



Negocios *y desarrollo*

Revista Negocios y desarrollo. Oaxaca de Juárez, Oax. Méx. No.1

Revista semestral dirigida a los académicos interesados en los estudios empresariales, a los consultores que buscan metodologías científicas que mejoren su desempeño profesional y a los actores sociales (líderes empresariales, empresarios, líderes, funcionarios de gobierno).

Se trata de una revista científica arbitrada que pretende formar parte del índice de revistas de CONACYT y de otros índices de Iberoamérica en el menor tiempo posible. Los temas centrales de la revista son:

- I. Estudios empresariales.
- II. Administración pública y políticas de desarrollo.
- III. Negocios familiares y del sector social.
- IV. Desarrollo y medio ambiente.
- V. Reseñas y la voz de los actores.

Se trata de cubrir un vacío en México que en América Latina lo cubre medianamente Brasil. A pesar de los avances de las grandes empresas mexicanas en ámbito mundial a partir de la firma del TLC y los aportes mexicanos a la economía del sector social y los negocios familiares tales como son: los conceptos de café orgánico y ecoturismo. Así, la revista Negocios y desarrollo puede convertirse en un foro internacional para dar conocer la experiencia mexicana en los negocios y al mismo tiempo crear una nueva opción de información sobre aportes realizados en las ciencias económico administrativas en el norte de América Latina.

DIRECTORIO DE LA REVISTA

C.P. Luis Miguel Espinosa Reyes
COORDINADOR GENERAL

Dra. Rosa María Velázquez Sánchez
COORDINADORA ACADÉMICA

L.D.G. Belem Jiménez Cabrera
EDICIÓN Y DISEÑO

Mtra. Carmen Nieva Sosa
ASISTENTE DE EDICIÓN

CONSEJO EDITORIAL

Dr. Jack Corbett, Universidad Estatal de Potland, Estados Unidos

Dr. Martha W. Rees, Agnes Scott College, Estados Unidos

Dra. Laura Valeria González-Murphy, New York.

Dr. Héctor Rodríguez, ITESM Campus Monterrey

Dr. Jorge Hernández Díaz, IISUABJO

Dr. Rodolfo Navarro Jiménez, UABJO.

Dr. Fausto Díaz Montes, UABJO.

DIRECTORIO UNIVERSITARIO

Lic. Eduardo Martínez Helmes
Rector de la UABJO

M.C. Rodolfo Navarro Jiménez
Secretaría Académica

Dr. Abel Antonio Morales Santiago
Director de la FCA-UABJO

CONSEJO ACADÉMICO

Dr. Binod Khandria, Universidad Jawaharlal Nehru, India
Dr. Rodolfo García Zamora, Universidad Autónoma de Zacatecas

Dra. Ana Luz Ramos Soto, SUA, UABJO

Dra. Alicia Sylvia Gijón Cruz, Facultad de Ciencias Químicas, UABJO

Dr. Rafael Valdivia López, IISUABJO

Dra. Arcelia Toledo López, CIIDIR Unidad Oaxaca, IPN

Dr. René Díaz Pichardo, CIIDIR, Unidad Oaxaca, IPN

Dr. José Luis Chávez Servia, CIIDIR Unidad Oaxaca, IPN

Dra. Patricia Sánchez Medina, CIIDIR Unidad Oaxaca, IPN

Dr. Rafael G. Reyes Morales, Departamento de Ingeniería Industrial, ITO

Dr. Andrés Miguel Velasco, Departamento de Ciencias de la Tierra, ITO

Dra. Maria Eugenia Anguiano Téllez, Colegio de la Frontera Norte

Dra. Nidelvia de Jesús Bolívar Fernandez. Univesidad Autónoma de Campeche.

Dr. Mauro Alberto Sánchez Hernández, FCA - UABJO

Dra. Camelia Alejandra Herrera Corredor UASLP

Dr. Igor Antonio Rivera González , UPIICSA

Dr. Joás Gómez García, UPIICSA

Dra. Grisell Velasco Rodríguez CIIDIR, Unidad Oaxaca, IPN

“La constancia y el estudio hacen a los hombres grandes y los hombres grandes son el porvenir de la patria”

Benito Juárez

Toda actividad humana tiene su historia, así por ejemplo, el nacimiento de un hijo, el establecimiento de una relación amistosa o la germinación de una semilla, siempre serán historias maravillosas, sobre todo si así lo soñamos y además si lo hemos vivido; en este sentido una historia que puede ser fabulosa el nacimiento de la revista *Negocios y Desarrollo*, publicada por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca (UABJO).

Con la presentación de este primer número, se logra una pequeña parte de la historia de opiniones, discusiones y trabajo de un puñado de investigadores y profesores universitarios, que interesados en la difusión y apropiación del conocimiento relacionado a los negocios y desarrollo social, han tenido este sueño que hoy se cumple. La revista hace como un instrumento de divulgación científica que seguro estoy, ayudara en la toma de decisiones para el mejoramiento personal y social, a los alumnos, académicos, consultores, líderes sindicales, empresarios, funcionarios de gobierno y sociedad en general, pero sobre todo, a aquellos interesados en los estudios empresariales.

Las exigencias globales hoy en día nos obligan a ser competitivos, y en esta globalización en donde se reconoce el mérito, la iniciativa, el trabajo, los resultados y la innovación, *Negocios y Desarrollo* desde ahora se ha propuesto ser competitiva, entendiendo que donde no hay competencia, no hay crecimiento económico, y si no hay crecimiento económico, no hay desarrollo social. Para ser competitiva *Negocios y Desarrollo*, presenta una gama variada de sus contenidos, asimismo, tanto su consejo editorial como la cartera de árbitros, está constituida por reconocidos profesores globales, nacionales e internacionales, todos ellos prestigiosos, con experiencia y conocimientos probados; seguro estoy que su trabajo en la revista permitirá dar calidad a los escritos que se publiquen, los cuales estarán orientados en tres temas centrales: A.- Los estudios empresariales, que incluye: pequeñas y medianas empresas, negocios familiares y del sector social, B.- Administración pública y políticas de desarrollo y, C. Desarrollo medio ambiente y salud. La intención de la revista es difundir los trabajos relacionados con estos temas, que propongan metodologías y posibles soluciones a problemas sociales, y que coadyuven al desarrollo individual y social. La revista puede



ser una ventana que permita el impulso del Posgrado de calidad en la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO.

Aunque han surgido contribuciones relevantes desde el sector social y los negocios familiares a la economía mundial, en México prácticamente no se dispone de una revista de divulgación científica de negocios de talla internacional; *Negocios y Desarrollo* pretende cubrir este vacío (que en América Latina lo cubre medianamente Brasil). El reto es mantenerse vigente, permanecer en el gusto de los lectores y formar parte del índice de revistas de CONACYT, así como de otros índices de Iberoamérica.

Para mantener interesado al lector, la revista incluye secciones de reseñas de libros, así como entrevistas a los actores sociales, la intención es ofrecer novedades editoriales así como análisis realizado desde la empresa, el gobierno y los sindicatos. La actividad empresarial no puede entenderse sin la participación del gobierno y de la sociedad, a través de políticas de desarrollo, cuidado de los recursos naturales, respuestas para mejorar el daño al medio ambiente y la salud, por esto, *Negocios y Desarrollo* pretende crear un foro internacional de análisis de las experiencias mexicana e iberoamericana de estos ámbitos.

Finalmente, queremos compartir este logro y el sueño de crecer todos juntos, queremos responder con eficacia a las necesidades de los lectores. La palabra lector, de los investigadores y de todos aquellos que de una u otra manera permiten la existencia de la revista, permitirá a futuro decir: *Negocios y Desarrollo* es una historia fabulosa.

Gracias por permitirme esta editorial, gracias por el privilegio de trabajar con un grupo extraordinario de personas, por su formación, por su amplio rango de conocimiento y experiencia, pero sobre todo, por su deseo innato de ofrecer lo mejor de sí mismo en beneficio de la comunidad

Rodolfo Navarro Jiménez

Profesor Investigador de la UABJO.



Entrevista al Rector de la UABJO

Lic. Eduardo Martínez Helmes

El Rector de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, Licenciado Eduardo Martínez Helmes, destacó el papel fundamental de la investigación en la Máxima Casa de Estudios de los oaxaqueños, así como el impulso que le ha dado la Administración que encabeza.

En entrevista con la revista Negocios y Desarrollo, el funcionario señaló que la investigación representa una de las funciones sustantivas de la UABJO, a la par de la academia y la difusión del arte, la cultura y el deporte.

“La Investigación es un medio de respuestas y soluciones concretas y pertinentes a necesidades prioritarias y estratégicas de nuestro entorno. A través de las actividades de Investigación, la UABJO busca contribuir al desarrollo de la sociedad y al impulso de las actividades económicas, así como al rescate de nuestro patrimonio y legado cultural”, agregó.

El Rector reveló que en el Plan Institucional de Desarrollo se plasma el firme interés de la Administración Central Universitaria por incrementar y fortalecer los procesos de investigación y divulgación científica en la UABJO, innovando con la creación de polos regionales de investigación.

Indicó que el PID considera como objetivo fundamental fomentar la inversión en investigación científica, desarrollo tecnológico e innovación en el estado, a través de una política pública que favorezca la continuidad de la aplicación de recursos, promueva la formación de capital humano de alto nivel, vincule a las universidades y centros de investigación con el aparato productivo y se enfoque en proponer soluciones científicas y tecnológicas específicas, para la resolución de los principales problemas de la entidad y el fortalecimiento de las ventajas competitivas estatales.

Reconoció que lo anterior se podrá concretar de manera óptima en la medida que se incremente el presupuesto universitario, pues actualmente la UABJO continua percibiendo el subsidio por alumno más bajo del país.

Pese a ello, la Universidad se encuentra a la vanguardia estatal en materia de investigación, con 76 proyectos de investigación vigentes en las áreas de ciencias sociales, humanidades y ciencias administrativas, ingeniería y tecnología, ciencias naturales y exactas, ciencias de la salud, y educación y humanidades.

Del mismo modo, 36 investigadores universitarios se encuentran adscritos al Sistema Nacional de



La competitividad de la producción de tapetes de lana y la lógica de producción de los artesanos en comunidades zapotecas del Valle de Tlacolula, Oaxaca.

Dra. Areli Orquídea Ramos Sánchez

RESUMEN

En este artículo se prueba el modelo porteriano de competitividad en la producción de tapetes artesanales de lana en tres comunidades zapotecas del estado de Oaxaca. El modelo permite analizar las estrategias que adoptan tanto los pequeños artesanos como los artesanos exitosos en la producción artesanal y la comercialización. Se examinan las relaciones causales cadenas de valor-estrategias genéricas- competitividad en los talleres artesanales de Teotitlán, Santa Ana y Díaz Ordaz y éstas se modelaron mediante ecuaciones de regresión de mínimos cuadrados ordinarios. Las variables dependientes de la cadena causal (estrategias genéricas y competitividad) son variables latentes; éstas se construyeron a partir de conjuntos indicadores correspondientes a los conceptos porterianos de cada variable. El modelo identificó en cada comunidad la contribución de las variables explicativas correspondientes a las estrategias genéricas que incrementan o disminuyen la competitividad de los tapetes de lana. De esta manera, el análisis de la competitividad aporta una nueva visión sobre la producción y comercialización de los tapetes de lana. Además se identificaron las actividades relevantes de la cadena de valor; se midió la contribución específica de cada comunidad a las estrategias genéricas y a la competitividad; y se evalúa la competitividad de los talleres artesanales mediante variables explicativas.



Comprobación de un modelo teórico de desarrollo local sustentable en una comunidad rural oaxaqueña

Rafael G. Reyes Morales¹, Alicia Sylvia Gijón Cruz² y Juan Luis Bautista Martínez³

Con la colaboración de: Dalilia Juan Juan, Andrea Alejandra López Sernas, María Amelia Castillo López y Iliana Vásquez Lara⁴

RESUMEN

Se analiza el desarrollo económico local sustentable mediante el modelo de bienestar familiar (Reyes Morales y Gijón Cruz, 2011 y 2012) al cual se agregaron, en este artículo, elementos de medio ambiente y salud. Este modelo se probó en una comunidad rural agrícola utilizando una encuesta probabilística dirigida a los jefes del hogar y la ecuación se construyó mediante regresión de mínimos cuadrados ordinarios. El capital humano (*escolaridad promedio, tamaño del hogar y edad promedio*) y el capital social (*transferencias entre hogares*) realizan la mayor contribución al bienestar familiar, (representado por la variable *BF*). Esto se debe a que las economías rurales del estado de Oaxaca dependen principalmente de la mano de obra familiar y existen prácticas sociales que promueven la ayuda mutua. Los ingresos obtenidos de los mercados laborales (*remesas internacionales y salarios locales*) tienen mayor peso que las transferencias de gobierno (*Programa Oportunidades*). El manejo adecuado del agua permite realizar ahorros de recursos significativos cuyo efecto se refleja en un incremento en el *BF*. Una de las limitaciones del modelo es que la ecuación no toma en cuenta los efectos del ingreso en la inversión o el ahorro (por ejemplo, *Programa 70 y más*). Además se asume que si una actividad económica tiene un costo de oportunidad mayor a su ganancia, ésta contribuye con un efecto igual a las *remesas internas*. A pesar de sus limitaciones, el modelo de bienestar familiar sustentable constituye un instrumento útil para analizar las economías locales porque permite identificar las principales fuentes de ingreso y restricciones que enfrenta el bienestar familiar; considera variables que miden los efectos de la contaminación mediante los usos del agua; y penaliza el manejo inadecuado del agua.

Palabras clave: *modelo de bienestar familiar sustentable, capital humano, capital social, ahorro, manejo del agua.*

¹ Profesor investigador, Laboratorio de Estudios Regionales y Urbanos, Instituto Tecnológico de Oaxaca, rafareyster@gmail.com

² Profesor investigador y Líder del cuerpo académico Química, Salud y Desarrollo Regional, clave UABJO-CA49, Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, gijoncruz@gmail.com

³ Profesor investigador e integrante del cuerpo académico Química, Salud y Desarrollo Regional, clave UABJO-CA49, Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca, jlbautistam@gmail.com

⁴ -Estudiantes de la Licenciatura de Químico Farmacéutico Biólogo, Facultad de Ciencias Químicas, Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca.



Las microfinanzas en las regiones oaxaqueñas

Velázquez-Sánchez Rosa María romavesa205@yahoo.com.mx. UABJO

Sánchez Hernández Mauro Alberto mauroalbertos@hotmail.com. UABAJO

RESUMEN

De acuerdo al reporte de inclusión financiera 2012 el estado con menor número de servicios financieros en sus municipios es Oaxaca (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2012). La misma CNBV mide la cobertura de servicios financieros, estimando que por cada diez mil habitantes adultos se encuentre disponible a lo menos un servicio financiero. En Oaxaca se encuentran 570 de los 2445 municipios que integran la república mexicana y se encuentran distribuidos en ocho regiones económicas, como se observa en los resultados del informe de inclusión financiera (2012), menos del sesenta por ciento de sus municipios cuenta con un cajero automático o la población adulta recibe al menos un servicio financiero, por lo que es evidente la deficiencia en cobertura de servicios financieros en más del cuarenta por ciento de los municipios oaxaqueños. Los estudios recientes realizados por Velázquez y Ramos (2013), caracterizan los servicios microfinancieros y Velázquez-Sánchez (2013), muestran la importancia de los servicios que prestan las instituciones microfinancieras (IMFs) en los indicadores de inclusión financiera de las regiones oaxaqueñas. Sin embargo, no se contaba con un análisis que evaluara y expusiera la importancia de las microfinanzas para las regiones oaxaqueñas. En este estudio se presentan los resultados de un análisis realizado a la información de 322 Instituciones Microfinancieras (IMFs) localizadas en siete de las ocho regiones del estado de Oaxaca. Los resultados mostraron la situación de las microfinanzas en las siete regiones del estado de Oaxaca.

Palabras Clave: Microfinanzas. Servicios microfinancieros. Regiones.



Estimación del patrón de ocupación regional a través de **“autocorrelación espacial de indicadores socioeconómicos”** para los Municipios del Estado de Oaxaca.

Dr. Rafael Valdivia López - Profesor – Investigador del IIS-UABJO

RESUMEN

Este artículo tiene como fin poner en contexto la conformación, límites y perspectivas de las diferentes “regiones” político-administrativas y socio-económicas del Estado de Oaxaca, a partir del procedimiento denominado de “autocorrelación espacial” el cual representa un método preponderantemente geográfico, pero que nos ofrece una vasta información acerca del comportamiento de indicadores, en este caso socioeconómicos, con posibilidad de ser georreferenciados en diferentes escalas, encontrando así el tipo de asociación existente entre unidades espaciales vecinas

La discusión y en su caso la revisión de las diferentes regiones definidas a partir de este método de análisis exploratorio de datos en el territorio de Oaxaca es de suma importancia, ya que existe hoy día una seria contradicción entre el “ideario” o “imaginario” social y cultural en contrasentido a las posibles regiones conformadas a partir de indicadores sociales y económicos a través de la interpretación de su vecindad. En este último enfoque se retomaron las corrientes interpretativas de la geografía física y humana, económica y urbana, con énfasis en la llamada “modelación y análisis de indicadores espaciales” (Pealinck, J.H.P y Klassen, L.H. , 1979), (Hiernaux, D. y Lindon, A., 2006), (Anselin, 2002) y (Valdivia L., 2006).

Es importante señalar, que cada uno de los de investigación teórica, no son aislados ni unidimensionales, por lo contrario, cada uno de ellos tiene un componente activo de vinculación y entrecruzamiento sistemático.

En este artículo no se pretende abordar teóricamente toda la discusión en torno al análisis espacial de los fenómenos sociales y económicos, sin embargo si se pretende realizar un ejercicio teórico - práctico, que



La implementación de estrategias competitivas en los negocios minoristas de artesanías

Arcelia Toledo López 1 - Luis Mendoza Ramírez 2 -Dora Lilia Guzmán Cruz 3

Los negocios minoristas de artesanías son canales de distribución, promoción de las artesanías producidas en diferentes regiones de México. El objetivo de este trabajo es identificar las características de los minoristas (habilidades de negocio, escolaridad y experiencia) y cómo estas se relacionan con la implementación de estrategias de diferenciación, liderazgo en costos y enfoque (segmento de mercado). Para probar las hipótesis se aplicaron 51 encuestas a los negocios minoristas de artesanías de dos localidades de Nuevo León (Monterrey y Los Cavazos).

Mediante un análisis de tablas de contingencia y correlación bivariada de Kendall, se encontró que la estrategia de diferenciación y liderazgo en costos son las más implementadas por los minoristas y que existe una relación positiva y significativa entre las habilidades de los dueños del negocio, su escolaridad y la implementación de estrategias de diferenciación. También se encontró que la experiencia reduce la aplicación de estrategias de enfoque. Se concluye que los negocios minoristas implementan de forma simultánea dos estrategias competitivas para comercializar sus productos en un ambiente de fuerte competencia.

1.-Profesor del Instituto Politécnico Nacional, CIIDIR unidad Oaxaca

2.- Alumno del Doctorado en Ciencias en Conservación y Aprovechamiento de Recursos Naturales, Instituto Politécnico Nacional, CIIDIR unidad Oaxaca.

3.- Correspondencia: Instituto Politécnico Nacional, CIIDIR unidad Oaxaca, Hornos 1003 Santa Cruz Xoxocotlán, Oax. 71230. Tel. 951-5170610 ext. 82784. Email: artoledol@ipn.mx.

RESUMEN



Participación de los mexicanos que

RESIDEN EN OREGON

en las elecciones presidenciales de México en 2012.

Anabel López Salinas, Portland State University, lopianabel@gmail.com

Jack Corbett, Portland State University, corbettj@pdx.edu

RESUMEN

A principios del 2012, el Instituto Federal Electoral (IFE) a través de los consulados de México en Estados Unidos dio a conocer las directrices para participar en la elección presidencial en México a través de la prensa local en español. Las elecciones se llevaron a cabo en el mes de julio del mismo año. A pesar del esfuerzo realizado por el IFE para promover el voto en el extranjero, un sondeo de opinión que abarcó a 22 mexicanos residentes en el estado de Oregon, indica que la mayoría de población migrante carece de las herramientas necesarias para ejercer su voto desde Estados Unidos. La mayoría de los entrevistados piensa que el Estado Mexicano al no haber facilitado su participación en las elecciones presidenciales, ignora la enorme contribución económica que los migrantes realizan a su de origen país. El estado de Oregon es uno de los nuevos destinos preferidos por migrantes mexicanos, por lo tanto, la mayoría de ellos carece de documentos. Esta situación dificultó su participación en las elecciones pasadas ya que para emitir el voto en el extranjero era necesario contar con la credencial de elector, sin embargo, la mayoría de los entrevistados carecía de este documento que sólo se obtiene en México. Así mismo, los entrevistados expresaron su angustia e incertidumbre por carecer de la credencial de elector sin la cual la mayoría de ellos no pudieron participar cívicamente en su país de origen.

Palabras clave: Voto en el Extranjero, migrantes mexicanos, participación cívica.



RESEÑA DEL LIBRO

“EMPRESAS COMUNITARIAS, POBREZA Y MIPYMES”

En el libro *Empresas Comunitarias, Pobreza y MIPYMES* conformado por cinco capítulos, se encuentran plasmados los resultados de investigación de investigadores de cuatro cuerpos académicos. Los cuerpos académicos de Emprendedores y Mercadotecnia e Innovación mercadológica de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca; de la Maestría en Ciencias de Estudios Interdisciplinarios para Pequeñas y Medianas Empresas y de la Maestría en Ingeniería Industrial de la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA) del Instituto Politécnico Nacional.

En el capítulo uno “La innovación Tecnológica en Empresas Comunitarias”, de Joas Gómez García y José Aramis Marín Pérez, parten de la problemática que define Rodríguez Valencia (2010), en las MIPyMEs como

su limitada capacidad para negociar, deficiente dirección, escasa cultura tecnológica, planeación inadecuada, calidad poco competitiva, ausentismo y rotación de personal, entre otras, para comparar y rebatir las similitudes entre MIPyMEs y empresas comunitarias; por una parte comparan las características entre ambas pero se declaran en contra de las aseveraciones de dicho autor.

En el estudio que realizaron en una empresa comunitaria localizada en la costa del estado de Oaxaca-México, comprobaron que la innovación tecnológica es posible en empresas comunitarias, porque los procesos de innovación en el producto, proceso, organización y de mercadotecnia, se presentan de la misma manera que en las MIPyMEs. Sin embargo, encontraron que en las empresas comunitarias las dificultades para innovar los aspectos de mercado pueden resolverse con el estudio del mecanismo para favorecer la innovación.

El capítulo dos se refiere a la “Innovación Social y Empresas Comunitarias: La teoría del Actor-Red en el caso de Cosméticos Naturales Mazunte”. Igor Antonio Rivera González y José Aramis Marín Pérez, retoman en un estudio de caso el análisis de la innovación en empresas comunitarias, en *Cosméticos Naturales Mazunte*. A partir de la definición de innovación social como la implicación de cambios de estructuras organizativas y de gestión dentro de una organización para motivar la innovación y de los principios de la teoría del Actor-Red desde los cuales se definen las redes sociales como un conjunto finito de actores vinculados unos con otros mediante una relación o conjunto de relaciones sociales.

A partir de la idea de que las empresas comunitarias son empresas sociales, los autores establecen los elementos para comprender las empresas comunitarias y sus posibilidades de innovación,

en sus resultados encuentran que las empresas comunitarias producen conocimiento durante la operación del negocio y es socialmente distribuido, además de habilidades, experiencias y saberes desarrollados en la organización y establecen que esto es precisamente su tecnología. Además, encuentran que la empresa comunitaria es producto de una red socio técnica en la que participaron organizaciones, universidades, organizaciones sin fines de lucro, actores extranjeros, gubernamentales, nacionales y el agregado social.

El capítulo tres a cargo de Ana Luz Ramos Soto “Empresas Comunitarias en el Estado de Oaxaca y su papel en el Desarrollo Local en Municipio con Bajo Índice de Desarrollo Humano”, analiza el papel de las empresas comunitarias en el desarrollo local de los municipios con bajo IDH del estado de Oaxaca en el periodo 1990-2011. En el texto se encuentra una revisión de los conceptos de los índices de rezago social y marginación, de empresa comunitaria y desarrollo local, para tratar de ubicar la empresa comunitaria en el ámbito de empresa comunitaria campesina.

En el apartado de resultados menciona que las empresas comunitarias campesinas no contribuyen en el desarrollo local porque no crean infraestructura local, toda vez que generan empleos pero no son constantes, por lo que recomienda que

las empresas comunitarias campesinas, principalmente las que se dedican a prestar servicios de ecoturismo, deben mantener relaciones con el gobierno estatal para la promoción de sus productos de turismo.

En el capítulo cinco Carmen Eloísa Cruz Robles, Ana Luz Ramos Soto y Abraham Espejo Martínez presentan “Modelo de Mercadotecnia para la Micro Empresa de los Municipios del Estado de Oaxaca”, los autores desarrollan un trabajo en MiPyMEs para conocer como la mercadotecnia es empleada para la identificación y posicionamiento del producto y en la promoción y publicidad. Con un análisis de tipo cualitativo y cuantitativo, aplicaron 315 cuestionarios a una muestra seleccionada a azar y plantaron un experimento con el empleo de publicidad para conocer la opinión de los propietarios de las empresas y medir el cambio en la estrategia de mercado.

En el estudio incluyeron empresas con diversas características y ubicadas en las diferentes regiones del estado de Oaxaca, en las empresas seleccionadas diseñaron propuestas de mercadotecnia y concluyeron que las MiPyMEs necesitan herramientas de mercadotecnia. Las propuestas que hicieron a los microempresarios contribuyeron a la identificación de su producto y a la adecuada promoción y publicidad y se observó el incremento de las ventas, por lo

que probaron que el empleo de herramientas de mercadotecnia mejora las condiciones de las microempresas en las regiones del estado de Oaxaca.

En el capítulo cinco Rosa María Velázquez Sánchez presenta los resultados del establecimiento de un “Programa de Gestión Ambiental para una Pequeña Empresa de la Ciudad de Oaxaca”. A partir de las experiencias vertidas en la literatura de desarrollo sustentable y de la visión de la ecoeficiencia para la gestión ambiental de las empresas, la autora describe la forma en que se pueden establecer indicadores ambientales y económicos para empresas pequeñas. Desarrolla los indicadores de gestión ambiental y a través de un diagnóstico a una pequeña empresa purificadora de agua demuestra la posibilidad de realizar gestión ambiental y mejorar el rendimiento económico en empresas pequeñas.

Los resultados de la implementación de un programa de gestión ambiental en la pequeña empresa purificadora de agua de la ciudad de Oaxaca permiten observar los beneficios económicos y el cambio en los procesos. Los resultados muestran que un diagnóstico y un proyecto para la implementación de gestión ambiental permiten al microempresario comprender los beneficios económicos que resultan de la mejora de procesos, mejorar y hacer más eficientes los procesos y de manera paralela

cuidar el ambiente.

En el capítulo seis Mauro Alberto Sánchez Hernández con el tema “El Sector Gubernamental y el Fomento a las MIPyMes, como Estrategia para el Desarrollo Económico de las Entidades Federativas y Regiones del País”, realiza un análisis en el que contrasta las ventajas y desventajas tanto de la empresa grande y pequeña, como de las políticas públicas locales y nacionales para poder describir el espacio de desarrollo económico que puede atender el sector gubernamental en materia de micro, pequeñas y medianas empresas.

Los resultados muestran los espacios que plantea el sector gubernamental para el desarrollo económico y como las MIPyMes pueden ser actores de crecimiento y desarrollo en el ámbito de su desempeño empresarial. También plantea el aprovechamiento de los diversos apoyos de financiamiento que administra el gobierno federal para la creación y para el desarrollo de microempresas en las regiones; sin embargo, son pocos los recursos que son gestionados, por lo que recomienda incluir en la policía pública los mecanismos para un mejor el acceso a los recursos proporcionados por el sector gubernamental.

Como se observa en el contenido de los seis capítulos que integran el libro Empresas comunitarias, pobreza y MiPyMEs, los autores presentan resultados de

investigación con el mismo sujeto de estudio plasmado en diversas figuras de empresas comunitarias y MiPyMEs, pero con diversas perspectivas de análisis que van desde la innovación, la mercadotecnia, la gestión ambiental y la política pública, para enriquecer los resultados empíricos en el conocimiento del sector de las micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que el documento constituye un valioso compendio de experiencias que le permitirán al lector contemplar con un acercamiento a la realidad del sector en las entidades oaxaqueñas y contar con los elementos para aterrizar conclusiones o bien para plantear nuevas interrogantes, por lo que es recomendable para investigadores, para empresarios y para estudiantes en formación.

DR. ABEL ANTONIO MORALES SANTIAGO

Director de la Facultad de Contaduría y Administración de la UABJO



Convocatoria 2013 de la Revista



Se invita a los académicos, consultores, funcionarios públicos y estudiantes de posgrado a participar con artículos en el segundo número de la revista semestral *Negocios y Desarrollo*. Se trata de una revista científica arbitrada que pretende formar parte del índice de revistas de CONACYT y de otros índices de Iberoamérica en el menor tiempo posible. Los temas centrales de la revista son:

- I. Estudios empresariales que incluye: pequeñas y medianas empresas, negocios familiares y del sector social.**
- II. Administración pública y políticas de desarrollo.**
- III. Desarrollo, medio ambiente y salud.**

Además de los artículos se puede participar en la revista *Negocios y Desarrollo* con reseñas de libros y entrevistas a los actores sociales (empresarios, líderes sindicales y funcionarios de gobierno). De esta manera, se pretende mantener informados a los lectores sobre novedades editoriales y presentar análisis realizados desde la empresa, el gobierno y los sindicatos.

La revista *Negocios y Desarrollo* es un órgano científico de la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca ubicado en la Facultad de Contaduría y Administración abierto a la comunidad académica nacional y de América Latina. Se intenta cubrir un vacío en México, que en América Latina lo cubre medianamente Brasil. Actualmente la comunidad científica mexicana en el área de ciencias económico-administrativas no dispone de una revista de talla internacional. No obstante, existe experiencia acumulada de más de medio siglo de las grandes empresas que se transformaron en transnacionales y del gobierno mexicano al frente de las dos más grandes empresas de América Latina. Al mismo tiempo, se han realizado contribuciones relevantes desde sector social y los negocios familiares a la economía mundial como son los conceptos de café orgánico y el ecoturismo. En este sentido, se pretende crear un foro internacional de análisis de las experiencias mexicana e latinoamericana en los negocios en el norte. Sin embargo, la actividad empresarial no se comprende totalmente sin la participación del gobierno a través de las políticas de desarrollo. Otros aspectos fundamentales que no deben ignorarse en los estudios empresariales y de desarrollo son: la presión que se ejerce sobre los recursos naturales, los daños al ambiente y la salud de la población.

Los artículos deberán incluir un resumen en español y un abstract en inglés. Inicialmente se publicarán solamente artículos, reseñas y entrevistas en español y a partir del segundo semestre de 2013 también se podrán considerar artículos en inglés. Respecto a las normas que deben cubrir los artículos éstas se pueden consultar en el portal de la revista:

<http://www.aulavirtual-fcauabjo.com/ndesarrollo/>