pueden tener motivos por lo no se haya establecido la cultura organizacional de manera formal:

- Por su tamaño
- Falta de institucionalización
- Tienen otras prioridades en donde dedicar sus esfuerzos y sus recursos.

Teniendo en cuenta la problemática anterior, se realiza esta investigación ya que son constantes que pesan de manera negativa para las microempresas y no contribuyen al mejoramiento de la calidad de la atención y servicios, entorpeciendo y truncan las soluciones.

Desde su inicio toda institución debe contar con una cultura organizacional, se verá reflejado en las diferentes áreas pero sobre todo en el capital humano, por ello el planteamiento de la siguiente interrogante, ¿Cómo impulsar la cultura organizacional, que sustente a la empresa de servicios, en cuanto a operatividad y competitividad, para eficientar los servicios?, a través de lo anterior se busca que mejore la operatividad, que se refleje y repercuta en crecimiento de la entidad económica, proponiendo de esta manera beneficios que impacten en la organización y que sea vislumbrado en todas las áreas desde la cabeza así como los beneficios que pueda aportar a las áreas operativas.

Por estas razones se considera pertinente realizar este estudio ya que con ello para al mejoramiento de la prestación de servicios y por consiguiente una armonía entre el capital humano, clientes y usuarios, llegando a la meta que es la de prestar servicios con calidad, reflejándose en las utilidades que finalmente es lo más importante para los inversionistas.

1.3 Justificación

Se consideró que una buena alternativa para atender la problemática de las microempresas es diseñar un plan estratégico para incrementar la productividad implantando la cultura organizacional. Se asume que no existe cultura perfecta pero que se puede lograr una cultura fuerte.

Es por ello, que se ha elegido apoyar a las microempresas objeto de estudio, para que se implemente la cultura organizacional e incremente la productividad de las organizaciones en todas las áreas. Ayudando a reforzar las creencias y valores de los colaboradores dentro de las organizaciones, de igual manera el compromiso y los objetivos en común.

Las empresas que cuentan con cultura organizacional la utilizan como referencia para la definición de sus objetivos y estrategias a corto y medio plazo y éstos contienen aspectos están íntimamente relacionados con la gestión del recurso humano.

Disponen de:

- Una metodología para el establecimiento, planes estratégicos, comunicación.
- Sistemas de participación, trabajo en equipo, reconocimiento de las personas que abordan y aplican la mejora continua, la consecución de metas y objetivos.
- Promoción y Gestión de las personas que influyen en la obtención y logro de metas, formación y sistemas de desarrollo
- Establecen relaciones con su entorno social y acuerdos de colaboración.

La cultura organizacional es un conjunto de prácticas, creencias y valores que generan compromiso, pertenencia e identidad en los miembros de la empresa.

La cultura organizacional es afectada por una serie de factores que dirige el comportamiento individual y de grupos de personas.

Traen con ellos valores y creencias sin embargo esos valores y creencias no son suficientes para tener éxito en la organización. Es necesario que las personas sean impulsadas para alcanzar las metas y los objetivos de la empresa. Los miembros de la organización necesitan ser guiados en el ambiente y la cultura de la organización.

Cuando la gerencia toma decisiones para mejorar o restablecer la cultura organizacional, los colaboradores de la empresa se adaptan a la nueva o mejorada cultura, el proceso conlleva a una toma de decisiones entre varias alternativas para un mejor desempeño y resultado por parte de los colaboradores.

1.3.1 Justificación teórica

La presente investigación busca proponer a los directivos de las microempresas de servicios la implementación de un modelo de cultura organizacional de manera formal aplicado a todas las áreas, se considera importante para tener plasmadas las bases, métodos, procedimientos, elementos culturales, fundamentos y pasos a seguir para dirigir las acciones contribuyendo con la calidad de servicios que los clientes demandan.

Se presenta un grupo de conceptos de diversos autores, que va relacionado desde la planeación hasta la cultura organizacional, ya que se considera necesario puntualizar dichos conceptos para entrar de lleno con la investigación. Se proponen los diferentes puntos de vista de los autores con el fin de comprender conceptos de productividad, competitividad, microempresas, cultura organizacional y subconceptos de los mismos.

Cantos, Enriqueta en el libro *Diseño y Gestión de Microempresas* (2006) manifiesta: Son microempresas que utilizan una habilidad personal, con apoyo de algún equipo. Su cualidad es ser inmateriales y su acción es satisfacer una necesidad. pág. 19.

Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos variables y gastos de fabricación. (Edgar 2005) pág. 15

Las microempresas son unidades de producción de bienes y servicios que han demostrado ser un medio efectivo para dinamizar las actividades productivas en la sociedad. (Cháñame, 2008) Ocupan un lugar preponderante tanto en los países en crecimiento como desarrollados, un ejemplo viable es lo que sucede en las pequeñas y medianas empresas que prosperan en Alemania, Japón y Estados Unidos, estos modelos de economía demuestran que las microempresas son de importancia vital desde el punto de vista social, en tanto, generan empleo y permiten crear innovación lo que de una manera u otra acelera los procesos económicos y sociales.

Una parte importante del empleo es cubierta por microempresas. Ya sea que represente un cambio en la estructura o una nueva forma de ver su creciente atención, permite visualizar la importancia que tienen las microempresas en el desarrollo y crecimiento del empleo, jóvenes profesionales en la actualidad ya no solo miran a un puesto de trabajo en entidades públicas o privadas como única función para generar ingresos, sino al emprendimiento en microempresas con soluciones en necesidades o como la posibilidad de desarrollarse profesionalmente.

Misión de la microempresa Monteros indica: “La microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y/o servicios para la satisfacción de necesidades de la colectividad, con calidad y eficiencia, con accesibilidad a todos los sectores sociales, en la pretensión de convertirse en el eje de desarrollo del país”. Edgar (2005) pág. 20

Lo anterior me permitirá conocer que la misión es la que guía que debe tener la microempresa, fomentando el servicio de calidad y eficiencia dirigido a satisfacer necesidades colectivas de los sectores sociales.

Objetivos de la Microempresa Monteros, Edgar en su libro Manual de gestión Microempresarial en la pág.21 manifiesta:

- Objetivo de Comercialización: Cada microempresa deberá ser capaz de captar clientes para el soporte necesario de su producción y mantenimiento.
- Objetivo de Innovación: Contar con la capacidad de innovar, de lo contrario será relegada por la competencia.
- Objetivo sobre Recursos Humanos. - Deberá determinar sus objetivos relacionados con el empleo y desarrollo de los recursos humanos, así como con el suministro
- Objetivo de Productividad. - Para que la microempresa sobreviva deberán emplearse adecuadamente los recursos y la productividad.
- Objetivo que se relacionado con las Dimensiones Sociales de la Microempresa. - Afrontar responsabilidades sociales por la sociedad y la comunidad, a tal grado que asume su influencia sobre el medio ambiente.
- Objetivo de Supervivencia. - Le permitirá realizar la actividad productiva o de servicios, obtener los ingresos para para cubrir sus gastos básicos y mantener siempre un capital mínimo necesario para la reposición de materias primas, gastos de fabricación para la elaboración de sus productos y mano de obra.

- **Objetivos de Crecimiento.** La actividad productiva de la microempresa, permite a sus directivos fortalecer el creciedo en sus negocios reflejándose en mayores ingresos, mayor rotación de inventaros, mayor demanda de sus productos y por consecuencia mejores niveles de ganancias.
- **Objetivo de rentabilidad.** Se logra Obtener ganancias si se fortalece las áreas de resultados, mismas que dependerán de las estratégicas de cada microempresa.

Estos objetivos permiten a una organización microempresarial desarrollarse, crecer y posicionarse en el medio con estrategias que busquen el comercio justo, el respeto del marco jurídico y tributario, el manejo óptimo de los recursos por ende la maximización de utilidades en beneficio particular y colectivo.

Que las microempresas persigan el progreso en sus actividades administrativas, así como operativas, mejora continua y se plantee metas en pro de la innovación, satisfacción de necesidades y competencia leal, que cada día busque la perfección en pro del cliente, empleados y colectividad.

La administración en su conjunto de fases o etapas sucesivas mismas que se interrelacionan para formar un proceso integral que se conoce como proceso administrativo, es una metodología básica que permite al empresario, administrador, gerente o ejecutivo mejorar eficientemente una organización además de proporcionarle los fundamentos para aplicar otros enfoques o estilos de gestión.

En este contexto la administración adecuada es indispensable en el funcionamiento de toda organización, lógicamente es más necesario en organizaciones grandes, sin embargo, esta disciplina simplifica el trabajo al establecer mecanismos, y procedimientos para lograr mayor productividad, efectividad y eficiencia de cualquier empresa está asociada directamente con la práctica de una buena administración. Por medio de sus principios, la administración proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, contribuye al bienestar de la comunidad, genera empleos y mejora las relaciones humanas.

Así mismo aporta información sobre las jerarquías en la empresa, la comunicación y problemas que pudieran fracturar la relación entre el dirigente y el capital humano.

Es de suma importancia conocer los elementos culturales que hacen que las instituciones de servicio sean exitosas y competitivas.

Es necesario crear una misión y una visión incluidas en el plan estratégico de la cultura organizacional enriquecerla, compartirla y comunicarla a todos los que forman el equipo de trabajo como una línea de acción preliminar para la mejora continua en las diferentes áreas o departamentos.

Ventajas de la Microempresa.

- Al igual que la pequeña y mediana empresa Es una fuente generadora de empleos similar a la pequeña y mediana empresa.
- No poseen estructura rígida por lo que fácilmente se pueden transformar
- Por su flexibilidad adaptan sus productos a los cambios del Mercado.

El conocimiento de las ventajas de una microempresa, facilita que las actividades de micro emprendimiento representen una opción de empleo de inicio para profesionales, permitiendo el crecimiento local y personal a bajo costo, la flexibilidad con miras a convertirse en grandes empresarios.

Desventajas de la Microempresa.

- Utilizan tecnología obsoleta
- Sus integrantes pueden carecer de conocimientos y técnicas para una eficiente productividad.
- Problemas para tener acceso a crédito.
- La mayor parte producción va dirigida al mercado interno.

En las actividades de emprendimiento generalmente se corre un riesgo, las desventajas permiten visualizar el camino que tiene una microempresa.

Es importante tener presente y claro que la creación de una microempresa es el primer paso y que su desarrollo va encaminado hacia una gran empresa trabajando para evitar el estancamiento que podría terminar en la desaparición o liquidación de esta.

Características de las Microempresas.

Son varias las características de las microempresas, las presentamos a continuación:

- Ofrecen autoempleo
- Operan con máximo de 10 colaboradores
- Su capital de trabajo no incluya vehículos y muebles vehículos que se utilicen para trabajo.
- La mayoría de las microempresas realizan actividad comercial o de servicios.
- Su estructura jurídica es similar a las sociedades de personas.
- Es de tipo familiar
- Tienden a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente
- El objetivo predominante es el mercado local o regional
- Principalmente su crecimiento es a través de la reinversión de sus utilidades
- No cuentan con estructura formal de organización
- Sirven de apoyo al desarrollo de grandes empresas
- Generalmente no cuentan con personal capacitado

1.3.2 Justificación práctica

Estudios han comprobado que en organizaciones donde la cultura organizacional se interesa por las personas se presenta mayor bienestar laboral en los trabajadores. De esta forma, impacta positivamente en el comportamiento organizacional y por ende en la salud y bienestar del trabajador.

La cultura incluye el proceso de socialización en el interior de una empresa, a través de una concretización social, estas manifestaciones culturales sirven de análisis para realizar un diagnóstico cultural en la organización.

La cultura de una organización es factor de éxito cuando se alinea con su estrategia, es decir, cuando la formas de pensar y actuar de los integrantes de la organización practican la promesa de marca interna y externa propuestas por la organización.

La cultura de una organización constituye la base del desempeño empresarial, es justo aquí donde se trazan las actitudes, conductas y valores que deberán tener presente los empleados, el conocimiento, optimizar y medir.

Es de suma importancia a la hora de gerenciar y lograr los objetivos, por medio de investigaciones y experiencias se ha comprobado que la cultura organizacional y el desempeño laboral mantienen una relación estrecha.

El término no se separa de la definición general de cultura que se presentó en páginas anteriores; sin embargo, se mencionarán algunos aspectos para determinan la cultura en una organización:

- Autonomía individual. Se trata de la independencia, grado responsabilidad, y oportunidad de ejercer la iniciativa de las personas a quienes las organizaciones se lo permiten.
- Estructura. Reglas y normas de regulación, supervisión empleadas para vigilar y controlar el comportamiento de los colaboradores.
- Apoyo. Se refiere al grado de apoyo y cordialidad hacia los subordinados por parte de los administradores. A partir de que los miembros se identifican con la organización se suma a un grupo de trabajo o campo de experiencia profesional.
- Forma de recompensar el desempeño. Se pueden asignar las recompensas y reconocimientos tales como: promociones e incrementos salariales, etc., a partir de criterios coherentes con los sistemas administrativos de la organización.

- Tolerancia al conflicto. Es el nivel de aceptación de los conflictos que existen en las relaciones entre los empleados, grupos de trabajo y la administración, la disponibilidad a ser honesto y abierto ante algunas diferencias.
- Tolerancia del riesgo. Motivar a los trabajadores a ser innovadores e industriosos, a correr riesgos. La cultura de una organización, la cultura de una persona o la de una sociedad no es fija puede cambiar: Son percepciones que comparten los miembros conscientes de ellas por esta razón se pueden cambiarlas.

1.4 Hipótesis

Existen factores como: filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias. de la cultura organizacional que impactan positivamente en la competitividad y productividad.

1.4.1 Hipótesis general

La Cultura organizacional es el conjunto de Misión, Visión y Valores que forman parte importante de la organización. Permite el óptimo funcionamiento, además, contar con una cultura organizacional de manera formal y clara ayuda a definir los objetivos y los principios, de esta manera el establecimiento tendrá la oportunidad de seguir creciendo y aumentar su competitividad. Tiene la finalidad de formar parte del día a día de cada uno de los miembros o colaboradores en sus funciones, así en conjunto se alcanzarán los objetivos de la organización.

1.4.2 Hipótesis específica

Para eficientar los servicios, se requiere de la cultura organizacional, entonces al implementar dicha cultura en las instituciones, se verán reflejados los resultados en las diferentes áreas en automático, los cuales repercutirán en las ganancias por lo tanto podrá ser una estrategia de crecimiento.

1.4.3 Variables

Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse.

1.4.3.1 Variable dependiente

La variable dependiente no se manipula, sino que se mide para ver el efecto que la manipulación de la variable independiente tiene en ella. En este caso la cultura organizacional.

1.4.3.2 Variable independiente

La manipulación o variación de una variable independiente puede realizarse en dos o más grados. El nivel mínimo de manipulación es de presencia o ausencia de la variable independiente. Las variables independientes consideradas en este trabajo son: filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias. (ver tabla 2)

Tabla 1 Definición conceptual de variable dependiente

Variable	Definición
Cultura Organizacional	La cultura organizacional es: “un atributo o cualidad interna de la organización, una variable a añadir a los elementos de contingencia organizacional como pueden ser el entorno, la estructura, la estrategia o la tecnología” Fernández (1997:246). “La cultura organizacional refleja los valores, creencias y actitudes que han aprendido y que comparten sus miembros”, las culturas de las organizaciones evolucionan lentamente con el transcurso del tiempo. Slocum (2009:458).

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Matriz de definiciones de variables independiente

Variable	Definición
Filosofía	Concepción, modo de ser característica que inspira una determinada actuación empresarial y directiva. Se materializa en un conjunto de valores, principios y actitudes que inspiran el proyecto de empresa, así como la misión y visión de acción en una organización, hacia dentro y hacia fuera, y que se manifiesta en una determinada política de dirección y desarrollo de personas. Concepto vinculado directamente relacionado con la cultura organizacional
Misión	según “Martha Alles El porqué de lo que la empresa hace, la razón de ser de la organización, su propósito. Expresa aquello por lo cual, en última instancia, la organización quiere ser recordada”.
Visión:	Según Manuel Fernández Ríos: La imagen del futuro deseado por la organización
Objetivos.	Metas asignadas a una o varias personas a cumplir en un determinado período de tiempo, usualmente un año. Deben ser retadoras además de cumplibles
Políticas	Según Celida Chávez: Políticas. Principios generales en las que se basan las disposiciones. Guías de acciones de la forma de cómo lograr y orientar los objetivos de una organización. Las políticas deben permitir la flexibilidad, no deben ser determinantes; de manera que puedan orientar la acciones, no limitarlas. Son principios generales que fundamentan las disposiciones
Estrategia	Según Manuel Fernández R. Del griego "estrategas", en general, arte militar. En economía de la empresa, estrategia es el modelo de decisión que revela las misiones, objetivos o metas, así como las políticas y planes empresariales en sus grandes líneas, a cumplir después mediante la táctica.

Fuente: Elaboración propia

1.5.1 Objetivo general

Implementar un modelo de Cultura organizacional, con la finalidad de lograr que estas sean entidades económicas además de viables, competitivas. Buscando siempre satisfacer las necesidades de la comunidad.

Analizar y comprender la cultura Organizacional con base a la perspectiva de diversos autores expertos en el tema, implementar un modelo de cultura organizacional con el objetivo de que sirva como un modelo a seguir, para las microempresas de servicio de Ixtapaluca Estado de México que tengan como meta el crecimiento, la competitividad, incrementar la productividad y logro de objetivos. Implantar o cambiar el modelo de cultura organizacional de manera formal en el corto plazo, debido a problemas derivados por falta de ésta.

1.5.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la cultura actual. Para la adaptación de los cambios organizacionales, analizar la forma en que trabajan las empresas, su análisis hacia adentro define los pasos a seguir e identifica las prácticas a mejorar, para incrementar la productividad y el desarrollo de su competitividad.

Se propone el modelo de resultados (ver figura 4) para generar compromisos de los colaboradores. Un factor importante que lleva apropiarse de las nuevas culturas es crear la identidad en todos los individuos, en sinergia con las metas y objetivos comunes de estos y la organización, que permita el fortalecimiento desde sus empleados, quienes puedan empezar a sentirla como propia, y los motive a su desarrollo y al compromiso de trabajar por la organización.

Es así, como analizamos la cultura en diferentes campos, su mirada como ventaja competitiva, en el desarrollo de las estrategias, reforzando los objetivos, las metas y los propósitos de la organización, en una línea hacia todos los empleados de la empresa y el trabajo para su cumplimiento, garantizando el desarrollo de las buenas prácticas en los negocios.

CAPITULO II.

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes de investigación

En este capítulo, tan importante como el anterior, autores reconocidos que abordan los problemas de la cultura organizacional, marcando la pauta para el aprendizaje de diferentes estándares e interpretaciones combinados y aplicados fortalecen y sustentan este estudio.

Existen varios modelos de cultura organizacional como: Modelo de efectividad organizacional y modelo de cultura de resultados, En el desarrollo conceptual de cultura organizacional, se encuentran diversas concepciones entendidas como un conjunto de conocimientos adquiridos para construir o comprender una idea; se identifica un desarrollo en la concepción de cultura organizacional que en sus inicios se aborda desde la antropología y sociología, llegando a la actualidad como parte del ambiente organizacional interno y externo.

Modelo de efectividad organizacional

Cuando una organización cuenta con objetivos identificables, existe la posibilidad de medir el grado de progreso hacia el logro los mismos, de una manera que cuanto más cerca sean los resultados de los objetivos, más efectiva y viable será la organización.

Al hablar del concepto de efectividad conlleva asumir las tareas de la mejor manera posible en relación de los recursos, a los resultados esperados y los recursos con los que se cuenta.

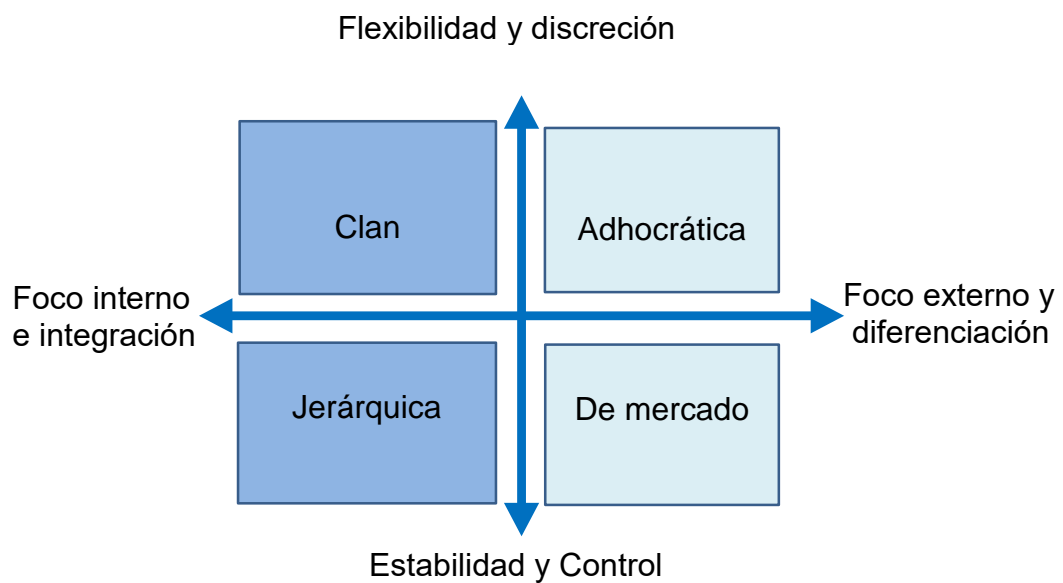
La cultura “clan” tiene similitud con una familia. Predomina el trabajo en equipo, el apoyo y orientación de los líderes, actuando como mentores, prevaleciendo la lealtad y la tradición.

La cultura dasocrática, Se concibe la organización como cambiante, dinámica, y altamente flexible, innovadora y de avanzada.

La cultura jerárquica posee políticas y reglas claramente establecidas, una estructura rígida, siendo muy importante el cumplimiento estricto del orden jerárquico y las normas.

La cultura de mercadeo se orienta hacia los resultados, altamente competitivas, con líderes muy exigentes.

Figura 2 Modelo de efectividad organizacional



Fuente: Camerón, K. y Quinn, R. (1999)

Las organizaciones efectivas, su fortaleza se centra en cinco áreas principales.

1. Liderazgo
 - a) Visión y prioridades definidas.
 - b) Un equipo cohesionado de líderes.
2. y Estructura y Toma de decisiones
 - a) Roles claros
 - b) Responsabilidades para toma de decisiones
3. Personas
 - a) Desarrollo del talento los individuos así como de la empresa.
 - b) Incentivos con relación a los objetivos y mediciones de la performance
4. Procesos y sistemas
 - a) Ejecución de los procesos organizacionales
 - b) Soporte eficiente y efectivo de los procesos y sistemas
5. Cultura
 - a) Alto nivel de valores y comportamientos
 - b) Capacidad y disponibilidad al cambio.

Modelo de Cambio cultural

El Modelo de Cultura Organizacional de Schein: Partiendo de la esencia que este modelo proporciona puntos de referencia importantes para coadyuvar un cambio cultural. “Edgar Schein”, afirma que es sensato tener discusiones con los empleados de esa forma se descubrirán aspectos y antecedentes ocultos de la cultura organizacional.

Las personas deben ser conscientes de que el cambio cultural es un proceso de transformación favorable; el comportamiento actual debe soltarse antes de aprender un nuevo comportamiento donde sea evidente el cambio.

Al percibir la diferencia entre la cultura que prevalece y la deseada, los directivos juntamente con el departamento de personal deberán realizar participaciones culturales.

Requiere un enfoque integral. Seguramente cambio de logotipo, capacitación al personal, orientación al cliente, estilo corporativo. Tomar en cuenta que se recompense el buen desempeño y que se midan los resultados.

La cultura en una empresa debe cumplir con dos principales funciones: la adaptación externa y la integración interna. “definición de Schein”.

Reconocer el talento propio, así como las motivaciones e intereses que integran nuestro desarrollo profesional ofrecen un camino que organiza la experiencia acumulada y delimita el valor que podemos ofrecer con nuestras propias competencias, así como las variables del tipo de trabajo que deseamos y podemos realizar, identificando los factores de éxito con los que nos evaluaremos a nosotros mismos de tal forma que diseñemos nuestro propio mapa estratégico.

Artefactos y símbolos:

Son elementos visibles de una empresa como: logotipos, arquitectura, estructura, procesos y vestimenta corporativa, marcan la superficie de una organización.

Valores adoptados:

Valores y roles de conducta, normas, Cómo se hacen públicas y como expresan las estrategias, objetivos y filosofías.

Suposiciones básicas

Son difíciles de reconocer desde adentro. Están profundamente arraigadas en la cultura organizacional

Según Schein: Todas las personas somos diferentes, esas diferencias nos llevan a motivaciones y acciones diferentes. Tenemos una personalidad, aptitudes y habilidades, carácter, motivaciones e intereses personales únicos.

Figura 3. Los tres niveles de Cultura Organizacional de Schein



Fuente:<https://dbcalidad.blogspot.com/2015/06/el-modelo-de-la-cultura-empresarial-de.html>

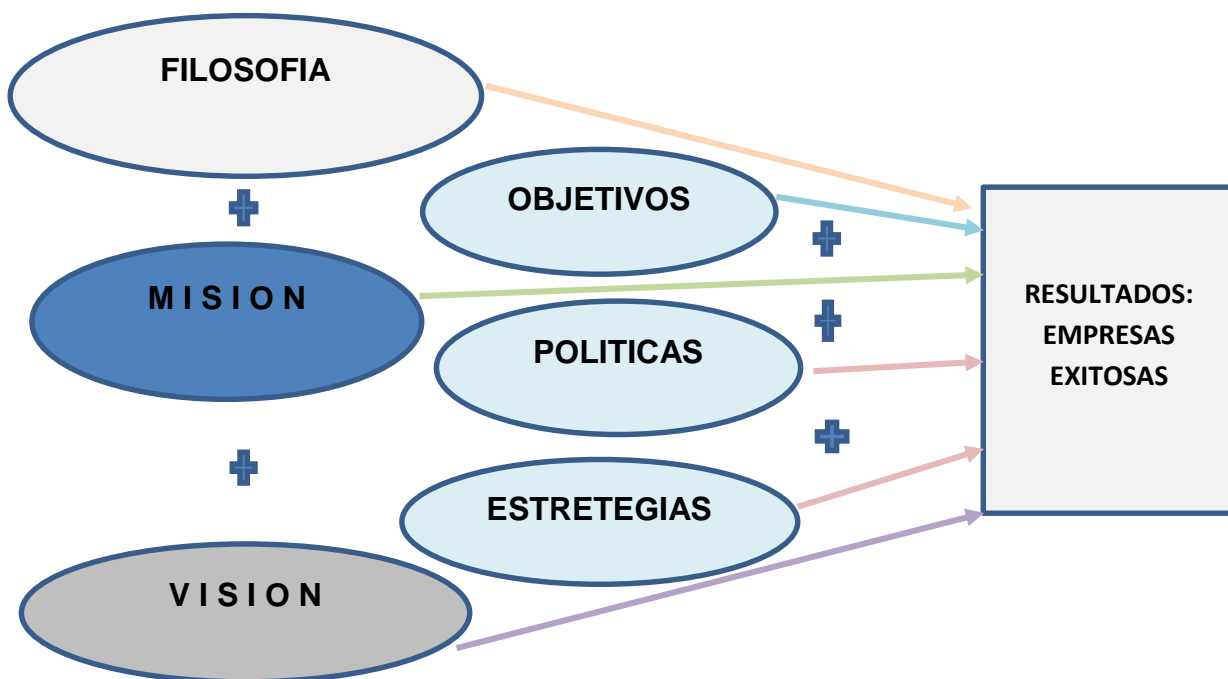
El cambio cultural surge por la necesidad de enfrentar situaciones comerciales, de imagen, de marca, etc. Una visión sencilla de cómo encarar el cambio, “adaptabilidad al cambio”, un esquema exitoso de cambio cultural implica desde diseñar un modelo de competencias que represente el cambio deseado en coordinación con la competencia y el desarrollo personal directivo y empleados (Alles, 2007:470)

Modelo de cultura de resultados

El objetivo principal es la optimización y la eficacia; priorizar las metas a un plazo corto en el proceso laboral, fomentar el ahorro de recursos humanos y materiales, así como la colaboración y trabajo en equipo.

Prevalece la cultura orientada a resultados, basándose en reforzar un entorno de trabajo que conduzca a los resultados y los logros planeados, motivando a los colaboradores, demostrando confianza, utilizando herramientas de gestión para garantizar el cumplimiento de objetivos, contando con la innovación que proviene de las personas como fuente para conseguir resultados en el mediano plazo.

Figura 4 Modelo de cultura de resultados



Fuente: Adaptado de Moncaleano (2002)

Es importante comprender esta contribución porque muchos de los dilemas y debates que surgen en torno a la cultura organizacional reflejan diferencias en las tradiciones históricas de la investigación social. Veamos primero el contexto.

Continuando, en las ciencias sociales, los aportes más importantes pueden provenir de la antropología, la sociología, la psicología social y la economía.

Todos ellos estudian el comportamiento de las personas con diferentes funciones en diferentes grupos sociales desde diferentes perspectivas, donde la cultura existe como resultado de las relaciones interpersonales.

La economía ha sido menos influyente que las disciplinas antes mencionadas, pero el análisis económico ve la cultura organizacional como una herramienta que puede usarse para aumentar las ganancias.

Ouchi y Peters y Waterman buscan explicaciones culturales para el éxito económico. Definen la excelencia en parte como resultados financieros consistentes y de alto rendimiento.

El surgimiento de la ciencia administrativa a principios del siglo XX abrió un nuevo espacio para el estudio de la cultura organizacional, más profundo desde el punto de vista epistemológico, pero a la vez más versátil y sistemático, lo que derivó no solo en propuestas teóricas, sino también para ir más allá del discurso científico y promover la acción, fortalecer las relaciones con otras relaciones científicas

El concepto de cultura aplicado a las organizaciones tiene su origen en el aporte de la escuela de dirección de relaciones humanas y los experimentos desarrollados por Elton Mayo, en los que empezaron a reconocer los aspectos subjetivos e informales de la realidad organizacional.

Mayo. Se interesó en estudiar los factores que influyen en el desempeño de los empleados y concluyó que el entorno del grupo a que pertenece un individuo influye significativamente en la percepción de este sobre los aspectos objetivos de la organización.

Algunos conceptos culturales.

La cultura cumple varias funciones. En una organización la cultura ejecuta varias funciones: Primero, acumula el contenido y la experiencia de la organización a lo largo de su historia; en segundo lugar, tiene un papel de establecimiento de límites, es decir, crea diferencias entre la organización y otras organizaciones. En tercer lugar, aporta un crear un compromiso con algo más grande que el interés propio del individuo. cuarto, la estabilidad del sistema social ha mejorado.

La cultura es el pegamento social que ayuda a mantener unidas a las organizaciones al proporcionar normas adecuadas sobre lo que los empleados deben decir y hacer. Quinto, la cultura debe guiar los pronósticos y estrategias organizacionales como un elemento para lograr los resultados deseados.

La cultura actúa como un mecanismo de sentido común control, que guía y da forma a los comportamientos y actitudes de los empleados. La cultura también ha sido identificada como un factor que limita a las organizaciones, describiendo tres barreras básicas: barreras al cambio, barreras a la diversidad y barreras a las fusiones y adquisiciones (Smircich, 1983).

Creemos que el papel de la cultura nunca puede ser perjudicial para el crecimiento de una organización, ya que algunos argumentan que una cultura rígida lo ralentiza cuando se ve como la dirección estratégica de una organización, si es relativo, creado y pensado, difícilmente será un factor que calme el cambio, sino que estará abierto a él.

Si la cultura organizacional es vista como un resultado del pasado más que como un proceso, puede verse como un factor que limita el presente y aspectos importantes de la empresa porque es una estructura estática. Sin embargo, teniendo en cuenta el proceso de formación dual, su vigencia y potencialidad, la cultura puede contribuir a todos los procesos y metas planteadas en la organización, pues siempre está presente en el cotidiano de las instituciones sociales.

Algunos autores argumentan que la gestión del talento se desarrolla dentro de la cultura organizacional, que la concepción de las personas y su participación en las organizaciones exige el reconocimiento de las habilidades, conocimientos, competencias de los empleados y el desarrollo de políticas, procedimientos, procesos y normas.

Siendo un marco de referencia de desarrollo funcional que refleja la productividad y competitividad de la organización.

Richard Barret desarrolló un modelo con siete niveles de conciencia relacionados con los valores personales y organizacionales que clasificaron cómo piensan y se comportan los líderes, equipos y organizaciones.

Frederick Leroux propuso un código de colores para clasificar organizaciones con ciertas características de desempeño relacionadas con las características históricas de los sistemas humanos.

La cultura es una variable o activo que se puede gestionar para aumentar la productividad, la competitividad, el rendimiento y logro de objetivos.

Partiendo de que es una variable, la cultura organizacional puede convertirse en ventaja competitiva, un activo estratégico, podría ser un recurso o medio para alcanzar objetivos, el recurso agrega valor, siempre y cuando sea no fácilmente imitable por ser

diferente en sus características de la cultura de otras organizaciones o sus competidores (Barney, 1986, pp.87).

En el esfuerzo de encontrar solucionar problemas internos y externos, el grupo social se inclina hacia alguno de los problemas extremos construyendo valores que se convierten en pautas culturales compartidas. (Schvarstein, 1998, pp. 197).

Para asimilar lo que implica la cultura organizacional, necesitamos conocer los conceptos de cultura y, determinar que, debido a que las organizaciones están insertas en macro culturas contienen subculturas, es importante aclarar las diferentes definiciones de cultura organizacional que a continuación se presentan, estos conceptos y otros relacionados a la cultura para contar con un entendimiento preciso de la definición de cultura organizacional.

Definiciones de Cultura

Como se ha explicado previamente hay que entender qué es la cultura, conceptos básicos relacionados con esta definición. Tener claros los conceptos para definir el rumbo y la toma de decisiones en las instituciones aplicando y fomentando la cultura organizacional.

Cuando la cultura de una organización está alineada con la estrategia de la organización, cuando las formas de pensar y actuar de los integrantes de la organización ponen en práctica la promesa de marca interna y externa que plantean las estrategias para la organización. Seguramente será un factor de éxito.

La cultura de una organización se puede definir como los principios, valores y creencias que dictan las formas de pensar y actuar que emplean sus integrantes para abordar y atender los retos, las necesidades de adaptación externa y a de integración interna de la organización.

Otra definición de la cultura organizacional puede ser marco de referencia interno para los integrantes de la organización para gestionar clasificar e interpretar situaciones y a las personas que describen su entorno operativo.

Aguirre: Define la cultura como modelo que aporta un sistema de conocimientos a través del cual da sentido al actuar. Posee una serie de elementos básicos generados y compartidos por la organización con la finalidad de alcanzar sus objetivos que identifican y cohesionan, al momento de nuevos miembros se integren deben ser transmitidos. (Aguirre 2004 pp 123).

Términos asociados a la cultura que resultan importantes aclararlos, que sin duda están relacionados estrechamente a la cultura organizacional. Está implícito en las organizaciones, algunos investigadores han señalado como macro y micro culturas. Es oportuno indicar lo planteado por (Capelli, P. 2003 pp.85)

Grandes y pequeñas empresas tienen macro y micro culturas, es importante que los candidatos a un puesto puedan trabajar efectivamente en cada una de ellas. La macro cultura es la forma de hacer las cosas en la organización, sus valores generales, las formas de relacionarse que tiene la gente, La micro cultura comprende los valores, la forma de interacción interpersonal y el clima que caracteriza a una división.

La cultura está relacionada directamente con el proceso de socialización que ocurre en el interior de una empresa, a través del objetivo social.

La cultura de la organización orienta en su accionar y modos de hacer, la identifica de acuerdo con sus percepciones y la imagen que se tenga de esta. Las expresiones culturales son escalas de análisis, que servirá para el diagnóstico cultural de la microempresa.

Con esta perspectiva simbólico-interpretativa, al integrar el enfoque cultural, la organización se percibe como construcción simbólica materializada comunicativamente; un proceso mediante el cual se conforman, transmiten y desarrollan los significados.

Finalmente, podemos determinar la forma de medir la cultura organizacional e identificar la influencia cuantitativa de las variables en los estudios revisados.

2.2 Marco histórico

Este apartado contiene información referente al contexto histórico, social, cultural y económico del objeto de investigación. Es muy importante para introducir un escenario que contextualice y enmarque la temática a trabajar.

La cultura organizacional es un concepto relativamente nuevo, Sin embargo, en los últimos tiempos son muchos los estudios que se han realizado referente a la cultura organizacional en el ámbito microempresarial y que en su momento todos han aportado soluciones encaminadas a la gestión y desarrollo de algunas instituciones.

En los años noventa se llevaron a cabo estudios de microeconomía, destinados a identificar los problemas a los que se enfrentaban las microempresas a un nuevo escenario por el cambio de régimen y marco regulatorio; si bien se identifican excepciones particulares, las microempresas enfrentan un fuerte desafío competitivo debido a la apertura económica y las reformas estructurales, que, si bien disminuyeron la incertidumbre, posibilitaron la aparición de nuevos competidores (Yoguel, 1998 pp. 154).

Las conductas, valores y actitudes que han de tener los empleados las constituye la base del desempeño empresarial inmerso en la cultura organizacional. Resulta importante: la medición, optimización y conocimiento al momento de gerenciar para el logro de objetivos de manera óptima.

En diversas investigaciones y experiencias se ha confirmado la relación que existe entre desempeño laboral y la cultura organizacional.

En una cultura organizacional institucionalizada se fijan los criterios para tomar decisiones, los empleados tienen claros los valores que los soportan para decidir, mientras que, en una cultura organizacional no establecida, se dan casos en que

algunos no lo entienden, algunos más están en contra y otros definitivamente no lo entienden.

La importancia de la cultura organizacional, de cómo hace el éxito de la empresa y la motivación que se logra para que el personal permanezca en ella.

Fungen como patrón algunas premisas básicas de un determinado grupo dentro de la cultura organizacional para descubrir, desarrollar con el proceso de aprender y de resolver sus problemas de su adaptación tanto externa como interna.

2.3 Bases Teóricas

Al verse influenciado por los constantes cambios del entorno, La cultura organizacional es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia, medir la cultura organizacional permite conocer el impacto que esta tiene sobre los resultados de la empresa. Uno de los objetivos de este trabajo es contar con información actualizada de las formas con que es posible medir.

La cultura organizacional se puede medir con relación a la estrategia, la innovación, liderazgo, estructura, trabajo en equipo y orientación hacia las personas. Estudios confirman la importancia de la cultura organizacional identificando nuevos métodos, modelos, instrumentos y variables.

Cada día cobra mayor relevancia que los directivos conozcan los fundamentos teóricos que explican las razones que inducen e impulsan a los trabajadores a conseguir metas u objetivos.

Objetivo: Las bases conceptuales las categorías habrán de reconocerlas ya que serán tratadas en el clima, desarrollo y cultura organizacionales.

Método: Se usarán los descriptores: desarrollo organizacional, cultura y clima organizacionales.

Las organizaciones experimentan constantes cambios como ente artificial construido para lograr un fin, para responder a las demandas de la sociedad y de los consumidores, estos cambios operan sobre la cultura, el clima y el desarrollo organizacional.

Conclusiones: la necesidad de hablar de cultura, clima y desarrollo organizacional implica un llamamiento tal que les permita tener las competencias necesarias para desarrollar tareas o trabajos organizacionales, buscando la manera de elevar la productividad y la calidad institucional.

Microempresas

Para Chanamé a las microempresas son unidades de producción de bienes y servicios un medio positivo para dinamizar las actividades productivas en el entorno laboral que demanda la sociedad. Ocupan un lugar predominante tanto en los países en crecimiento como desarrollados, un ejemplo viable es lo que sucede en las pequeñas y medianas empresas que prosperan en países como Estados Unidos, Alemania, Japón entre otros. Modelos de economía que demuestran que son de gran importancia las microempresas desde el punto de vista social, ya que crean innovación, generan empleo, acelerando los procesos económicos y sociales (Chanamé, PP. 79 2008).

Al mismo tiempo varios estudios presentan evidencia empírica de que las micro y pequeñas empresas pueden ser consideradas como generadoras de nuevo crecimiento, como uno de los factores principales para mantener la estabilidad socioeconómica. como fuentes primarias de cambio tecnológico y una vía para la generación de empleo, (Cf. Rothwell and Zegveld, 1982, en: Giaoutzi, et. al., 2007).

Servicios:

Definición de Richard L "Los servicios son actividades, beneficios o gratificaciones ofrecidos por alquiler o venta que son intangibles y no crean propiedad de nada". (Ricardo Sandhusen, 2002: 35).

Stanton, Etzel y Walker definen un servicio como "una actividad identificable e intangible que es el objeto principal de una transacción diseñada para asegurar la satisfacción de las necesidades de un cliente en esta propuesta, cabe señalar que al igual que los autores anteriores, esta definición Se excluyen, sin menoscabo de su importancia, los servicios auxiliares que respaldan la venta de un producto u otro servicio.

Kotler, Bloom y Hayes definen el servicio de la siguiente manera: "Un servicio es trabajo, desempeño o comportamiento que es de naturaleza intangible y no necesariamente resulta en la propiedad de algo. Su creación puede estar relacionada con el producto en cuestión o puede ser material inmaterial.

Según Lamb, Hair y McDaniel, Un servicio es el resultado del esfuerzo humano o mecánico aplicado a una persona u objeto. Un servicio es un evento, manifestación o esfuerzo que no se puede capturar físicamente.

En economía y marketing, un servicio es un conjunto de actividades diseñadas para satisfacer una o más necesidades del cliente. Los servicios son productos intangibles o al menos sustancialmente intangibles, como préstamos bancarios o seguridad del hogar.

Si fueran completamente inmatrimales, se intercambiarían directamente de los productores a los usuarios, no podrían transportarse ni almacenarse y se pudrirían casi de inmediato.

Los productos de servicio a menudo son difíciles de identificar porque ingresan al inventario al mismo tiempo que se compran y consumen.

Contienen un elemento intangible indivisible; por lo general implica la participación del cliente de alguna manera significativa; no para la venta en el sentido de transferencia de propiedad; y no tienen propiedad. Sin embargo, la mayoría de los productos de hoy son en parte tangibles y en parte intangibles, y la forma primaria se usa para clasificarlos como bienes o servicios ambos productos.

Para comprender a cabalidad qué es un manual de atención al cliente y si dicho proceso se lleva a cabo en una organización, es importante definir los aspectos generales para los cuales se detallan los siguientes conceptos:

Es una acción para satisfacer la necesidad o el deseo de un consumidor/cliente por uno o más productos.

1 según la serie de normas ISO 9000, "un servicio es el resultado de al menos una actividad realizada en la interfaz proveedor-cliente".

2 según Kotler, un servicio es "cualquier acto o beneficio que una parte puede proporcionar a otra parte que es esencialmente intangible y no puede ser propiedad" [Collins, 2006:7].

Es decir, todo aquello que el cliente pueda percibir y crear valor añadido en el momento de mayor satisfacción del cliente.

Estas formas híbridas comunes pueden o no tener características de servicio completamente intangibles."

Muchos servicios son intangibles porque tienen pocos o ningún elemento físico, como el trabajo de los consultores de gestión, mientras que otros son tangibles, como los servicios de comida rápida.

Además de esta definición, cabe señalar que, según los autores mencionados, los servicios abarcan una amplia gama, desde alquilar una habitación de hotel, depositar dinero en un banco, viajar en avión, visitar a un terapeuta, cortarse el cabello, etc. ir al cine u obtener una opinión legal.

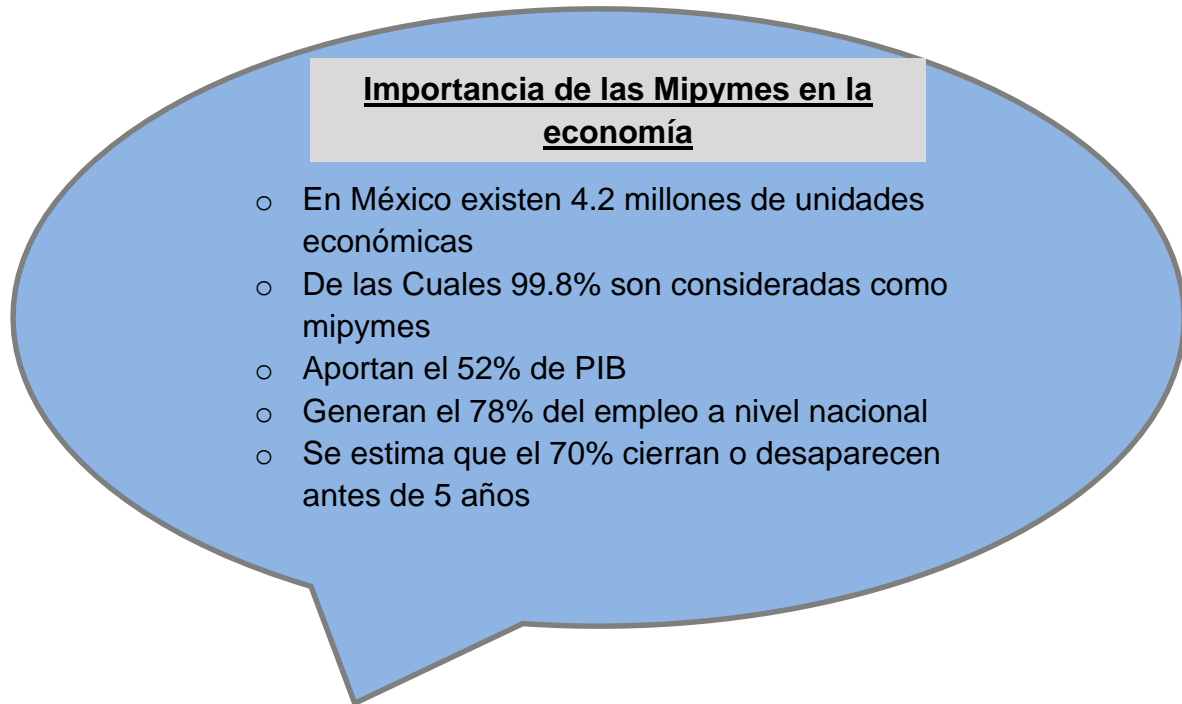
En este trabajo, los servicios se definirán como actividades presentadas por el oferente para satisfacer las necesidades del solicitante de manera cualitativa.

La Secretaría de Economía es la entidad gubernamental en México, responsable de aunar esfuerzos juntamente con otras dependencias para normar la conformación de empresas, establecimientos y comercios en el interior del país. Así como hacer cumplir los acuerdos internacionales de comercio.

El gabinete legal del presidente de México. Está integrado por diecinueve secretarías junto con la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal.

Las empresas se clasifican generalmente según su tamaño en microempresas, pequeñas, medianas y grandes. Como ya sabemos, al conjunto de las 3 primeras se le denomina mipymes abreviando: micro, pequeñas y medianas empresa.

Figura 5 Importancia de las Mipymes en la economía



Fuente propia con información de:
José Elías Durán Lima Mariano Álvarez, 2009. Manual de la Mipyme

El rango de empleados y de ventas anuales será indicador para la clasificación y división de las empresas, se dividen en: microempresas, pequeñas, medianas y grandes.

El conjunto de las 3 primeras se conoce con la abreviatura de mipymes como se muestra en la tabla número 3. La distribución puede variar de un país a otro según el sector.

Tabla 3 Clasificación de MIPYMES secretaria de Economía

CLASIFICACION DE MIPYMES			
Tamaño	Sector o actividad económica	Rango de número de empleados	Rango de monto de ventas anuales (msp)
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$ 4
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$ 100.01 hasta \$ 250
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$ 100.01 hasta \$ 250
	Industria y servicios	Desde 51 hasta 250	Desde \$ 100.01 hasta \$ 250

Fuente: Elaboración propia con datos de la secretaria de economía página web.

De lo anterior se asume que la MIPYME constituye un eje importante de desarrollo para las economías latinoamericanas, especialmente para las centroamericanas, por lo que el desarrollo de políticas, programas, herramientas innovadoras para su promoción son básicas para mejorar la competitividad de estas.

Coviello y Martin por su parte, agregan que las MIPYMES enfrentan problemas relativos a su tamaño, Estos se ven reflejados en la dificultad de realizar economías de escala al interior de la empresa, para reducir los costos fijos de producción y/o los precios de los productos finales y aumentar la competitividad a lo que se suma que, envueltos en una competencia con los microempresarios se ven en la necesidad de vender con bajos márgenes de ganancia por sobre los costos de producción.

Está clasificada como microempresa a la actividad económica de tamaño pequeño determinado por las leyes en cada país, el tamaño se define por la cantidad de empleados en general, tienen de 1 a 10 trabajadores, dedicarse a cualquier sector en el sector industrial, de servicios o comercial.

Las de las microempresas nacen por necesidades de los propietarios asumiendo los riesgos, generando autoempleo o mano de obra para iniciar su propio negocio.

Para incentivar este tipo de acciones personas que asumen estos riesgos son también llamados microempresarios o micro emprendedores.

Las microempresas traen ventajas como:

- la generación de empleo sea formal o informal,
- la dinamización de la economía
- la inclusión del trabajo familiar,
- aporte al PIB nacional.

Las desventajas de las microempresas radican en:

- Profesionalización limitada
- Administración informal
- Limitados accesos a financiamientos
- Riesgos del mercado

Figura 6. Ejemplo microempresa

Cafeto Black & White

Es una cafetería que inicia su actividad en junio de 2017 aunque no tiene establecida de manera formal su cultura organizacional, han implementado normas, valores, procesos, capacitación al personal. Etc.



Fuente: elaboración propia

2.4 Marco legal

Este apartado contiene información importante para toda institución económica para el ejercicio de sus funciones independientemente del giro o tamaño del establecimiento que deberá tomar en cuenta ya que enmarca y señala el conjunto de leyes, reglamentos y disposiciones, y acuerdos a los que debe apegarse.

Este punto es muy importante para la investigación, ya que nos servirá de apoyo y promoción para la realización y desarrollo del tema elegido en Ixtapaluca el Estado de México.

Todas las actividades económicas están reguladas por las leyes vigentes en el lugar que se desarrolla el trabajo o proyecto. Para conocer cómo debe regirse de acuerdo con el giro, saber si cumple con las leyes, códigos y normatividad vigente. Sin embargo, en este trabajo se mencionan las principales.

El artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:

Estable el derecho al trabajo digno y socialmente útil que todas personas poseen al efecto, conforme a la ley se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo.

Es relevante tratar temas acerca de las leyes que rigen a las empresas y a los trabajadores de la misma, gracias a estas se regula el trato digno hacia los trabajadores, y la calidad de los servicios que presta recursos humanos a las personas en el trabajo. De esta forma se hace posible mejorar el ambiente de trabajo y la calidad de vida. Así mismo encontramos en el párrafo VI, Inciso A que los salarios mínimos deberán ser suficientes para cubrir las necesidades básicas de un jefe de familia, en la parte social y cultural, para cubrir gastos de la educación obligatoria de los hijos. Los salarios mínimos profesionales son fijados tomando en cuenta las condiciones de las diferentes actividades económicas como la construcción, etc.

Ley del Impuesto Sobre la Renta

El artículo 90 de la ley de impuestos sobre la renta en México, establece que es contribución obligatoria que causan los ciudadanos por trabajar o por tener una propiedad que fue heredada o adquirida a través de su compra. Va en relación de lo que ganas, los gastos mensuales y demás factores. No obstante, es muy importante que el gobierno recabe ingresos por este concepto, gracias a esto financia proyectos y programas sociales.

Las personas que causan (ISR) son las personas físicas y morales que radiquen en México, o que generen ingresos en el país desde el exterior. También es necesario aclarar que las personas deberán pagar ISR por diferentes tipos de ingreso, como son:

- Actividades profesionales.
- Arrendamiento.
- Dividendos y ganancias.
- Enajenación de bienes.
- Premios obtenidos.
- Uso de bienes inmuebles.

Ley del Impuesto al Valor Agregado.

La LIVA menciona en su ARTICULO 1 que están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

- Enajenen bienes.
- Presten servicios independientes.
- Quienes otorguen bienes para el uso temporal
- Importen bienes o servicios.

El IVA no podrá ser considerado como parte de los valores de los bienes o servicios. Se calculará aplicando a dichos valores el equivalente a la tasa del 16% que señala esta Ley 16%

De forma expresa y por separado, el contribuyente trasladará dicho impuesto a las personas que reciban los servicios que adquieran los bienes, los usen o gocen temporalmente. Se entenderá por traslado del impuesto el cobro o cargo que el contribuyente debe hacer a dichas personas de un monto equivalente al impuesto establecido en esta Ley, incluyendo los casos cuando se retenga en los términos de los artículos 1A (LIVA: Art. 1A), 3 (LIVA: Art. 3), tercer párrafo o 18-J (LIVA: Art. 18J), fracción II, inciso a).

Los contribuyentes se obligan a presentar la declaración correspondiente de forma mensual y pagar en las oficinas autorizadas la diferencia que resulte entre el impuesto a su cargo y el que él hubiese pagado de bienes o servicios, En su caso, el contribuyente disminuirá del impuesto a su cargo, el impuesto que se le hubiere retenido.

Ley Federal del Trabajo

Esta ley surge en 1931 para regular las leyes establecidas en el ámbito laboral entre trabajadores y patrones. En sus artículos se estipula de forma clara y detallada todos los derechos y obligaciones de ambas partes.

Todos los trabajadores mexicanos es importante conocer y tener presente La Ley Federal del Trabajo y las actualizaciones que surgen. Así, podremos saber cuáles son nuestras ventajas y limitaciones en el ámbito laboral.

Siempre está presente en la oficina, en los negocios, o por los trabajadores. Todos estamos pendientes de ella. esta ley existe simple y llanamente para dejar claro cuáles son las obligaciones y derechos tanto de colaboradores, como de patrones. Incliniéndose en mayor proporción por la defensa de los trabajadores.

Se busca mejorar, reformar y derogar por medio del mismo decreto algunos artículos o menciones en la Ley Federal del Trabajo. En el país se llevó a cabo un debate interesante sobre cómo afectaría a las empresas en su día a día esta reforma.

Es importante que los responsables del departamento de Recursos Humanos siempre se mantengan actualizados con las leyes laborales y los cambios que se presenten.

Ley del Seguro Social

La Ley del seguro social fue promulgada y publicada en el año 1943, se encuentra vigente a la fecha, entre las leyes que protegen y enmarcan las funciones de este organismo, una las más importantes, el artículo II el cual menciona que la seguridad social tiene como fin promover y garantizar el derecho a la salud, brindar los elementos necesarios para proporcionar asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y servicios sociales para mantener un buen estado de salud a los beneficiarios,

Las leyes son la base de la humanidad, estas cumplen la función de establecer las reglas que cada persona debe cumplir, para llevar una vida sana y el respeto a cada una de las personas, por ello por lo que siempre deben existir leyes que regulen los incumplimientos en los que puedan incurrir algunas personas.

Toda institución debe cumplir con ciertos reglamentos y normas que la obliguen a cumplir sus obligaciones, no solo debe ser parte del seguro social, sino también por parte de quienes disfrutan de los beneficios otorgados por este, el incumplimiento de ellos podría originar la desactivación del disfrute de tales beneficios, por ello que lo ideal es seguir el cumplimiento de la misma, ya que el incumplimiento de estas puede traer graves consecuencias.

En el artículo 4 se dicta que es el IMSS, en este dice que el mismo es el instrumento básico de la seguridad social, el cual es de carácter público y que además no puede ser modificado por otros sistemas.

Estas son solo algunas de las disposiciones que menciona La “ley del seguro social” incluye varios artículos que se van actualizando siempre en el beneficio de los usuarios, esto garantiza que el IMSS cumpla las tareas rigurosas de mantener el buen estado de salud de cada uno de los asegurados, así como de los beneficiarios, cumpliendo con la misión y visión de esta institución.

La primera obligación de un empleador, y quizás la más obvia, es pagar a los empleados por el trabajo que realizan. Este salario suele, casi siempre, estar compuesto por el dinero recibido más vales, aguinaldos, alimentos, aguinaldos, aguinaldos, además de conocer los impuestos que gravan los salarios, también es responsable de sus obligaciones tributarias.

Obligaciones del empleador respecto del área física de trabajo

1. Cumplir con todas las normas de derecho laboral que se aplican a su negocio.
2. Proporciona a sus socios las herramientas para realizar sus operaciones y garantiza su reposición y restauración.
3. Los empleadores no pueden reclamar la compensación de los trabajadores por el desgaste de las herramientas de trabajo.
4. Proporcionar un lugar seguro para almacenar las herramientas de trabajo es donde se brinda el servicio.
5. Reserve suficientes asientos para los empleados.
6. Establecimiento y funcionamiento de lugares de trabajo, donde las tareas deberán realizarse de acuerdo con las normas previstas en la normativa de seguridad, salud y medio ambiente de trabajo.

7. Preparar material médico y de primeros auxilios.

Todas estas obligaciones y demás normas establecidas por la LFT deben ser siempre tomadas en cuenta, comenzando desde los más altos cargos de la empresa y pasando por el área de recursos humanos. RR.HH es el departamento encargado de verificar que efectivamente se cumplan.

El congreso de los estados unidos mexicanos decreta: ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios

Artículo 1.- La presente Ley tiene por objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Asimismo, incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional.

Lo anterior, con la finalidad de fomentar el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en la micro, pequeña y mediana empresa. La Ley es de observancia general en toda la República y sus disposiciones son de orden público.

Artículo 2.- La autoridad encargada de la aplicación de esta Ley es la Secretaría de Economía quien, en el ámbito de su competencia, celebrará convenios para establecer los procedimientos de coordinación en materia de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, entre las Autoridades Federales, Estatales, Municipales y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, para propiciar la planeación del desarrollo integral de cada Entidad Federativa, de los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, en congruencia con la planeación nacional.

Artículo 4.- Son objetivos de esta Ley:

I. Establecer: a) Las bases para la planeación y ejecución de las actividades encaminadas al desarrollo de las MIPYMES en el marco de esta Ley;

b). Las bases para la participación de la Federación, de las Entidades Federativas, de los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y de los Sectores para el desarrollo de las MIPYMES;

II. Promover:

a) Un entorno favorable para que las MIPYMES sean competitivas en los mercados nacionales e internacionales;

b) La creación de una cultura empresarial y de procedimientos, prácticas y normas que contribuyan al avance de la calidad en los procesos de producción, distribución, mercadeo y servicio al cliente de las MIPYMES;

c) El acceso al financiamiento para las MIPYMES, la capitalización de las empresas, incremento de la producción, constitución de nuevas empresas y consolidación de las existentes;

Capítulo Segundo Del Desarrollo para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Artículo 5.- La Secretaría elaborará los programas sectoriales correspondientes en el marco de la normativa aplicable, tomando en cuenta los objetivos y criterios establecidos en la presente Ley, así como los acuerdos que tome el Consejo.

Artículo 6.- La Secretaría en el ámbito de su competencia, promoverá la participación de los Sectores para facilitar a las MIPYMES el acceso a Programas previstos en la presente Ley.

Artículo 7.- La Secretaría diseñará, fomentará y promoverá la creación de instrumentos y mecanismos de garantía, así como de otros esquemas que faciliten el acceso al

financiamiento a las MIPYMES, en igualdad de oportunidades para mujeres y hombres.

Artículo 12.- La Secretaría tendrá en materia de coordinación y desarrollo de la competitividad de las MIPYMES, las siguientes responsabilidades:

- I. La Secretaría promoverá ante las instancias competentes que los programas y apoyos previstos en esta Ley a favor de las MIPYMES, sean canalizados a las mismas, para lo cual tomará las medidas necesarias conforme al Reglamento;
- II. Impulsar un entorno favorable para la creación, desarrollo y crecimiento con calidad de las MIPYMES;
- III. Promover con las Entidades Federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, la celebración de convenios para coordinar las acciones e instrumentos de apoyo a las MIPYMES de conformidad con los objetivos de la presente Ley;
- IV. Evaluar de manera conjunta con las Entidades Federativas, con los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, los resultados de los convenios a que se refiere la fracción anterior para formular nuevas acciones. Lo anterior, sin perjuicio de las facultades de las autoridades competentes en la materia;

Artículo 13.- La Secretaría promoverá la participación de las Entidades Federativas, de los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, a través de los convenios que celebre para la consecución de los objetivos de la presente Ley, de acuerdo a lo siguiente:

- I. Un entorno favorable para la creación, desarrollo y crecimiento con calidad de las MIPYMES considerando las necesidades, el potencial y vocación de cada región;
- II. La celebración de acuerdos con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, las Entidades Federativas, los Municipios o grupos de Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de

México o grupos de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, para una promoción coordinada de las acciones de fomento para la competitividad de las MIPYMES, que desarrollen las propuestas regionales y la concurrencia de Programas y proyectos;

Artículo 14.- La Secretaría promoverá la participación del Sector Público y de los Sectores para la consecución de los objetivos de esta Ley, a través de los convenios que celebre, de acuerdo a lo siguiente:

I. La formación de una cultura empresarial con perspectiva de género enfocada al desarrollo de la competitividad en las MIPYMES a través de la detección de necesidades en Capacitación, Asesoría y Consultoría;

IV. La certificación de especialistas que otorguen servicios de Consultoría y Capacitación a las MIPYMES;

V. La formación y capacitación de recursos humanos para el crecimiento con calidad;

VI. VI. La investigación enfocada a las necesidades específicas de las MIPYMES;

VII. La integración y fortalecimiento de las Cadenas Productivas;

VIII. Los esquemas de asociación para el fortalecimiento de las MIPYMES;

IX. La modernización, innovación, desarrollo y fortalecimiento tecnológico de las MIPYMES;

X. El desarrollo de proveedores y distribuidores;

XI. La atracción de inversiones;

XII. El acceso a la información con el propósito de fortalecer las oportunidades de negocios de las MIPYMES, y

XIII. La ejecución y evaluación de una estrategia para generar las condiciones que permitan una oferta exportable.

Capítulo Tercero Del Sistema Nacional para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Artículo 15.- Para el cumplimiento de los objetivos de la presente Ley se establece el Sistema.

Artículo 16.- El Sistema comprende el conjunto de acciones que realice el Sector Público y los Sectores que participen en los objetivos de esta Ley, para el desarrollo de las MIPYMES, considerando las opiniones del Consejo y coordinados por la Secretaría en el ámbito de su competencia. Capítulo Cuarto Del Consejo Nacional para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Artículo 17.- El Consejo es la instancia que promueve, analiza y da seguimiento a los esquemas, Programas, instrumentos y acciones que deben desarrollarse en apoyo a las MIPYMES.

- Artículo 22.- El Consejo tendrá por objeto:
- Estudiar y proponer medidas de apoyo para el desarrollo de la competitividad de las MIPYMES a través del análisis de las propuestas surgidas del sector público y de los Sectores;
- Desarrollar mecanismos para que las MIPYMES reciban Consultoría y capacitación en las áreas de comercialización y mercadeo, tecnología y procesos de producción, diseño de producto y financiamiento, así como en materia de normalización y certificación;
- Fomentar la constitución de incubadoras de empresas, y la iniciativa y creatividad de los emprendedores;
- Procurar la formación de especialistas en Consultoría y Capacitación;
- Promover la certificación de especialistas que otorguen servicios de Consultoría y Capacitación a las MIPYMES;
- Facilitar la integración entre las MIPYMES;
- Impulsar la vinculación de las MIPYMES con la gran empresa;
- Estimular la integración y eficiencia de las cadenas productivas, con la participación de los Sectores, con una visión de corto, mediano y largo plazo;

- Formular mecanismos y estrategias de promoción a la exportación directa e indirecta de las MIPYMES;

Artículo 23.- En cada Entidad Federativa se podrá conformar un Consejo Estatal para la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, que estudiará y propondrá en el ámbito regional, estatal, municipal y de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, medidas de apoyo para el desarrollo de la competitividad de las MIPYMES a través del análisis de las propuestas surgidas del sector público y de los Sectores.

Artículo 25.- El Consejo Estatal deberá integrarse por un número no mayor al establecido para el Consejo, debiendo estar representados cada uno de los Sectores, representantes de la Secretaría y de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que tengan Programas para las MIPYMES.

Artículo 26.- El Consejo Estatal tendrá por objeto:

- I. Evaluar y proponer medidas de apoyo para promover la competitividad de las Cadenas Productivas y de las MIPYMES;
- II. Promover mecanismos para el cumplimiento de los objetivos de esta Ley, y
- III. Discutir y analizar las propuestas que realicen los Municipios, las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y los Sectores para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de esta Ley.

Obligaciones del empleador

- Firmar el contrato y darlo de alta en el seguro social del trabajador a su cargo.
- Pago oportuno del salario.
- Hacer aportes sociales.
- Asegurar la carga de trabajo.

- Promover la promoción laboral y la formación profesional.
- contrato personal
- Es un servicio en el que una persona se compromete a prestar a otra subordinada un servicio personal a cambio de una remuneración determinada (artículo 20 del Código Federal del Trabajo).
- La existencia de este contrato se presume entre la persona que presta el servicio personal y la persona que recibe el servicio.
- El empleador se registra para el seguro de compensación para trabajadores y el individuo regresa al trabajo.

Otras obligaciones del empleador

- Cuando la población permanente de los centros de trabajo en las zonas rurales supere las 200 personas, se reservan territorios para la construcción de mercados públicos, servicios comunales y centros de recreación.
- Se pueden instalar oficinas en espacios vacantes, si los sindicatos lo desean, por una tarifa de alquiler adecuada.
- Retención de cuotas sindicales generales de acuerdo con los requisitos del sindicato.
- Dedución de cuotas para la constitución y promoción de cooperativas y cajas de ahorro.
- Permite que el Departamento de Trabajo realice inspecciones y pruebas de su empresa para garantizar el cumplimiento de las leyes laborales federales.
- Promover las actividades culturales y deportivas de los empleados.
- Efectuar las deducciones de conformidad con la fracción IV del artículo 97 y la fracción VII del artículo 110.
- Brindar protección legal a las mujeres embarazadas.
- 5 días hábiles con permiso de paternidad retribuido para hombres trabajadores.
- Participar en la integración y funcionamiento de los comités formados en cada centro de trabajo de acuerdo con los requisitos de la legislación.

La empresa paga a la Seguridad Social un 23,6% de la base de cotización y el trabajador un 4,7%. Cubren las bajas que concede el médico de cabecera (enfermedad común y acciones no laborales), así como prestaciones farmacéuticas, por maternidad o paternidad, por jubilación, orfandad, etc.

La carga de trabajo es la cantidad de actividad que puede ser asignada a una parte o elemento de una cadena productiva sin entorpecer el desarrollo total de las operaciones. La carga de trabajo puede estar formada por una o varias unidades mínimas de trabajo.

Derechos que establece el artículo 23 del Estatuto de los Trabajadores, sus condicionamientos no pueden ser irrazonables ni desnaturalizar el ejercicio del derecho a la formación que tiene el trabajador.

Entre los derechos laborales más importantes se encuentran: salario, jornada de trabajo, días de descanso, vacaciones y aguinaldo, y deben estar contenidos en un contrato individual o colectivo.

- Derecho al trabajo digno.
- Jornada de trabajo y descansos.
- Vacaciones pagas.
- Salario justo.
- Participación en las utilidades de la empresa.
- Capacitación y adiestramiento.
- Protección a la maternidad.
- Permiso de paternidad.

Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley. El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán.

ARTÍCULO 63.- Durante la jornada continua de trabajo se concederá al trabajador un descanso de media hora, por lo menos y en jornadas especiales el trabajador deberá disfrutar de por lo menos una hora de descanso cada 6 horas de trabajo para tomar sus alimentos y un periodo de descanso durante la noche si la jornada.

De conformidad con la Ley Federal del Trabajo. - Los trabajadores que tengan más de un año de servicios disfrutarán de un período anual de vacaciones pagadas, que en ningún caso podrá ser inferior a seis días laborables, y que aumentará en dos días laborables, hasta llegar a doce, por cada año subsecuente de servicios.

Un salario "justo" es aquel en el que la recompensa económica es proporcional a la contribución individual. En la percepción de un salario "justo" se tienen en cuenta otros criterios, como los relativos a la igualdad y equidad entre los colaboradores

La participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas es un derecho de los trabajadores que se establece en la fracción IX, apartado A, del artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en el Artículo 120 de la Ley Federal del Trabajo.

Capacitación: Es la formación o preparación que se les brinda a los trabajadores de nueva contratación y a los demás interesados en ocupar las vacantes o puestos de nueva creación. Adiestramiento: Es la enseñanza de habilidades y destrezas para el mejor desempeño de su trabajo.

Las embarazadas tendrán derecho a un mes de descanso antes de la fecha y después del mismo que se pueden ampliar 30 días más en casos especiales, en los casos de embarazos múltiples la licencia original se extenderá 15 días naturales más. El artículo 132 de la Ley Federal del Trabajo en la fracción XXVII bis establece obligación de las empresas permiso de paternidad. Esta licencia es de cinco días laborables con goce de sueldo cuando naya nacido su hijo y también aplica en los casos de adopción.

CAPITULO III.

METODOLOGIA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Se trata de una investigación con enfoque mixto, de tipo descriptivo, no experimental, de estudio correlacional y de corte transversal. Se recopilaron datos numéricos de diferentes fuentes (páginas web, libros, artículos científicos, entre otros).

El estudio se realizó en un periodo de tiempo único para ser concluido en el año 2023. Se eligió un tamaño de población de 402 microempresas establecidas en el Municipio de Ixtapaluca. Identificadas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades económicas (DENUE) difundido por el Instituto Nacional de geografía y Estadística (INEGI) en su página web.

El objetivo de la investigación cuantitativa es adquirir conocimientos básicos y seleccionar los modelos más apropiados que permitan una comprensión objetiva de la realidad cuando los datos que recopilan y analizan utilizando variables conceptuales y medibles.

La investigación cuantitativa

Es un método estructurado de recopilación y análisis de datos de diversas fuentes que implica el uso de computadoras, estadísticas y herramientas matemáticas para producir resultados.

Método cuantitativo se caracteriza por la recopilación de datos para probar hipótesis con base en mediciones numéricas y análisis estadístico para identificar patrones de comportamiento.

Su propósito es muy importante porque trata de cuantificar el problema y comprender qué tan extendido está buscando resultados predecibles de una población más grande.

En el proceso de investigación cuantitativa, debido a la gran población de investigación, es necesario determinar muestras representativas, además del análisis de datos, se utilizan métodos estadísticos para facilitar la comparación de datos y el resumen de resultados.

La investigación cualitativa

En este tipo de investigación, la validez y confiabilidad de los resultados depende de los métodos y herramientas utilizados para medir y analizar los datos.

La validez y confiabilidad de los hallazgos está relacionada con la capacidad y el rigor del investigador para analizar e interpretar los datos, lo cual es de naturaleza subjetiva.

Es un enfoque metodológico para encontrar significado en el comportamiento social, teniendo en cuenta actitudes, aspectos culturales, percepciones, relaciones y juicios.

Definición de investigación cualitativa Para definir la investigación cualitativa, el aporte de diferentes autores es el siguiente: Momentos y significados acontecidos y problemáticos en la vida de un individuo” (Vasilachis, 2006, p.25).

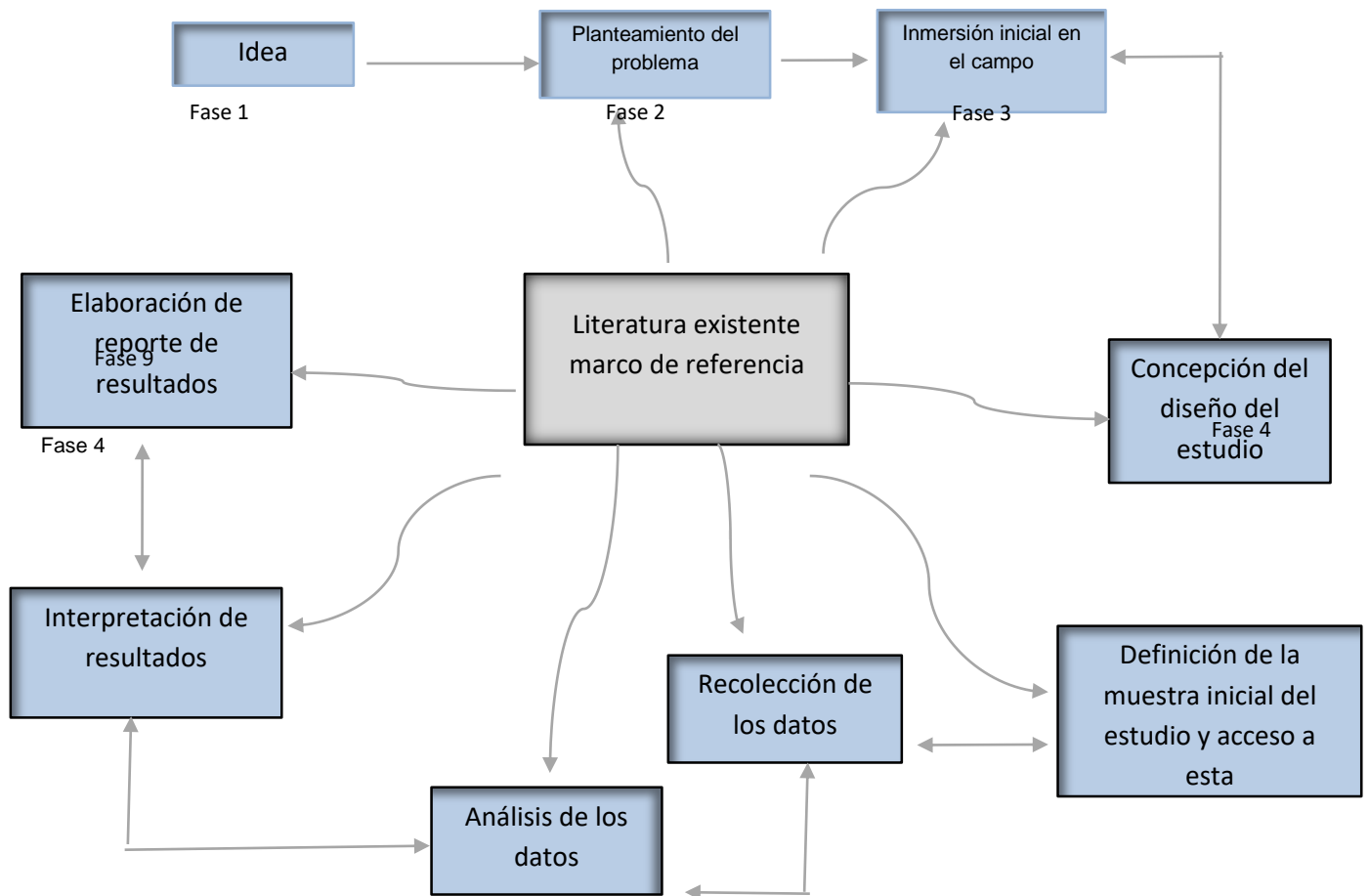
Este tipo de investigación “tiene una base epistemológica a través de la hermenéutica y la fenomenología.

La investigación cualitativa se considera una categoría de diseño de investigación que permite la recopilación de descripciones utilizando métodos y herramientas como observaciones y entrevistas para obtener información en forma de narraciones, grabaciones de audio, notas de campo, registros escritos, transcripciones de audio y video, fotografías, etc. Investigación cualitativa relacionada con las ciencias sociales, pero también utilizada en investigación política y de mercado.

La investigación cualitativa es inductiva, por tanto, el investigador:

- Comprender y desarrollar conceptos basados en patrones de datos en lugar de recopilar datos para probar hipótesis o teorías preconcebidas.

Figura 7 Enfoque cualitativo en la investigación



FUENTE: <https://mx.search.yahoo.com/search?fr=mcafee&type=E211MX0G0&p=enfoque+cualitativo+en+la+investigacion>.

La investigación descriptiva se encarga de precisar las características de la población de estudio. El propósito de la investigación descriptiva es especificar las características importantes, las características y las características de cualquier fenómeno bajo análisis. Describir tendencias en de personas.

El estudio es descriptivo e intenta comprender algunas características de la empresa, situaciones e identificar formas en que la cultura organizacional y la satisfacción laboral de los empleados son esenciales para el cambio.

El propósito de la investigación descriptiva es detallar los atributos, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno bajo análisis.

Esto quiere decir que sólo tienen por objeto medir o recopilar información sobre los conceptos o variables a los que se refieren, de forma independiente o en conjunto, es decir, no pretenden mostrar cómo se relacionan. La descripción puede ser más o menos profunda, aunque en todo caso se basa en la medición de una o más propiedades del fenómeno de interés.

Carlos Sabino (1992) definió el proceso de investigación de la investigación descriptiva en su obra como “un tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características básicas de un mismo tipo de fenómeno, utilizando criterios sistemáticos que permitan determinar la estructura del fenómeno o comportamiento.

Es importante enfatizar que las mediciones de variables relacionadas en la mayoría de los casos las realiza el mismo participante, ya que no es raro que las mediciones de una variable en algunos individuos se correlacionen con las mediciones de otra variable en los individuos.

La investigación correlacional difiere de la investigación descriptiva principalmente en que esta última se enfoca en la medición precisa de una sola variable (algunas de las cuales pueden medirse de manera independiente en un solo estudio), mientras que la primera evalúa la relación entre dos o más variables.

Las variables secundarias son lo más específicas posible. Multivariante, la capacidad de incluir múltiples pares de tales evaluaciones en un solo estudio que a menudo involucra múltiples correlaciones. Para entender mejor esta diferencia, tomemos un ejemplo simple.

Tabla 4 Pasos de la metodología

1.- Identificar el problema de investigación:
Objetivos generales
Objetivos específicos
2.- Tipo de Investigación
Exploratoria
Descriptiva
Correlacional
Causal
3.- Establecer hipótesis de investigación
4.- Diseño de Investigación
Experimental, Transversal / Longitudinal,
Experimento
5.- Selección de la Muestra
Probabilística: Cuantitativa, cualitativa
Estudio de caso cualitativa
6.- Recolección de datos
Cualitativos: entrevistas, Unidad de análisis-
Recolección, confiabilidad-validez
Cuantitativo: medibles
7.- Análisis de datos
8.- Presentación de reporte de investigación

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, (2006).

Tabla 5 Modelos y métodos de medición de cultura organizacional basados en Lewis

Autores	Métodos de medición de la cultura
amsa (1986)	Métodos cuantitativos
Barnet (1979, 1988)	Métodos cuantitativos: Análisis de Galileo
Encuadernador (1984)	método cuantitativo
Cooke y Rousseau (1988)	Método cuantitativo para medir normas de conducta y expectativas.
Desatnick (1986)	método cuantitativo
Hofstede (1986)	método cuantitativo
Reynier (1986)	método cuantitativo
Reynierse y Harker (1986)	Combinación de métodos cuantitativos y cualitativos: entrevistas, discusión en grupos y dinámica organizacional.
Reynolds (1986)	Método cuantitativo: cuestionario para medir lenguaje, símbolos y conceptos.
Viena (1988)	Método cuantitativo para sistema de valores centrales.
Nossiter y Biverman (1990)	Dibujo proyectivo y fantasías de moda – metafóricas.
Tucker y otros (1990)	Cuestionario comprensivo
Borde (1991)	Teoría de la motivación del código del color.
gabriel (1981)	Uso de historias como base de los mitos.
Luis (1992)	combinación de métodos.

Carrillo, 2016, pág. 63

Las investigaciones que apunten a definir, reducir, integrar, focalizar y ordenar las dimensiones materiales de la cultura organizacional deben priorizar modelos válidos y con suficiente evidencia empírica. Desde una perspectiva cuantitativa, la realidad debe ser representada con precisión y profundamente iluminada (Hernández et al., 2014).

3.2. Población y muestra

Población

Según Tamayo (2012), es el conjunto del fenómeno objeto de estudio, que incluye todas las unidades de análisis que componen dicho fenómeno, y que debe ser cuantificado para un estudio específico integrando un conjunto de N unidades que participan en una determinada característica, y se denomina población que conforma el conjunto de fenómenos asignados al estudio. Ejemplo: Cualquier subconjunto del universo.

La muestra

Es un subgrupo de la población o universo.

- Se utiliza por economía de tiempo y recursos
- Implica definir la unidad de muestreo y de análisis
- Requiere delimitar la población para generalizar resultados y establecer parámetros

En muchas ocasiones, es importante trabajar con una muestra representativa de la población, para ello, debemos trabajar con criterios y técnicas de muestreo.

Una muestra representativa debe reflejar las características de la población.

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y, desde luego, se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población

La población sobre la que se va a recolectar información no necesariamente representa el universo o población en estudio (Hernández, Fernández y Baptista). cuarta edición. Libro: Metodología de la investigación.

Básicamente, se categorizan las muestras en dos grandes ramas: las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas. Para este caso utilizamos muestras probabilísticas.

Muestra probabilística Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos. En las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis.

Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación transaccionales, tanto descriptivos como correlacionales-causales (las encuestas de opinión o sondeos, por ejemplo), donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables se miden y se analizan con pruebas estadísticas en una muestra, de la que se presupone que ésta es probabilística y que todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos.

El registro estadístico de unidades económicas DENEUE contiene información sobre las empresas activas en el país.

Los datos presentados permiten la identificación de las unidades económicas por razón social, tipo de organización jurídica (persona física o jurídica), actividad económica y tamaño (basado en la jerarquía de los empleados); y su ubicación en México (por región, ciudad, barrio y calle).

La biblioteca también proporciona las coordenadas geográficas de las ubicaciones de las instituciones para que puedan visualizarse en mapas digitales o imágenes satelitales

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) puso a disposición de la comunidad la primera versión del DENUE, en julio de 2010

El sistema incluye herramientas que permiten a los usuarios seleccionar actividades económicas y áreas geográficas de interés, etc., visualizar la distribución de actividades económicas en el espacio geográfico, identificar cadenas productivas, nichos de mercado, clientes, proveedores o competidores potenciales, regiones y distribuciones.

La población de 402 unidades económicas se eligió con información obtenida del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.

Para calcular y/o determinar el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula para poblaciones finitas de Balestrin. (ver figura 6)

formula finita de la muestra

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

DONDE:

Z: Nivel de confianza	1.96
N: Universo poblacion PDN	
p: Poblacion a favor	0.95
q: Poblacion en contra	0.05
e: Error de estimacion	5.00%
n: tamaño de la muestra	????

Total de empresas 402

Z	3.8416	$n = \frac{3.8416 \times 402 \times .95 \times .05}{0.0025 \times 401 + 3.8416 \times .95 \times .05} = \frac{73.3554}{1.18498} = 61.90$	61.90
N	402		
p	0.95		
q	0.05		
e	25.00%		
n	61.90		

73.355352 1.18498

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población

p= Estadístico que prueba al 0.95% de confianza (población a favor)

e2= Máximo error permisible (5%)

P= Probabilidad de éxito (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso o población en contra 0,05

3.3 Instrumentos

Se realiza una matriz con base de datos obtenidos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Para medir la fiabilidad de acuerdo a las variables: filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias por medio del alfa Cronbach

Tabla 6 de valores

	MICROEMPRESAS DE SERVICIO EN IXTAPALUCA ESTADO DE MEXICO			DENUE			
Nombre	Código de actividad	Filosofía	Misión	Visión	Objetivos	Políticas	Estrategias
SALON DE EVENTOS LA QUINTA DEL REY	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE EVENTOS SOCIALES CORONA	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE FIESTAS EL RINCON FELIZ	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE FIESTAS INFANTILES SIPIRILY	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE FIESTAS JAYANS	531113	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL CUATE	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL GUERO	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL PAIZA	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA MEJIA	722513	2	2	2	2	2	2
MARISCOS EL PASILLO	722512	2	2	2	2	2	2
MARISCOS EL TIBURON	722512	2	2	2	2	2	2
POLLOS ADOBADOS LUPITA	722517	2	2	2	2	2	2
TOTALES		235	219	221	222	231	235

Variable dependiente: Toma el nombre de la variable a explicar, es decir, el objeto de estudio, que es explicado por otros elementos.

- Filosofía: Forma típica de ser que motiva comportamientos empresariales y de gestión específicos.
- Misión: razón de ser de la pertenencia a la organización,
- Visión: la imagen deseada del futuro de la organización.
- Metas: Establezca metas a alcanzar dentro de un período de tiempo específico, generalmente un año, que sean alcanzables y desafiantes.
- Política: normas internas de funcionamiento que deben seguir todos los miembros de la organización.
- Estrategia: Dentro de una organización, las acciones tomadas para alcanzar las metas de la organización.

3.4 Procedimientos

Este trabajo contiene información obtenida del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. DENUE como herramienta de recolección de datos para obtener información confiable.

Se seleccionó una muestra de 121 microempresas de servicios en Ixtapaluca, México. Ya que de acuerdo a la fórmula finita de muestra se obtuvo un resultado de 62 como mínimo de la muestra. Éstas incluyen:

- Un restaurante que sirve aperitivos
- Cafetería, enfriador de refrescos, barra de helados, refrescos, etc.
- Alquiler de salones de celebración y conferencias sin intermediarios
- Pensiones y hoteles
- El restaurante ofrece pizza, hamburguesas, perros calientes y pollo a la parrilla.

- Comedores y establecimientos similares
- Reparación y mantenimiento de maquinaria y equipos industriales.
- Mantenimiento de autos y camiones, mecánica general
- Lavado y combustible de autos y camiones
- Alineación y balanceo de autos y camiones
- Gimnasio privado
- Venta al por menor de refrescos y helados
- Venta al por menor de refrescos y helados
- Venta al por menor en tiendas minoristas, grandes superficies y comercios.
- Comercio al por menor de dulces e ingredientes de repostería.
- Farmacia con tienda
- Comercio al por menor de productos naturales, medicamentos homeopáticos y suplementos nutricionales.
- Comercio al por menor de artículos para el hogar
- Venta al por menor de papel
- Comercio al por menor de equipos de cómputo y equipos de cómputo
- Venta de zapatos
- Comercio al por menor de productos lácteos y embutidos
- Venta al por menor de frutas y verduras frescas

Para estimar la confiabilidad de un instrumento lo debe aplicar a la muestra y sobre la base de los resultados calcular tal coeficiente. Imaginemos que obtiene un valor alfa Cron Bach de 0.96, que es muy elevado, lo que significa que su medida es sumamente confiable.

En ocasiones sólo basta una pregunta para recolectar la información necesaria sobre la variable considerada, no es necesario incluir más.

Codificar los datos significa asignarles un valor numérico o símbolo que los represente. Es decir, a las categorías (opciones de respuesta o valores) de cada ítem o variable se les asignan valores numéricos o signos que tienen un significado. Por ejemplo, si tuviéramos la variable “género” con sus respectivas categorías, masculino y femenino, a cada categoría le determinaríamos un valor:

En este caso las preguntas son dicotómicas, así las microempresas que cuentan con una cultura organizacional la respuesta es “sí” se les asigno el valor 1, caso contrario a microempresas que carecen de cultura organizacional cuya respuesta en “no” se les asigno el valor 2.

Codificación:

¿Cuenta con	Valor
¿Cultura organizacional?	asignado
• Si	1
• No	2

Pero hoy en día los investigadores ya no lo hacen de la manera descrita, sino que la codificación la efectúan directamente, transfiriendo los valores registrados en los instrumentos aplicados (cuestionarios, escalas de actitudes, pruebas de laboratorio o equivalentes) a un archivo/matriz de un programa computarizado de análisis estadístico (IBM SPSS®, Minitab o equivalente).

O bien, si no se cuenta con el programa, los datos se capturan en un documento de Excel (matriz) y luego se trasladan a un archivo del programa de análisis. Veamos el proceso en IBM SPSS®, pero antes es necesario hacer algunas aclaraciones:

- Se abre el programa IBM SPSS®, como cualquier otro, y si se trata de un archivo existente con los datos codificados (matriz completada), pues lo abrimos y hacemos los análisis pertinentes.

- IBM SPSS® y programas equivalentes tienen dos matrices o ventanas:

- a) vista de las variables (variable view) y

- b) vista de los datos (data view). Ambas aparecen como pestañas (simulando carpetas o folders) ubicadas en la parte inferior de la pantalla hacia nuestro lado izquierdo.

La “vista de variables” representa el sistema de codificación o libro o documento de códigos electrónico (constituye una matriz). Los renglones o filas significan ítems, indicadores o reactivos, y las columnas representan características, propiedades o atributos de cada ítem. A los ítems o indicadores en estos programas se les denomina “variables” de la matriz, a veces coinciden con el concepto de variable que se tiene en la investigación (por ejemplo, género, es una variable de la investigación y un renglón o fila en la “vista de variables”) y en otras ocasiones son simplemente un ítem de una variable del estudio.

Tabla 6 resultados alfa de Cron Bach

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.906	0.904	6

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Filosofía	9.4000	1.956	0.509	0.268	0.919
Misión	9.5333	1.360	0.872	0.887	0.870
Visión	9.5167	1.361	0.920	0.958	0.860
Objetivos	9.5083	1.378	0.921	0.942	0.860
Políticas	9.4333	1.710	0.726	0.668	0.892
estrategias	9.4000	1.923	0.574	0.543	0.913

Alfa de Cron Bach:

En función al alfa de Cron Bach la correlación de variables es de 0.906 lo cual indica que existe una fuerte relación de las variables: filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias que impactan a la cultura organizacional.

Una herramienta muy útil para aclarar la dirección de la investigación en: La matriz de congruencia

La matriz de congruencia es una herramienta que reduce el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar diferentes etapas del proceso de investigación para que exista un acuerdo entre las partes involucradas en dicho procedimiento desde el inicio.

Presentado en forma de matriz, le permite ver un resumen del estudio de un vistazo y verificar la secuencia lógica, lo que elimina repentinamente posibles ambigüedades en el proceso de análisis relevante para avanzar en el estudio.

El análisis FODA tiene como objetivo comprender el estado de la empresa mediante la introducción de una lista de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Esto es muy importante para las decisiones actuales y futuras.

El análisis FODA es un diagrama utilizado en las empresas para estudiar las fortalezas, Debilidades, oportunidades y amenazas de una situación particular.

Nos ayuda a comprender continuamente los factores internos y externos que influyen en el éxito de la empresa.

Las fortalezas y debilidades son útiles para el análisis interno de la organización, la mejora requiere un trabajo continuo dentro de la organización, las oportunidades y amenazas son externas a la competencia y no se tiene control sobre posibles cambios en factores externos.

Al considerar las fortalezas y debilidades de la organización, se pueden identificar los factores que pueden dañar la reputación de la organización.

Estas fortalezas representan las contribuciones positivas de las partes interesadas en términos de experiencia, conocimientos, educación y habilidades que ayudan a que la organización tenga un mejor desempeño.

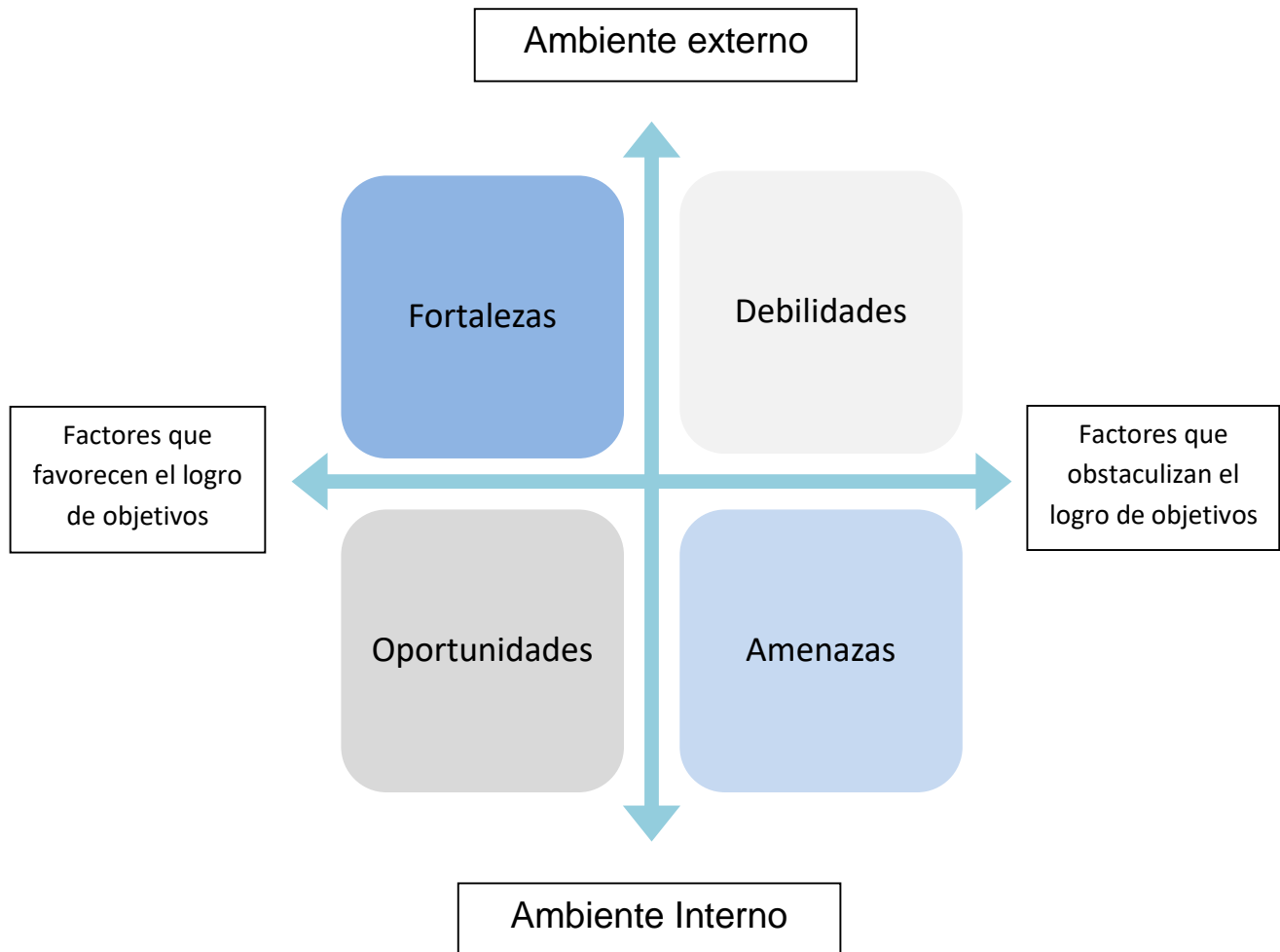
Las debilidades son elementos del negocio que deben mejorarse porque afectan a la organización en más formas de las que se basan en las expectativas del cliente, lo que puede causar fricciones y evitar que la organización logre los objetivos deseados.

Un elemento convincente de evaluación de competencias que puede ayudar a las organizaciones a generar más ganancias. Estos son elementos fuera del ambiente organizacional.

A menudo después de implementar una nueva estrategia, se solucionan los aumentos de ingresos o los problemas o dificultades.

Una amenaza se refiere a un factor que puede dañar la estrategia existente de una organización y es un factor que conduce a la pérdida de negocios.

Figura 8. Matriz FODA



Fuente: Elaboración propia

Se debe implementar una estrategia que posicione a la empresa como una de las mejores para abordar las debilidades y amenazas y capitalizar las fortalezas y oportunidades. • La creación de un manual funcional brinda a la empresa una herramienta para identificar el trabajo de cada colaborador en apoyo a los objetivos de su misión.

• El diseño organizacional permite formalizar los cargos para que todos conozcan sus funciones, jerarquía e interacciones dentro de la organización.

- La investigación es una herramienta que permite a las organizaciones identificar formas nuevas y eficaces de gestionar cualquier unidad de negocio y formas sencillas de gestionar las relaciones con los clientes.

García (2009) quien destaca que la estrategia “es el arte de dirigir y coordinar operaciones militares y hacer una cosa para lograr un fin”.

Pupo (2004) afirmó que “la estrategia en lo militar se crea como una carrera para derrotar al enemigo”.

Pupo enfatizó que la estrategia se implementa en la fase de planificación para poder ingresar a nuevos mercados, mejorar productos o servicios, estar siempre a la vanguardia para no quedar atrapado en el pasado y ser absorbido por la competencia.

Estrategia es innovación, diversificación y planificación financiera, pero también un conjunto de estrategias dirigidas a metas de largo plazo.

Actualmente, estas estrategias deben implementarse para tener éxito en el mercado (Chiavenato, 2014 pp 171)

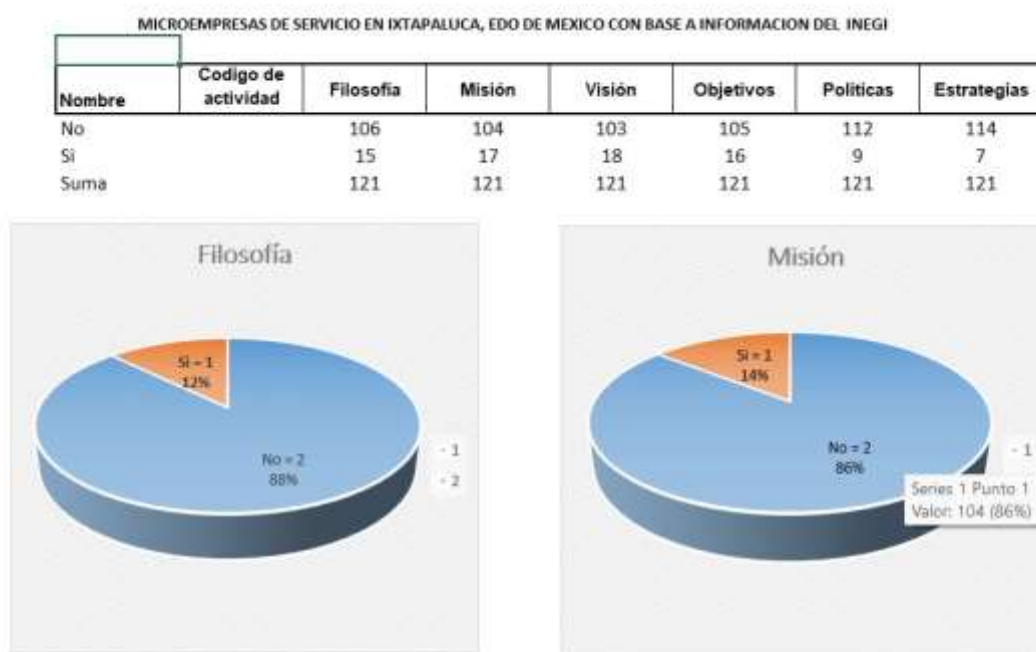
CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

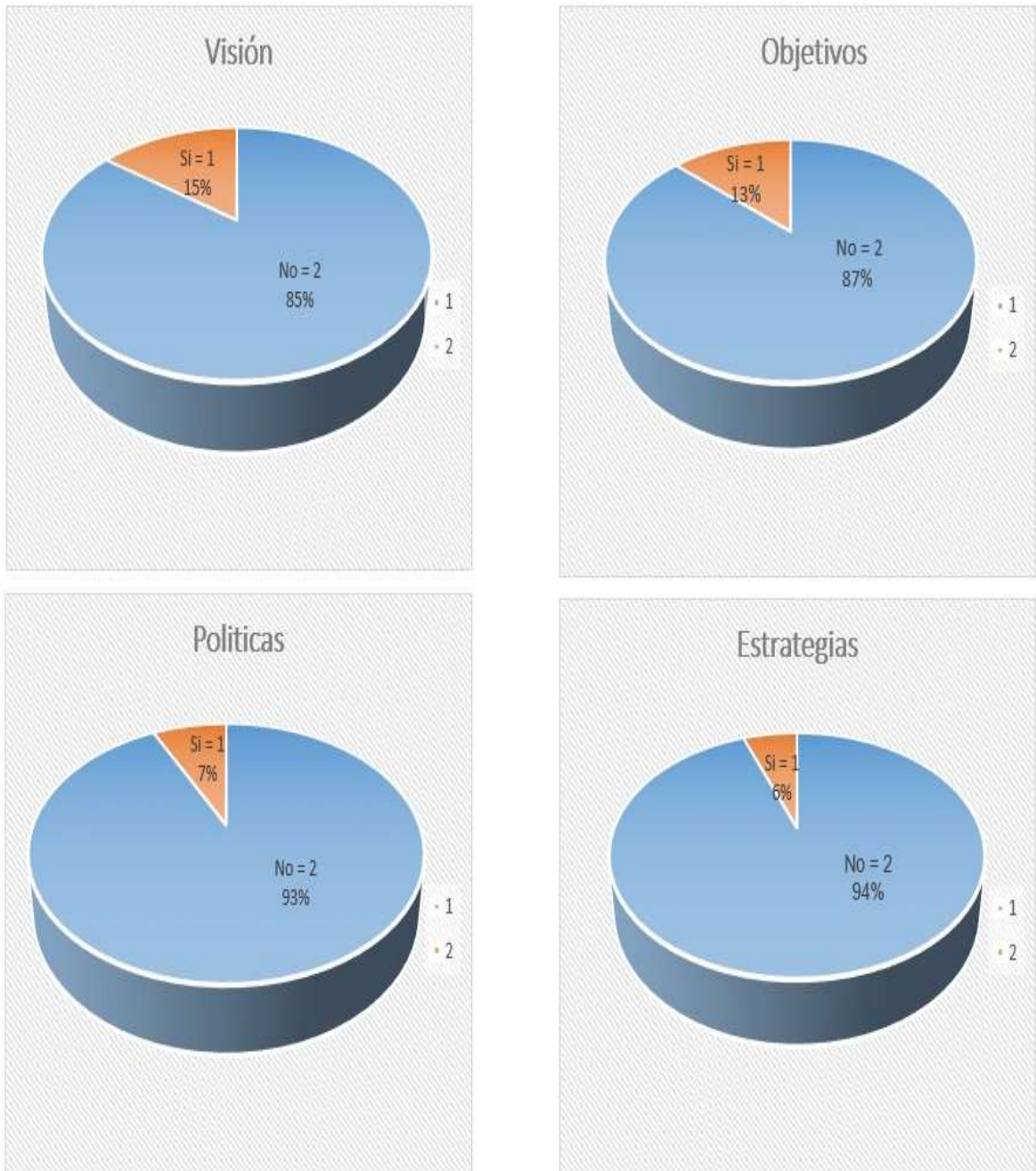
Con información obtenida de la base de datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE se determinó la siguiente proporción de acuerdo a las variables: Filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategias.

Figura 10 Grafico proporción de variables



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Gráfico proporción de variables



Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar, proponemos comprender el impacto de los cambios estructurales organizacionales en la cultura como una consecuencia de la modernización tecnológica.

Parece apropiado concluir con la reseña de Schein, cuando insiste en que la existencia misma de la cultura depende de la estabilidad de los grupos.

Entonces, en este contexto, ¿cuáles son las implicaciones del próximo cambio generacional?

En otras palabras, a medida que más y más conservadores dan sus primeros pasos en el mundo del trabajo en las décadas de 1970 y 1980 y se convierten en baluartes de la distribución laboral en la actualidad.

4.2. Evaluación de la Hipótesis

El proceso es apoyado por la matriz: microempresas de servicios en Ixtapaluca, Estado de México (ver tabla 6) de cuya respuesta se deriva la ponderación de la microempresa de Ixtapaluca.

Calificación de Viabilidad:

El diagnostico tiene dos opciones de respuesta “no” y “si”, partiendo del supuesto de que las respuestas contestadas con “si” reflejan un comportamiento eficiente de la microempresa en el criterio de cultura organizacional por lo que se asigna el valor de “1”. Caso contrario a las respuestas en forma negativa se le asigna el valor de “2” (ver anexo 2)

Para determinar la ponderación por cada criterio se suma el valor de cada respuesta y se divide entre el porcentaje positivo

Tabla 6 Evaluación de hipótesis

Calificacion de viabilidad

Criterio	Porcentaje	Ponderacion
Filosofia	88.00%	16.51%
Mision	86.00%	16.14%
Vision	85.00%	15.95%
Objetivos	87.00%	16.32%
Politiclas	93.00%	17.45%
Estrategia	94.00%	17.64%
	533.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

4.3. presentación de resultados

Tabla 7. Resultados

RESULTADOS

Criterios	Puntaje	Calificacion	Ponderacion	Calificacion ponderada
Filosofia	106	0.70	16.51%	12.2504
Mision	104	0.70	16.14%	11.7499
Vision	103	0.70	15.95%	11.5000
Objetivosd	105	0.70	16.32%	11.9952
Politicass	112	0.70	17.45%	13.6808
Estrategia	114	0.70	17.64%	14.0767
			100.01%	75.2530

CALIFICACION	RESULTADO	75.25

Fuente: Elaboración propia

Se determinó una calificación de los criterios evaluados de 75.25 considerada como alta, toda vez que la mayoría las microempresas de servicios seleccionadas no cuentan con cultura organizacional de manera formal.

Por lo anterior se propone como primer paso realizar un diagnóstico de cómo se encuentra la situación actual de la microempresa después, desarrollar el modelo de cultura de resultados (ver figura 4) con metas y tiempos medibles para que, en tercer lugar se analice la cultura en los diferentes campos reforzando los objetivos, las metas y los propósitos de la organización, en una línea hacia todos los empleados de la empresa y el trabajo para su cumplimiento, garantizando el desarrollo de las buenas prácticas en los negocios.

CONCLUSIONES

Primero, las empresas seleccionadas que fueron calificadas con respuesta (“no”) con valor 2, deben establecer formalmente su cultura organizacional, incluyendo: filosofía, misión, visión, objetivos, políticas y estrategia

Actualmente las organizaciones necesitan establecer valores claros y consistentes para gestionar el comportamiento de los socios comerciales que sea beneficioso para la cultura organizacional de las empresas objeto de estudio.

Las empresas deben desarrollar manuales y estándares de calidad para que el personal de producción pueda entender los procedimientos y pasos a seguir en cada proceso productivo.

Las organizaciones necesitan reestructurar las descripciones de puestos para evitar confusiones entre los compañeros de trabajo.

Entre otros cambios, se hace necesario crear una fuerza de ventas bien capacitada para aumentar las ventas y, por lo tanto, aumentar la producción y que, además, anime a los asociados a motivarlos.

La falta de comprensión de la cultura organizacional, la falta de apego a las instituciones, las diferencias de valores y creencias que existen en las microempresas, la falta de descripciones de puestos y la falta de personal de ventas, todos estos afectan directamente la productividad organizacional.

Mientras los miembros de la organización continúen trabajando duro, comunicándose de manera óptima, trabajando en equipo y desarrollando objetivos comunes, se pueden lograr efectos positivos.

Algunos socios comerciales muestran resistencia al cambio, nuevas ideas y nuevos equipos y tecnología.

Desde esta perspectiva, una organización es un conjunto de redes interactivas que permiten a los participantes construir y negociar sistemas de significado que dan sentido a sus experiencias.

La cultura organizacional nos permite entender que los empleados que forman parte de la organización son quienes crean historias que son discutidas en cuanto a su significado con los demás, conformadas por sistemas simbólicos e historias compartidas que no solo influyen en su comportamiento mecánico sino también su rendimiento y comportamiento.

Al reclutar e incorporar nuevos socios, considere un curso de inducción donde aquellos que se unan a la firma puedan aprender todo sobre la misma. Sus funciones, misión, visión, objetivos, valores y políticas.

Tanto la gerencia como los empleados necesitan mejorar la toma de decisiones en la organización para que puedan crecer juntos.

Cabe mencionar que los factores culturales del entorno influyen en la configuración de la cultura organizacional.

Por un lado, la función principal de la cultura es la unidad, porque la cultura crea un sentido de pertenencia a la profesión dentro de la organización. En este sentido, pretende ser el pegamento social que mantiene unidos los elementos del proyecto.

Finalmente, no debe olvidarse que la cultura proporciona a las organizaciones un marco explicativo, una estructura definida a través de la cual se puede dar sentido a los comportamientos cotidianos y comprender los fenómenos organizacionales.

RECOMENDACIONES

Se considera un aspecto relevante para muchas microempresas incrementar su productividad y calidad en el servicio por medio del mejoramiento o implantación de la cultura organizacional

Ayudará a crear en los colaboradores el sentido de pertenencia, a generar una visión compartida, experimentar compromiso hacia el establecimiento, trabajar en equipo y así lograr los objetivos teniendo un impacto positivo para la entidad económica.

La cultura organizacional es uno de los pilares fundamentales dentro de cada organización. Esta permite que se pueda generar un compromiso y un sentido de pertenencia por parte de los miembros de las microempresas. Es importante gestionar estrategias apoyadas en la comunicación interna que permitan hacer que la cultura organizacional sea el pilar para conseguir los objetivos organizacionales.

Realizar un seguimiento sobre la gestión y difusión de la cultura organizacional dentro las microempresas asegurará que las acciones tomadas al respecto funcionaron y así poder realizar cambios necesarios a tiempo. Es necesario reforzar los valores organizacionales y la filosofía corporativa para el buen desarrollo no solo de los miembros, sino también de la organización

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Manuel Fernández Ríos, (1999), Diccionario de Recursos Humanos Organización y Dirección.

Fordyce, J.K. y Well, R. (1976) Métodos de desarrollo organizacional para ejecutivos, México, Fondo Educativo Interamericano.

Andrade, H. (1992). "El proceso de cambio cultural en la organización", en Management Today, marzo, México.

Martha Alicia Alles (2011) by Ediciones Granica S.

Schein, Edgar (1988) La cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona, Plaza & Janes,

Schein, E. (1990). Organizational culture. American Psychologist, 45, (2), 109- 119.

Robbins, S. (1999): Fundamentos de Administración. México, D.F.: Editorial Prentice Hall. Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Barcelona: Editorial Plaza y Janes.

Fernández, J. (2002). Cultura Organizacional y Centro Educativo (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid).

Freitas, M. E. (1991). Cultura Organizacional: Formación, Tipologías e Impactos. Sao Paulo:

Bennis, G. (1973). Desarrollo organizacional, su naturaleza, sus orígenes y perspectivas en serie, Fondo Educativo Interamericano, México.

Gaynor, E., Zobotinsky, E. (1997). El mito de las "Best practices" ... y un intento de aunar teoría organizacional con práctica y efectividad empresarial

Siliceo, A.; Casares, D. y González, J. (1999), Liderazgo, valores y cultura organizacional, hacia una organización competitiva, México, McGraw Hill.

Zapata, A. (2002), "Paradigmas de la cultura organizacional", en: Cuadernos de Administración, núm. 27, pp. 163-185.

Andrés Mauricio Robis Jiménez seminario de grado y M'donalds y José Elías Durán lima mariano Álvarez, (enero 2009). manual de MIPYMES

Makron/MacGraw Hill. Freitas, E. (2002). Cultura Organizacional: Identidad, Seducción y Carisma. Sao Paulo: Editora FGV

Gordon, J. (1997). Comportamiento organizacional. Prentice Hall, México
<https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/668#:~:text=El%20Directorio%20Estad%C3%ADstico,en%20el%20privado.>

Amorós, E. (2007) Comportamiento organizacional (1ª ed.). Chiclayo. Editado por USAT

Murillo, S., Calderón, G. y Torres, Y (2006), Cultura organizacional y bienestar laboral, Red Cuadernos de Administración. Recuperado de:
<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliotecafmhsp/detail.action?docID=3165402>

Constitución política de los estados unidos mexicanos. (1917).

Ley Federal del Trabajo. (12 de 06 de 2016). ley federal del trabajo. obtenido de la ley federal del trabajo
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/156203/1044_Ley_Federal_del_Trabajo.pdf

Ley Federal del Trabajo. (18 de Mayo de 2022). Estados Unidos Mexicanos, Estados Unidos Mexicanos.

Leal, A. (1991). Cultura organizacional y orientación al mercado: un análisis multisectorial en pymes. XIV Congreso Acede, Murcia, España.

Roberto, H.-S., & Mendoza Torres , C. P. (2018). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: Mc Graw Hill.

Secretaria del Trabajo y Prevención Social. (22 de octubre de 2019). Secretaria del Trabajo y Prevención Social. Obtenido de Secretaria del Trabajo y Prevención Social: <https://www.gob.mx/stps/articulos/norma-oficial-mexicana-nom-035-stps-2018-factores-de-riesgo-psicosocial-en-el-trabajo-identificacion-analisis-y-prevencion>.

Trabajo, Procuraduría Federal de la Defensa del. (30 de mayo de 2018). *Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo*. Obtenido de Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo: <https://www.gob.mx/profedet/es/articulos/jornada-de-trabajo?idiom=es>

Carballo y Guelmes, M. y. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. *SciELO*.

Fernández, J. (2002). Cultura Organizacional y Centro Educativo. Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid.

Hernández-Sampieri (2005) Libro: Metodología de la investigación.

Freitas, E. (2002). Cultura Organizacional: Identidad, Seducción y Carisma. Sao Paulo: Editora FGV.

Cantú D, Humberto (2001). Desarrollo de una Cultura de Calidad. México. Editorial Mc Graw Hill. 2. Cruz, Teresa (2001). La cultura organizacional. La Habana. Ediciones CEEC. UH.

Acosta, H., Salanova, S. & Llorens, S. (2012). ¿Cómo predicen las prácticas organizacionales el engagement en el trabajo en equipo?: El rol de la confianza organizacional. *Ciencia y Trabajo*, 13, 125-134.

Alles, M. (2013). Comportamiento Organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de Gestión por Competencias. Ediciones Granica.

Domínguez, A. (2002). Paradigmas de la cultura organizacional. Cuadernos de administración, 18(27), 161-186.

Edwards, A. (2013). El diagnóstico de " la" cultura organizacional o las culturas De La Cultura. Global Media Jornal México, 6(11).

Páramo, D. (2001). Hacia la construcción de un modelo de cultura organizacional orientada al mercado. Revista colombiana de marketing, 2(2)

Salazar, J., Guerrero, J., Machado, B., & Cañedo, R. (2009). Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral. Acimed, 20(4), 67-75.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) cuarta edición. Libro: Metodología de la investigación.

Mendoza, Hernández-Sampieri y Méndez, (2015) Libro: Metodología de la investigación.

José Elías Durán Lima Mariano Álvarez (2009). Manual de la Mipyme.

Julio Cesar Romano G. (2018). Revista Negocios

GLOSARIO

1. Administración: Es un proceso distintivo que consiste en la planeación, organización, ejecución y control, ejecutados para determinar y lograr los objetivos, mediante el uso de gente y recursos.
2. Cron Bach: Es un índice usado para medir la confiabilidad de tipo consistencia interna de una escala.
3. Planeación: Selección de misiones y objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos para lograrlos; toma de decisiones, selección de un curso de acción entre varias opciones.
4. Organización: asociación de personas que se relacionan entre sí y utilizan recursos de diversa índole con el fin de lograr determinados objetivos o metas.
5. Ordenar: Función administrativa que se encarga de agrupar las actividades planeadas en la empresa, para lograr el cumplimiento de los objetivos que es igual a organización.
6. Dirección La dirección administrativa es el conjunto de funciones existentes en una organización, que buscan la toma de decisiones y estrategias favorables para la misma.
7. Control. Es la etapa de la gestión administrativa que se refiere a la evaluación de procesos y del rendimiento administrativo, así como de la identificación de desviaciones y posibles anomalías
8. Estrategia: procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.
9. Comunicación. Es el intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información y recibirla. En este proceso intervienen un emisor y un receptor, además del mensaje que se pone de manifiesto.
10. Ejecución: Hace referencia a la realización de todas aquellas tareas previstas en la planificación de un proyecto. A su vez, estas tareas, como su propio nombre indica, permiten conseguir los objetivos propuestos al inicio.

11. Capital de trabajo: Es un indicador financiero que se utiliza para determinar los recursos financieros con que dispone una empresa para operar sin sobresaltos y de forma eficiente.
12. Liderazgo: Capacidad para influir y apoyar a los demás y lograr que participen con entusiasmo en la consecución de los objetivos. Se pueden destacar los siguientes aspectos de un líder: Influye y apoya; la reacción que genera en el otro es entusiasta y positiva y fija metas que luego todos desean cumplir.
13. Valor actual neto: Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).
14. Proceso: Conjunto de pasos que se siguen para darle solución a un problema de administración. Para llevar a cabo un proceso correctamente, se deben respetar las metas, estrategias y políticas de la empresa; y además establecer objetivos claros para que el proceso sea fluido.
15. Planificación: La planificación es la estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir determinados objetivos. Planificar no solo significa definir un programa de acción, sino minimizar daños y maximizar la eficiencia.
16. Capital Humano: Es el conjunto integrado de conocimientos, habilidades y competencias de las personas en una organización. Como el capital estructural, el capital humano se posee por las personas que los detentan y no por la organización que los emplea. El capital humano es una parte renovable del capital intelectual.
17. Supervisión: La supervisión es administrar a otros a través del liderazgo e influencia personal. Los supervisores efectivos comparten muchas cualidades, incluida la capacidad de mantener la distancia de sus empleados sin perder la conciencia de sus actividades, pero sin dejar de preocuparse por su productividad y bienestar.
18. Recursos: Todos los elementos necesarios para llevar a cabo las operaciones cotidianas y lograr las metas establecidas.

19. Coordinación: Ligar, unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos. Es uno de los dos procesos básicos y nucleares de que consta toda organización.
20. Objetivos: Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones. Es sinónimo de destino, fin, meta.
21. Capital: En el ámbito de las organizaciones se asocia el término "capital" con patrimonio, en todas sus formas: maquinarias, inversiones, capital financiero, marcas, personal, etcétera.
22. Análisis ocupacional: Es el proceso de recolección, ordenamiento y valoración de la información relativa a las ocupaciones, tanto en lo que se refiere a las características del trabajo realizado, como a los requerimientos que estas plantean al trabajador para un desempeño satisfactorio.
23. Departamentalización: Consiste en separar y agrupar las funciones de una empresa conforme a su naturaleza; en otras palabras, a través de la división del trabajo, donde las diversas tareas se delegan de la manera más lógica, se agrupan todas aquellas actividades similares, dando paso a la especialización.
24. Desarrollo organizacional: El desarrollo organizacional agrupa aquellas técnicas, estrategias y medidas implementadas por una organización para fomentar el funcionamiento y crecimiento de la organización.
25. Puesto de trabajo: Es un espacio en el que un individuo desarrolla su actividad laboral, también se le conoce como estación o lugar de trabajo, ubicado en un edificio donde tiene la sede la entidad u organismo del Estado, o empresa privada, donde se controla y supervisa la labor del empleado público, trabajador.
26. Área funcional: Son las diversas actividades más importantes de la empresa, ya que por ellas se plantean como hacer la vida y tratan de alcanzar los objetivos y metas.
27. Liquidez: Es un concepto financiero que hace referencia a la capacidad que tiene un activo para ser convertido en dinero efectivo sin pérdida significativa de su valor.

28. Dirección estratégica: Es un proceso mediante el cual una empresa formula, implanta, ejecuta y controla un conjunto de acciones que aseguran el funcionamiento, desarrollo y crecimiento de la organización.
29. Actividades: Son fundamentales para que las organizaciones logren alcanzar el éxito. Es preciso tener en cuenta que contar con personal calificado es la mejor opción. Para ello, se ha de disponer de los trabajadores que cuenten con una serie de capacidades y cumplan funciones precisas que deban cumplirse.
30. Competitividad: Capacidad que tienen los agentes económicos para permanecer vendiendo bienes o servicios en un mercado (Sepúlveda, 2010). Al relacionarse con la competencia actual y potencial, se describen límites externos e internos, y actuaciones globales, internacionales, nacionales y locales, sectoriales y de mercados específicos.
31. Benchmarking: Método para el establecimiento de metas y medidas de productividad con base en las mejores prácticas de la industria.
32. Proceso administrativo: Es un conjunto de etapas (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible.
33. Estrategias: procedimiento a través de cual se toman decisiones en un escenario determinado con el objetivo de conseguir una o varias metas.
34. Cultura organizacional: La expresión hace referencia al conjunto de valores esenciales compartidos en una organización, los cuales proveen información implícita y/o explícita acerca de los comportamientos preferidos en ella. Implica ciertos supuestos, creencias aceptadas, percepciones y sentimientos.
35. Misión: El porqué de lo que la empresa hace, la razón de ser de la organización, su propósito. Expresa aquello por lo cual, en última instancia, la organización quiere ser recordada.
36. Visión: La imagen del futuro deseado por la organización.
37. Valores organizacionales: Aquellos principios que representan el sentir de la organización, sus objetivos y prioridades estratégicas.
38. Motivación: Razón, causa o motivo para hacer algo: trabajar, cambiar de empleo, de carrera, etcétera. El estudio de la motivación o motivaciones de las

personas en relación con la disciplina de Recursos Humanos es un tema complejo, dado que dichas motivaciones pueden obedecer a causas diversas y abarcan otras razones o motivos más allá de los aspectos económicos que implica toda relación laboral.

39. Procedimiento: Es una forma específica para realizar una actividad o un proceso (ISO 9000, 2015).
40. Análisis de puestos: Es el proceso de investigación mediante el cual se determinan las tareas que componen el puesto, así como los conocimientos y condiciones que debe reunir una persona para que lo pueda desempeñar adecuadamente.
41. Finanzas: Finanzas es el área de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el coste del capital.
42. Reingeniería: Es el rediseño radical de los procesos empresariales para cortar gastos, reducir costos, mejorar calidad y servicio y maximizar beneficios de la TI, cuestionando el cómo y el por qué se están haciendo las cosas.
43. Variable de datos: es una característica de una muestra o población de datos que puede adoptar diferentes valores. Cuando hablamos de variable estadística estamos hablando de una cualidad que, generalmente adopta forma numérica.
44. Obligaciones fiscales: son el conjunto de responsabilidades que tienen los contribuyentes ante las autoridades tributarias del país, siendo el pago de impuestos la principal de éstas
45. Histograma: es aquella representación gráfica de estadísticas de diferentes tipos. La utilidad del histograma tiene que ver con la posibilidad de establecer de manera visual, ordenada y fácilmente comprensible todos los datos numéricos estadísticos que pueden tornarse difíciles de entender.
46. Outsourcing: Es cuando una operación interna de la organización se transfiere para otra organización que logre hacerla mejor y más económica. Significa una transformación de costos fijos en costos variables y una simplificación de la organización.

47. Gestión: conjunto de procedimientos y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo
48. Empowerment: Es todo lo contrario al método tradicional donde los directivos y altos cargos ordenan y los subordinados obedecen sin más. Por lo tanto, su definición hace referencia a la delegación de poder y responsabilidad en los trabajadores o equipos.
49. Calidad: Es la atención a las exigencias del cliente; o la adecuación a la finalidad o uso; o la conformidad con las exigencias. El concepto de calidad se encuentra íntimamente conectado al diente, sea él interno o externo.
50. Sistema de gestión: Es una herramienta que permite controlar, planificar, organizar y hasta cierto punto automatizar las tareas de una empresa
51. Dispersión de datos: La dispersión estadística es el grado en que una distribución de datos se aleja, o se acerca, en valor absoluto a la media aritmética, como estadístico de posición central.
52. Perceptibles: Que se puede comprender o percibir.
53. Planeación estratégica: Es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno.
54. Eficiencia: Indicador de mayor logro de objetivos o metas por unidad de tiempo, respecto a lo planeado.
55. Anova: Herramienta que ayuda a comparar y probar la significación de las diferencias entre más o dos medidas muestrales, se puede hacer referencia acerca de si nuestra muestra se tomó de poblaciones que tienen la misma medida
56. Planificación organizacional: Es la forma o proceso en el que una empresa organiza sus operaciones diarias. Contar con este tipo de estructura les permite a las compañías alcanzar sus objetivos de manera más rápida, controlada y eficiente.
57. Organigrama: Esquema de la organización de una empresa, entidad o institución.

58. Ética: Capacidad para sentir y obrar en todo momento de acuerdo con los valores morales y las buenas costumbres y prácticas profesionales, y respetar las políticas organizacionales.
59. Coaching: Es un proceso en el cual una persona o un grupo de personas son puestas bajo la tutela de un coach que los observa, asiste, orienta, acompaña, motiva y evalúa durante un periodo de tiempo determinado o durante el desarrollo de un proyecto.
60. Proceso de trabajo: Es la concatenación de una serie de tareas para alcanzar un objetivo en concreto, como podría ser facturar a un cliente. Para ello cada proceso está dividido en subprocesos, que, siguiendo con el mismo ejemplo, podrían ser: dar de alta al cliente, generar factura, enviarla y verificar el pago.
61. Capacitación: Según Celida Chávez en su diccionario de técnicas organizacionales: Se realiza durante todo el proceso. Finalmente, se realiza un seguimiento para corroborar si lo aprendido impactó el desempeño y la actitud del personal.

ANEXOS

Anexo 1 Tabla unidades económicas plan de desarrollo municipal de Ixtapaluca

UNIDADES ECONOMICAS POR ACTIVIDAD ECONOMICA SEGÚN SU TAMAÑO

ACTIVIDAD ECONOMICA	TOTAL	TAMAÑO DE LA EMPRESA			
		MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
TOTAL	21,272	20,545	636	74	17
AGRICULTURA CRIA Y EXPORTACION DE ANIMALES, APROVECHAMIENTO FORESTAL PESCA Y CAZA	0	0	0	0	0
INDUSTRIA	1,893	1,795	75	15	8
SERVICIOS	19,379	18,750	561	59	9

A nivel local, en del municipio de Ixtapaluca, según el Plan de desarrollo municipal Ixtapaluca Ayuntamiento 2022-2024, existen 21,272 unidades económicas; de las cuales 19,379 son del sector servicios y 1,893 son del sector industrial.

[Plan de desarrollo municipal Ayuntamiento de Ixtapaluca.](#)

Fuente: Plan de desarrollo Municipal de Ixtapaluca



PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL IXTAPALUCA

AYUNTAMIENTO

2022-2024

manera en el sector secundario y en el sector terciario, que además es el sector que mayormente aporta al PIB municipal ha tenido también un descenso.

ÍNDICE MUNICIPAL DE ACTIVIDAD ECONÓMICA POR AÑO SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE IXTAPALUCA

AÑO	PRODUCTO INTERNO BRUTO	AGROPECUARIO, SILVICULTURA Y PESCA	INDUSTRIA	SERVICIOS	IMPUESTOS A LOS PRODUCTOS NETOS
2018	33 971.93	69.76	2 503.18	29 897.08	1 501.91
2019	33 544.65	58.93	2 412.12	29 590.29	1 483.32
2020	31 673.32	56.28	2 107.03	28 163.42	1 346.59

Fuente: Información COPLADEM Región III Chimalhuacán. Año 2021.

5.2.1.1. SUBTEMA: ACTIVIDADES ECONÓMICAS POR SECTOR PRODUCTIVO.

Las actividades económicas o productivas son procesos que a través del uso de factores de producción crean bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores en la economía. Al interior de Ixtapaluca marcan una línea de participación, por lo que es un importante realizar un análisis para detectar las principales actividades económicas dentro del municipio.

UNIDADES ECONÓMICAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA SEGÚN TAMAÑO

ACTIVIDAD ECONÓMICA	TOTAL	TAMAÑO DE LA EMPRESA			
		MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE
TOTAL	21 272	20 545	636	74	17
AGRICULTURA, CRÍA Y EXPLOTACIÓN DE ANIMALES, APROVECHAMIENTO FORESTAL, PESCA Y CAZA	0	0	0	0	0
INDUSTRIA	1 893	1 795	75	15	8
SERVICIOS	19 379	18 750	561	59	9

Fuente: Información COPLADEM Región III Chimalhuacán. Año 2021.

Las actividades económicas municipales son acciones destinadas para producir bienes y servicios para el mercado, existen tres tipos de actividades económicas: primarias, secundarias y terciarias. Dentro del municipio de Ixtapaluca, según el Censo Económico del 2019 del INEGI, existen 21,272 unidades económicas; de las cuales 19,379 son del sector servicios y 1,893 son

PIB DE IXTAPALUCA POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA

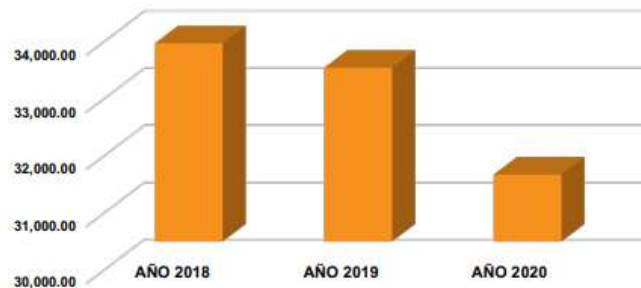
Miliones de pesos de 2008

SECTOR DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Transporte, correo y almacenamiento	8,626.8	8,299	7,968.2
Información en medios masivos	383.1	425.4	403.1
Servicios financieros y de seguros	1,331.9	1,341.2	1,273.6
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	6,576.6	6,644.2	6,317.6
Servicios profesionales, científicos y técnicos	49.5	44.2	41.8
Corporativos	0	0	0
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de residuos y desechos, y servicios de remediación	250.6	262.5	248.9
Servicios educativos	822.9	831.4	790.4
Servicios de salud y de asistencia social	971.3	978.5	927.3
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	43.2	42.9	40.7
Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	251.9	196.4	191.5
Otros servicios, excepto actividades gubernamentales	822	864.7	820.7
Actividades legislativas, de justicia y Gubernamentales	1,776.2	1,761.3	1,676.4
Impuestos a los productos netos	1,501.9	1483.3	1,346.6

Fuente: Índice Municipal de Actividad Económica. IGECEM

El valor agregado bruto, la industria, las industrias manufactureras y los servicios, son los sectores que más aportan al PIB municipal. La gráfica siguiente muestra el comparativo de los años 2018, 2019 y 2020 de la tabla anterior.

COMPARATIVO ANUAL DEL PIB DE IXTAPALUCA



Fuente: Elaboración propia con información de IGECEM.

El diagnóstico tiene dos opciones de respuesta “no” y “sí”, partiendo del supuesto de que las respuestas contestadas con “sí” reflejan un comportamiento eficiente de la microempresa en el criterio de cultura organizacional por lo que se asigna el valor de “1”. Caso contrario a las respuestas en forma negativa se le asigna el valor de “2”

Selección de 121 microempresas de servicio en Ixtapaluca, Edo de México con base a información del INEGI

Anexo 2. selección de microempresas de servicio en Ixtapaluca, Edo de México.

Nombre	Código de actividad	Filosofía	Misión	Visión	Objetivos	Políticas	Estrategias
ABARROTOS EL GALLO DE ORO	461213	2	2	2	2	2	2
ABARROTOS LA CRUZ	461110	2	2	2	2	2	2
ABARROTOS LESLY	461110	2	2	2	2	2	2
ABARROTOS LULU	461150	2	2	2	2	2	2
ABARROTOS NAYELI	461110	2	2	2	2	2	2
ABARROTOS T A PALMAS 2	461110	2	2	2	2	2	2
ANTOJITOS MEXICANOS "CELE"	722513	2	2	2	2	2	2
ANTOJITOS MEXICANOS "EL BUEN GUSTO"	722513	2	2	2	2	2	2
ANTOJITOS MEXICANOS "EL SAZON DE LA ABUELA"	722513	2	2	2	2	2	2
ANTOJITOS MEXICANOS LA QUINTA	722513	2	2	2	2	2	2
ANTOJITOS MEXICANOS SAZON MARY	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL CUATE	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL GUERO	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA EL PAIZA	722513	2	2	2	2	2	2
BARBACOA MEJIA	722513	2	2	2	2	2	2
BICI CREPAS	722515	2	2	2	2	2	2

CAFETERIA	722515	2	2	2	2	2	2
CAFETERIA	722515	2	2	2	2	2	2
CAFETERIA CAFETO BLACK & WHITE	722515	2	1	1	1	2	2
CAFETERIA KF	722515	2	2	2	2	2	2
CALDOS DE GALLINA	722513	2	2	2	2	2	2
CALDOS DE GALLINA SAN BUENAVENTURA	722511	2	2	2	2	2	2
CANTINA EL COMPADRE	722412	2	2	2	2	2	2
CARNITAS CORRALEJO	722513	2	2	2	2	2	2
CARNITAS DON AGUS	722513	2	2	2	2	2	2
CARNITAS HERMANOS GAYOSSO	722513	2	2	2	2	2	2
CASA DE HUÉSPEDES EL ENCINO	721311	2	2	2	2	2	2
CEMITAS POBLANAS	722514	2	2	2	2	2	2
CEMITAS POBLANAS HERMANOS SERDAN	722514	2	2	2	2	2	2
CHANG HING COMIDA CHINA	722511	2	2	2	2	2	2
CHARLY PIZZA	722517	2	1	1	1	2	2
COCINA ECONOMICA DOÑA LUCHA	722511	2	2	2	2	2	2
COCINA ECONÓMICA LAS FLORES	722518	2	2	2	2	2	2
COCINA LAS DELICIAS DEDOÑA MARCE	722518	2	2	2	2	2	2
COMEDOR LOCAL "PURE"	722511	2	1	1	2	2	2
COMIDA MEXICANA SAZON DE LA NEGRA	722511	2	2	2	2	2	2
DULCERIA EL ESTUCHE	461160	2	2	2	2	2	2
DULCERÍA LUCCA	461160	2	2	2	2	2	2
EL BORREGO SALVAJE	722513	2	2	2	2	2	2
EL CAMARON LOCO	722511	1	1	1	1	2	2
EL PATIO DE LA ABUELA VEVA	722516	2	2	2	2	2	2
EL RINCON MICHOACANO	722513	2	2	2	2	2	2
EL SAZON DE MALICHA	722518	2	2	2	2	2	2
EL TAQUITO	722514	2	2	2	2	2	2
EMLIANOS PIZZA	722517	2	2	2	2	2	2
ESTABLECIMIENTO COMIDA PARA LLEVAR	722515	2	2	2	2	2	2

EXTREMO FIT ESCUELA FITNESS	713943	2	2	2	2	2	2
FARMACIA RENATO	464111	2	2	2	2	2	2
FARMACIAS BENAVIDES SUC. GALERIAS IXTAPALUCA	464112	1	1	1	1	1	1
FARMACIAS DE SAN PABLO	464111	1	1	1	1	1	1
FARMACIAS DE SIMILARES	464111	1	1	1	1	1	1
FARMACIAS GUADALAJARA	464111	1	1	1	1	1	1
FARMAMIGO	464113	1	1	1	1	2	2
FRUTAS Y POSTRES	722519	2	2	2	2	2	2
FUENTE DE SODA "LA ESTRELLA"	722515	2	2	2	2	2	2
FUENTE DE SODAS EL JEFE"	722515	2	2	2	2	2	2
GIMNACIO DIANULI SPORT	713943	2	2	2	2	2	2
GIMNASIO POLIVALENTE DE CUATRO VIENTOS	713944	2	2	2	2	2	2
GORDITAS MICHOACANA	722513	2	2	2	2	2	2
HOTEL RINCON DEL CIELO	721112	2	2	2	2	2	2
KEN TOKY FRIED CHIQUEN	721112	1	1	1	1	1	1
KENTUCKY FRIED CHICKEN	811192	1	1	1	1	1	1
LLANTAS Y SERVICIO LOBO	811116	2	2	2	2	2	2
MARISCOS EL PARADERO	722512	2	2	2	2	2	2
MARISCOS EL PASILLO	722512	2	2	2	2	2	2
MARISCOS EL TIBURON	722512	2	2	2	2	2	2
MARISCOS LAS TRES SIRENAS	722512	2	2	2	2	2	2
MOMISI EXPRESS COMIDA CHINA	722516	2	2	2	2	2	2
MUEBLERIA CASA DOMINGUEZ	466111	2	2	2	2	2	2
MUEBLES DICO IXTAPALUCA	466111	1	1	1	1	1	1
MUEBLES INTER ESPACIO COMERCIAL ZADURA	466111	2	2	2	2	2	2
MUEBLES SAYMA	466111	2	2	2	2	2	2
PAN Y PASTELES ZULY	461190	2	2	2	2	2	2
PANADERIA EL PANQUESITO	461190	2	2	2	2	2	2
PAPELERIA AVC	465311	2	2	2	2	2	2
PAPELERIA LIBRA	465311	2	2	2	2	2	2

PAPELERIA NORMA	465311	2	2	2	2	2	2
PASTELERIA EMPORIO	722515	2	2	2	2	2	2
PIZZAS GALAXIAS	722517	2	2	2	2	2	2
PIZZERIA TERRIS	722517	2	2	2	2	2	2
POLLOS ADOBADOS LUPITA	722517	2	2	2	2	2	2
POLLOS RAY	722517	2	2	2	2	2	2
POZOLERIA LOS HEROES	722513	2	2	2	2	2	2
PULQUERIA MAYAHUEL	722412	2	2	2	2	2	2
REFACCIONARÍA A M CONTINENTAL	468213	2	2	2	2	2	2
REFACCIONARIA AUTO TOP	468211	2	2	2	2	2	2
REFACCIONARIA ROGELIO	468211	2	2	2	2	2	2
REFACCIONARIA Y TALLER MECANICO EL GUERO	468211	2	2	2	2	2	2
RESTAURANTE BAR LAS DOS HUASTECAS	722511	2	2	2	2	2	2
RESTAURANTE CAFE IMAGEN	722412	1	1	1	1	1	2
RESTAURANTE DOÑA ELI	722518	2	2	2	2	2	2
RESTAURANTE FAMILIAR NOVO BRASIL	722511	1	1	1	1	2	2
RESTAURANTE VELVET WINGS	722511	2	2	2	2	2	2
RICOS CALDOS DE GALLINA LA OAXAQUEÑA	722513	2	2	2	2	2	2
SALON DE EVENTOS LA QUINTA DEL REY	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE EVENTOS SOCIALES CORONA	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE FIESTAS EL RINCON FELIZ	531113	2	2	2	2	2	2
SALON DE FIESTAS INFANTILES SIPIRILY	531113	1	1	1	1	2	2
SALON DE FIESTAS JAYANS	531113	2	2	2	2	2	2
TACOS BETOS	722514	2	2	2	2	2	2
TACOS CHELY	722514	2	2	2	2	2	2
TALLER MANT INDUSTRIAL ELECTRICO MECANICO	811312	2	2	2	2	2	2
TALLER MECANICO DIAMANTE DE ORIENTE	811111	2	2	2	2	2	2
TALLER MECANICO INDUSTRIAL AUTO MAX	811111	2	2	2	2	2	2
TAQUERIA EL GUERO	722514	2	2	2	2	2	2
TAQUERIA EL TACOTE	722514	2	2	2	2	2	2

TAQUERIA LOS PLUMAS O EL ABUELO	722514	2	2	2	2	2	2
TAQUERIA LOS PRIMOS	722514	2	2	2	2	2	2
TAQUERIA LOS TIOS	722514	2	2	2	2	2	2
TIENDAS TRES B	462112	1	1	1	1	2	2
TLAPALERIA Y PAPELERIA ARIDAY	467111	2	2	2	2	2	2
TORTERIA EL REMOLQUE	722514	1	1	1	1	2	2
VARANNI DE MEXICO IXTAPALUCA	463310	2	2	2	2	2	2
VENTA DE BEBIDAS ENERGETICAS VIVE 100	461213	2	2	2	2	2	2
VENTA DE CARNITAS LOS NENES	722513	2	2	2	2	2	2
VENTA DE FRUTA CITRICOS VIOO	461130	2	2	2	2	2	2
VENTA DE QUESOS LACTEOS BETTY	461150	2	2	2	2	2	2
VITTORIO FORTI IXTAPALUCA	463211	2	2	2	2	2	2
VIU BAR Y GRILL	722511	2	2	2	2	2	2
ZAPATERIA KARELE SENDERO	463310	1	1	1	1	1	2
ZAPATERIA SANTILLANA	463310	2	2	2	2	2	2
TOTALES		235	219	221	222	231	235