

Identidad organizacional y cohesión social, como elementos de permanencia de las microempresas de Puerto Vallarta, Jalisco

Organizational identity and social cohesion, as elements of the permanence of micro-enterprises in Puerto Vallarta, Jalisco

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón¹, Luz Amparo Delgado Díaz², Georgina Dolores Sandoval Ballesteros³

Resumen

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. En México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MiPyMEs que generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país y son motores del crecimiento económico en México, ya que generan 8 de cada 10 empleos. Por cada 100 negocios que nacen en el país, solo 11 logran sobrevivir a los 20 años, siendo las pequeñas empresas las que tienen un mayor índice de mortandad, antes de haber cumplido cinco años de operación, 6 de cada 10 MiPyMEs nuevas cierran durante los primeros meses de vida, por lo que el objetivo del presente artículo es analizar los factores de permanencia empresarial de las Microempresas del Sector comercio de Puerto Vallarta, Jalisco, para lo cual utilizó un instrumento que consta de 13 variables y 47 ítems, aplicándose a una muestra de 181 empresas, identificando que los factores que más se enfocan las empresas que tienen permanencia, son la cohesión social y la identidad Organizacional.

Palabras Claves: *Permanencia, Microempresas, Identidad Organizacional Y Cohesión Social.*

Abstract

The Micro, Small and Mediums Enterprise (MSME), constituted the spine of the national economy for his high impact in the job creation and the national production. In Mexico exist around of four million fifteen thousand enterprises units, which the 99.8% are MSME that generate 52% of the GDP and the 72% of the job's country and are the engine of the economic growth in Mexico, since they generate 8 out of 10 jobs. For every 100 businesses who begin in the country, only 11 achieve to survive at 20 years, with the small businesses having the highest mortality rate, before having to completed five years of operation. 6 out of 10 new MSME close during the first months of life, so the objective of this article is to analyze the factors of business permanence of the Microenterprise of the Commerce Sector of Puerto Vallarta, Jalisco, for which he used an instrument that consists of 13 variables and 47 items, applying to a sample of 181 companies, identifying that the factors that focus more the companies who has permanency, are the cohesion social and the organizational identity.

¹ Doctor en Ciencias Administrativas, Profesor Investigador adscrito al Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, Línea de Investigación: Gestión Estratégica y Competitividad, mbizarron@gmail.com

² Doctora en Ciencias Administrativas, Profesor Investigador adscrito al Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, Línea de Investigación: Gestión Estratégica y Competitividad, jab1298@gmail.com

³ Doctora en Ciencias para el Desarrollo, Profesor Investigador adscrito al Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, Línea de Investigación: Gestión Estratégica y Competitividad, gina.sando@gmail.com

Artículo Recibido: 5 de Enero 2018

Artículo Aceptado: 20 de Abril de 2018

Keywords: *Permanency, Microenterprises, Organizational identity, Social cohesion.*

Clasificación JEL: M14, M1, M5, M54

Introducción

El papel de las pequeñas y medianas empresas en países en vías de desarrollo se considera importante para la generación de ingresos, así como para la promoción de empleos; por lo tanto, su permanencia juega un papel importante en la economía de estos países en vía de desarrollo.

En Latinoamérica las pequeñas empresas representan un porcentaje significativo de empleo, por ejemplo en Perú se estima que el 60% es la fuerza de trabajo, proporciona el 85% de la transportación interna, en número fluctúan entre los 300 mil y los 500 mil empleos; En Chile se estima que la pequeña industria comprende un 49% de los establecimientos, da trabajo a más de 300 mil personas y está compuesta por 40 mil establecimientos y, un último ejemplo por mencionar, podemos destacar a Ecuador donde se estima que el 95% de los establecimientos lo representan la micro y mediana empresa, donde otorga trabajo a más de 500 mil personas y está compuesto por 10 mil establecimientos en este país Rodríguez (2010), Con el paso de los años se ha demostrado que el fracaso de las MiPyMEs va en aumento, ejemplo de ello es Argentina, solo 7% de los emprendimientos llegan al segundo año de vida y solo el 3% de los emprendimientos llegan al quinto año de vida, según datos arrojados por la Asociación Argentina para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa que retoman los autores Márquez y Ortiz (2011).

En Venezuela por su parte, solo el 2% de personas que manejan pequeñas y medianas empresas tienen acceso a apoyo financiero (Díaz & Piña, 2012), lo cual detona que los gobiernos deben de impulsar y apoyar estos sectores empresariales ya que son unos grandes empleadores y aportadores a la economía nacional. En Colombia solo el 41% de los emprendimientos subsiste al segundo año de vida.

El Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), señala que al segundo año de vida, subsisten 65.2% de MiPyMEs declaró el periódico "El financiero" (2016) en ese país; lo que significa que Brasil es un país donde estas empresas tienen mayor porcentaje de estabilidad, siendo esta cifra esperanzadora, pues detona que su economía puede crecer. Como se puede observar la situación del fracaso en las MiPyMEs es algo que se comparte en la mayoría de las naciones, en algunas con mayor porcentaje que otras, pero con la misma preocupación de esa búsqueda de la permanencia.

ProMéxico es el Organismo del Gobierno Federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional, el cual señaló en 2017, que las MiPyMEs constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años, asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del INEGI, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MiPyMEs que generan 52% del PIB y 72% del empleo en el país. Las micro, pequeñas y mediana de empresas, son motores del crecimiento económico en México, ya que generan 8 de cada 10 empleos y más de la mitad de las riquezas del país, sin embargo, a pesar de su importancia enfrentan limitantes para su crecimiento y consolidación ProMéxico (2017).

En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo (Hernández, Valencia, & Rico, 2016). Las MiPyMEs se concentran en actividades como el comercio, los servicios y la industria artesanal, al igual que en trabajos independientes CONDUCEF (2017).

Durante el año 2014, en el país existen un poco más de 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas, clasificadas en los sectores de manufacturas, comercio y servicios. La tabla

siguiente muestra la distribución por tamaño INEGI (2016).

Tabla 1. Número de empresas por tamaño

TAMAÑO	EMPRESAS	
	NÚMERO	PARTICIPACIÓN (%)
MICRO	3,952,422	97.6
PEQUEÑAS	79,367	2.0
MEDIANA	16,754	0.4
TOTAL	4,0485,43	100

Fuente: INEGI, 2016

Debido a la actual globalización y la apertura comercial, las MiPyMEs de servicios se enfrentan a un fuerte ambiente de competencia, desafortunadamente muchas de ellas no logran mantenerse por mucho tiempo en el mercado como resultado de diversos factores relacionados con su administración (Aguilar & Martínez, 2015).

En el año 2015 se aplicó la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE), del total de empresas consideradas el 12.6% imparte capacitación a su personal. De ellas, 73.7% de las empresas medianas y 55.8% de las unidades pequeñas, destinan tiempo y recursos para capacitación, en tanto que de las microempresas, solo 11.5% capacita a su personal INEGI (2016).

Por sector de actividad económica, destacan las empresas del sector servicios de las cuales un 20.9% imparte capacitación, seguidas por las empresas pertenecientes al sector de las manufacturas con un 13.3%, y las del sector comercio con un 7.7 por ciento INEGI (2016).

Pavón (2010), sostiene que el 43% de las PyMEs fracasa por errores administrativos y 24% por errores financieros antes de cumplir un año. Las PyMEs en México muchas de las veces carecen de competitividad, no logran la permanencia en el mercado porque buscan solo basar su éxito únicamente en la reducción de gastos, la calidad o el servicio y no en la reducción de sus costos e incrementar sus ventas, otro de los factores es el

desconocimiento de donde buscar apoyo, 85.7% no conocen los programas de apoyo del gobierno federal y el 14.3% que conocen dichos apoyos no los pueden tramitar porque no cuentan con una estructura organizada que es necesaria para estos programas gubernamentales (Lozano, Ruíz, & Riveroll, 2013).

En Jalisco mueren 60% de las nuevas PyMEs, seis de cada diez nuevas, cierran sus puertas durante los primeros nueve meses de vida, afirmó el delegado de la Secretaría de Economía en la entidad, Mario Gutiérrez Treviño. El funcionario señaló que entre los factores que provocan la alta mortandad, destaca la carencia de una cultura de emprendimiento, además que, en los gobiernos locales, principalmente en los municipios, “hay burocracia excesiva” que hace complicada la sobrevivencia de las PyMEs, Romo (2015).

En una entrevista para milenio radio, Ricardo García Palacios, quien fuera el director regional del INEGI en 2016, señaló que: “Esto nos da la idea del drama que representa lanzarse a hacer una empresa y tener estas grandes probabilidades de que la empresa no funcione, en los últimos cinco años 3 de cada 10 empresas cerraron”. Según el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, elaborado por el INEGI (2010) existían en la entidad 299 mil 592 empresas, de las cuales no sobrevivieron 103 mil 83, Puertolas, (2016).

De acuerdo a lo anterior el presente artículo analiza los factores de permanencia empresarial de las Microempresas del Sector comercio de Puerto Vallarta, Jalisco con el propósito de que a partir de este análisis se propongan estrategias de fortalecimiento, desarrollo y crecimiento.

Aspectos Teóricos

Crecimiento empresarial, tomando como referencia a, Zorrilla (2005), señala que es la ampliación en la dimensión ya sea física o territorial de una empresa o un progreso en la calidad, como derivación de un proceso de desarrollo, en donde una apropiada sucesión de cambios internos conllevan a aumentos en el tamaño, así como cambios en las características de la empresa en crecimiento. El crecimiento permite mostrar la capacidad que tiene una empresa para adaptarse y permanecer en el mercado.

La explicación del crecimiento desde esta perspectiva parte de la estructura de recursos que posee o controla la empresa, la cual determinará los incentivos, los frenos y las direcciones de desarrollo. Así mismo, Canals (2000), propone la Teoría evolucionaria que se fundamenta en las determinaciones que pueden adoptar los gerentes de una empresa con base al conjunto de las fases sucesivas y de rutina que determinan la opción de cada decisión y la Teoría Corporativa que propone las líneas de crecimiento más adecuadas en función de determinadas variables (innovaciones organizacionales, estructura organizacional y de divisiones entre otras), para poder lograr el crecimiento en las empresas.

Un crecimiento empresarial recomendable admite la presencia de los recursos existentes y el desarrollo de nuevos, Forcadell (2012). Para poder lograr esto se necesita reconocer los recursos con los que cuenta la empresa actualmente, así como los que se requerirán en un futuro y las tácticas que utilizarán para poder lograr desarrollarlos. Esto implica el dominio de una serie de capacidades dirigidas emprendedoras que son "las capacidades mediante las cuales, los directivos

fundan, completan y reconfiguran los recursos y competencias organizativas".

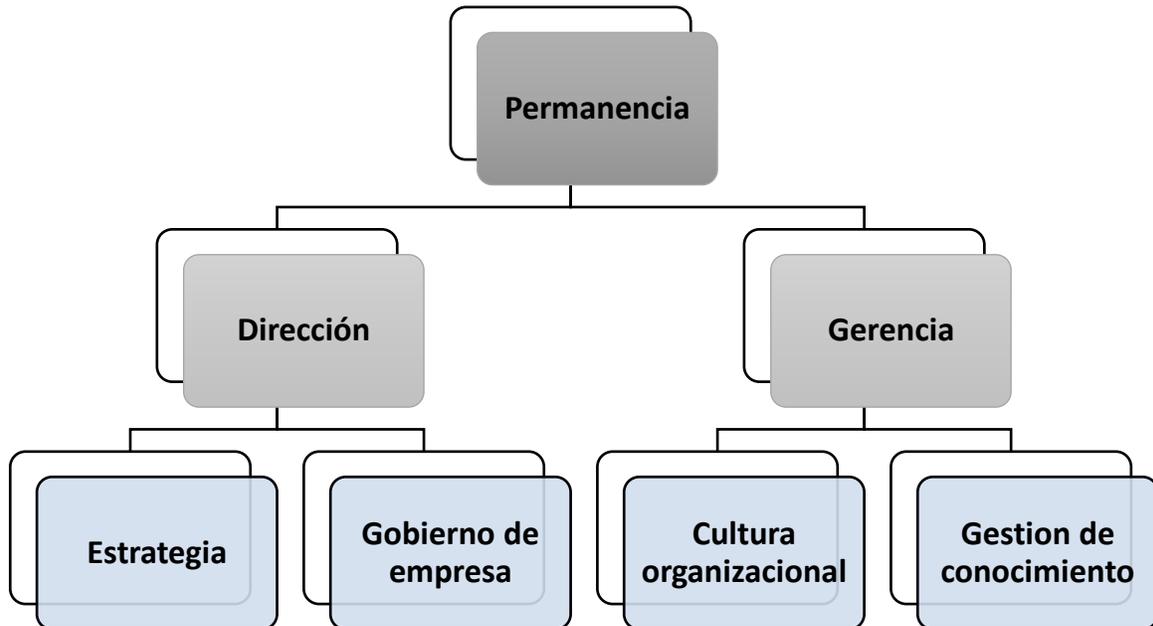
Por otro lado, Dominguez y Armenta (2010), exponen que la permanencia de las micro, pequeñas y medianas empresas están fundamentadas en el desarrollo de la planeación estratégica de cada una de sus áreas, ya que favorece a la mejora de la comunicación, impulsa la creatividad del empleado y aumenta la calidad y productividad, así como la utilización eficaz de sus recursos que será la mejor fortaleza que tenga las empresas. Otro factor importante que interviene en la permanencia de las MiPyMEs según los autores mencionados con anterioridad es la cultura empresarial; por lo tanto, una vez identificada su cultura y sus componentes deben tener en claro cuál es su razón de ser, el lugar que quieren alcanzar en el futuro y por medio de qué conductas se puede lograr. Cuando en las organizaciones se comparte la cultura organizacional (misión, visión y valores) con los empleados, este se ve reflejado en el ambiente laboral, permitiendo que se consoliden y que la permanencia se dé con bases sólidas y de forma eficaz.

Para que cualquier empresa logre su permanencia y crecimiento dentro del sector productivo, sus propietarios deben de estar atentos a los cambios que se estén presentando en el ámbito interno y externo de la empresa, Dominguez y Vivanco (2008), es por eso que, es de suma importancia tener preparado a su capital de trabajo para poder responder al mercado competitivo que existe. Se considera de gran importancia que las empresas implementen procesos y programas de calidad con el principal objetivo de estandarizar sus tareas y de esta forma lograr perfeccionar la oferta y la calidad en sus servicios y de los servicios que prestan sus colaboradores; Las empresas suelen adaptarse al medio con el objetivo de permanecer en el mercado en el tiempo y de esta forma evitar desaparecer, Velásquez (2003). Dicho autor señala que el elemento fundamental e importante de una organización es el consumidor, por lo tanto es vital satisfacerlos de manera eficiente de acuerdo a las necesidades de cada uno de ellos.

La permanencia de la empresa está influenciada por componentes que se explican en el marco de la dirección y la gerencia, elementos fundamentales en la lógica de la administración. La primera incluye

la estrategia y el gobierno; la segunda, el mejoramiento continuo de sus procesos y otros aspectos como su cultura y la gestión del conocimiento, tal como se muestra en el figura 2.

Figura 1: La permanencia y sus diferentes dimensiones



Fuente: Elaboración propia con base en la investigación titulada: Aproximación a una metodología para la identificación de componentes que crean condiciones para la perdurabilidad en empresas colombiana (Restrepo, Velez, Mendez, Rivera, & Mendoza, 2009) .

Autores como Marc y Stuart (1994), mencionan que la consultoría para las organizaciones, actualmente adquiere el carácter de práctica social altamente generalizada y aprobada por parte de los actores involucrados en las diversas actividades económicas, sociales, empresariales y organizacionales, constituyendo así, una excelente herramienta de gestión para las organizaciones, ya que al tiempo que soluciona problemas específicos en áreas definidas, brinda la posibilidad de resolver problemas organizacionales y administrativos, sin necesidad de asumir costos onerosos carentes de estudios, por tanto son, en la mayoría de las veces, no sostenibles, luego no se justifica su mantenimiento permanente en los rubros específicos de la organización.

Según, Márquez (2000), citado por López, Ancona y López (2005), define que el crecimiento sostenido significa continuar acumulando, creciendo, proyectándose, pero con dirección al caos, tal como es la proyección del crecimiento económico, que se preocupa en lo cuantitativo y no en lo cualitativo por lo que debe hacerse con raciocinio y regresamos al punto sobre la validez de usar sostenible o sustentable.

Se analizaron 6 modelos que tienen el propósito de contribuir a que las empresas permanezcan o se sostengan en el mercado, siendo los siguientes; Modelo Explicativo Del Crecimiento De La empresa, enfocado principalmente al crecimiento empresarial, busca satisfacer directamente a las fuerzas internas y externas de la empresa, ya que

se refiere a un conjunto de decisiones de resultado de la estructura social y organizativa de la misma, Zorrilla (2005), Modelo de profesionalización de la empresa familiar, enfocado en concentrar influencia familiar tanto en la administración, así como recursos humanos la estrategia, la sucesión y el gobierno para lograr la eficacia propuesto por Rojas (2012), Modelo De Alianza Estratégica basado en la empresa integradora para MiPyMEs Con Tecnología Tradicional propuesto por, Ramírez (2008), en el cual la alianza estrategia se sustenta en un principio de colaboración plena en el que cada uno de los participantes tiene interés en el bienestar del otro y está dispuesto a trabajar en ello. Modelo Integral De Consultoría Para MiPyMEs de Hernández, Valencia, y Rico (2016), dirigido principalmente a la consultoría para la creación y seguimiento de empresas se concentra en la creación de un plan de negocios y/o la asesoría para participar en convocatorias. El Modelo de negocio sostenible de Portales, García, Camacho, y Arandía (2017), tiene la premisa en las empresas mexicanas que tienden a ser poco sustentables, por tanto, si dichas empresas invirtieran en las cinco dimensiones propuestas en este modelo se favorecería la sustentabilidad de la empresa y por último el Modelo de Diagnostico Ecoeficiente Para Las MiPyMEs de, Sanchez (2012), este modelo realiza un análisis de beneficios tanto económico como ambiental que genera al aplicar el modelo, con base al análisis se tomaran decisiones importantes que ayudaran en el crecimiento y permanencia de la organización.

El modelo que se tomó como base para este estudio fue el de alianza estratégica con base en la empresa integradora para PyMEs con tecnología tradicional, por la razón de que actualmente la mayoría de las empresas tienen estas características de contar con tecnología tradicional, es decir, que para su operación requieren de personal. De esta forma las acciones que se realizan no solamente obedecen a una lógica de beneficio social, sino a la sostenibilidad de la empresa y del entorno en el que se encuentra inmersa, midiéndola con el instrumento sugerido por Restrepo, Velez, Mendez, Rivera, y Mendoza

(2009). De igual forma hay que considerar que es de vital importancia el entendimiento de los conceptos establecidos en el marco contextual, ya que a base de estos se pudo tener en claro que el objetivo de esta investigación fue conocer los nuevos factores que intervienen en la permanencia empresarial.

Materiales y Métodos

El método que se utilizó fue de tipo deductivo ya que partió de la problemática general que se presentó en las Micro empresas de Puerto Vallarta, así mismo se tomó como base las teorías estudiadas. El diseño de investigación fue no experimental también llamada ex post facto, puesto que no se realizó ninguna manipulación de las variables, solo se analizaron los factores de permanencia tal y como se presentan en las empresas.

El universo para el presente artículo fueron las microempresas del sector comercio de Puerto Vallarta registrados en el Sistema de Información Empresarial Mexicano. Se aplicó una fórmula para determinar la muestra para poblaciones finitas, es decir cuando el universo es menor que 500,000 elementos.

$$n = \frac{s^2 N p q}{d^2 (N-1) + s^2 p q} = \frac{3.8416 * 2200 * .5 * .5}{.0049(2200-1) + 3.8416 * .5 * .5} = 180.04$$

Con un universo de 2,200 microempresas del sector comercio, la muestra representativa es igual a 180.04, mismas que se tomaron en cuenta para aplicar el cuestionario para analizar factores de permanencia empresarial de estos establecimientos.

Este instrumento fue dirigido única y exclusivamente para los dueños, gerentes o administradores ya que examina la percepción que tiene el personal de nivel directivo, El instrumento contiene 2 apartados, en el primero se hicieron

preguntas sobre los datos personales del entrevistado el cual podía ser el dueño, gerente o administrador de la empresa, estos datos constaban desde puesto o cargo que desempeña dentro de la organización, los años de antigüedad que tiene la empresa en el mercado, así como el género, edad y nivel de estudios que tienen el encuestado en cuestión, otro dato es el número de empleados que tiene la institución en cuestión entrevistada. El segundo apartado del instrumento consta de 13 variables y cada una de estas variables cuenta con diversos números de ítems, que en total suman 47 los cuales fueron tomados de Restrepo, Velez, Mendez, Rivera, y Mendoza (2009); dichos ítems pretenden conocer desde una perspectiva interna de la empresa los aspectos primordiales con los que se desempeñan las empresas para la gestión del cambio que contribuya a su permanencia.

Así mismo, el instrumento fue medido por la escala de Likert que consta de 5 medidas, donde el encuestado solo respondió a la que considere más

idónea, que van del 1 al 5 donde, 1" No existe, "2" en proceso, "3" documentado, "4" documentado y operando y "5" documentado, operando y evaluado.

Resultados

Los resultados generales de los 13 factores que integran el instrumento aplicado a las 181 microempresas del sector comercio, interpretándose de acuerdo a la escala de medición del 1 al 5, donde 1 es que no existe el factor, 2 en proceso, 3 documentado, 4 documentado y operando y 5 documentado operando y evaluado se muestran a continuación.

Las microempresas del sector comercio consideran más importante la cohesión social y la identidad social como se muestra en la tabla 2. Este tipo de empresas son muy frecuentes en Puerto Vallarta debido al lugar turístico del que se hace acreedor, cabe destacar que muchas de estas empresas parecieran que no estén "formalizadas" la realidad es otra, ya que le dan peso a esa dimensión y buscan estar reguladas.

Tabla 2
Resultados Microempresas sector comercio

	Media	Mínimo	Máximo
Identidad Organizacional	4.23	2	5
Formalización para el gobierno	4.10	1	5
Cohesión Social	4.24	1	5
Formalización soporte para las decisiones	3.74	1	5
Reconocimiento por el entorno y el sector	3.93	1	5
Diferenciación	4.13	2	5
Dinámica social de los empleados	4.22	1	5
Factores que aportan a la eficiencia	3.96	1	5
Consolidación	4.02	1	5
Gestión integral	3.97	1	5
Conocimiento de entorno	2.94	1	5
Eficiencia en procesos	4.13	1	5

Gestión financiera	3.56	1	5
Número de empresas			181

Fuente: Datos arrojados por el software de análisis estadístico SPSS

Identidad organizacional

La identidad organizacional es la suma de los elementos tangibles e intangibles que distinguen a una organización, y está configurada por las acciones de los líderes, por la tradición y el entorno de la empresa. Tiene un horizonte multidisciplinar

y fusiona la estrategia, estructura, comunicación y cultura de la empresa. Se manifiesta a través de múltiples canales, como el comportamiento y la comunicación de los trabajadores, las herramientas de comunicación comercial o el desempeño organizacional- Balmer 2001 citado por, Pérez (2010).

Tabla 3

Resultados de Microempresa sector comercio, Identidad Organizacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En proceso de documentación	4	2.2	2.2	2.2
Documentado	47	26.0	26.0	28.2
Documentado y operando	33	18.2	18.2	46.4
Documentado, operando y evaluado	97	53.6	53.6	100.0
Total	181	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base a los datos arrojados por el software de análisis estadístico SPSS

En la tabla 3 se representa a las 181 microempresas dedicadas al sector comercio de las cuales 4 de ellas están procesando documentación para definir la identidad de la organización, 47 la tienen documentada, 33 documentada y operando, 97 documentada, operando y evaluada, lo cual nos habla de que la mayoría de las de las microempresas de este sector tienen definida su identidad organizacional.

Cohesión social para la acción

La cohesión social se presenta como un proceso dinámico que se refleja en la tendencia de un grupo a mantenerse unido en la consecución de sus objetivos instrumentales y/o para la satisfacción de las necesidades afectivas de sus miembros, Carron, Brawley y Widmeyer (1998). Otra definición es la propuesta por, Festinger (1950), quien presenta a la cohesión como el campo total de fuerzas que actúan sobre los miembros para permanecer en el grupo. Como resumen la cohesión son las fuerzas adquiridas por el grupo con las cuales se mantienen como tal, y funcionan como motivantes para lo coexistencia y mantenimiento del grupo, que van de sujeto a sujeto.

Tabla 4

Resultados de Microempresa sector comercio, cohesión social para la acción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No Existe	2	1.1	1.1	1.1
En proceso de documentación	4	2.2	2.2	3.3
Documentado	44	24.3	24.3	27.6
Documentado y operando	28	15.5	15.5	43.1
Documentado, operando y evaluado	103	56.9	56.9	100.0
Total	181	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base a los datos arrojados por el software de análisis estadístico SPSS

En la tabla 4 se puede identificar que dentro del sector comercio existe un total de 181 microempresas, en donde dos microempresas mencionaron que la cohesión social para la acción no existe dentro de la misma, estas dos microempresas representan el 1.1% del total de microempresas analizadas dentro del sector comercio. Por otra parte 4 empresas se encuentra en proceso de documentación para la cohesión social la cual equivale al 2.2% del total de microempresas analizados.

De la misma manera se observa que 44 de estas empresas se encuentran documentados en este factor de análisis la cual representan el 24.3% del total de microempresas analizados en este sector; por otra parte, existe 28 microempresas documentadas y operando en el factor de cohesión social lo cual es equivalente al 15.5% del total de microempresas analizadas en este sector. Por último, se observa que el mayor número de estas microempresas, 103 unidades, se encuentran documentados, operando y evaluando el factor de cohesión social para la acción la cual representa el 56.9% del total de microempresas dentro del sector comercio.

Conclusión

Con base en el análisis contextual, donde se puede apreciar la situación de la MiPyMEs, el análisis teórico de la permanencia empresarial o sostenibilidad y los resultados del trabajo de campo, se puede concluir que de los factores de éxito de las microempresas del sector comercio de acuerdo a la opinión de los gerentes, son;

1. Cohesión social para la acción, este factor considera que el tener conocimiento de la visión, misión y objetivos por los empleados propicia su identidad y compromiso con la empresa, que el aprendizaje que tienen sus empleados en su trabajo contribuye a su desarrollo personal y que dar confianza entre los empleados permite compartir el conocimiento aprendido en su experiencia laboral.
2. Identidad organizacional, este factor considera que el compromiso con el desarrollo social forma parte de las estrategias empresariales, que los factores ética y responsabilidad social es el instrumento para la toma de decisiones justas y prudentes, así como el cultivo de los valores de la empresa permite a los empleados aprender y afianzarlos por su constante reforzamiento, y el

reconocimiento al desempeño y esfuerzo de los empleados propicia la identidad y pertenencia a la empresa.

de <http://www.elfinanciero.com.mx>:
<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/racasan-en-mexico-75-de-emprendimientos.html>

Bibliografía

Aguilar, M. M., & Martínez, A. K. (06 de Octubre de 2015). *eumed.net*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de eumed.net:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/pymes.html>

Canals. (2000). Crecimiento empresarial: personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, 337-370.

Carron, A., Brawley, R., & Widmeyer, W. (1998). *Advances in sport and exercise psychology measurement*. Morgantown: WV: Fitness Information Technology.

CONDUCEF. (2017). *www.condusef.gob.mx*. Obtenido de www.condusef.gob.mx:
<http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes>

Díaz, Y., & Piña, E. (01 de Diciembre de 2012). *PyMEs en la actualidad: lo que debe conocer el gerente de inversiones frente a la regulación jurídica del sistema financiero venezolano*. Obtenido de <http://publicaciones.urbe.edu>:
<http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewarticle/1688/3495>

Dominguez, R. M., & Vivanco, F. J. (2008). *Orientación de la cultura organizacional y permanencia en el mercado de los Mypes del sector de la confección en Aguascalientes*. Mexico: Facultad de Contaduría y Administración.

El financiero. (18 de Enero de 2016). <http://www.elfinanciero.com.mx>. Obtenido

Forcadell, F. (27 de Abril de 2012). *www.researchgate.net*. Recuperado el 25 de Mayo de 2015, de www.researchgate.net:
https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Forcadell/publication/5200935_El_crecimiento_empresarial_desde_el_enfoque_basado_en_los_recursos_Hacia_un_modelo_integrador/links/02e7e515634716e20300000.pdf

Hernández, L. A., Valencia, A. R., & Rico, M. R. (16 de Mayo de 2016). <http://www.web.facpya.uanl.mx>. Obtenido de <http://www.web.facpya.uanl.mx>:
<http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Revistas/R2/995-1017%20-%20Propuesta%20Para%20Un%20Modelo%20Integral%20De%20Consultoria%20Para%20Mi%20Pymes.pdf>

INEGI. (2016). *Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. Aguascalientes: INEGI.

Marc, P., & Stuart, M. (1994). *Sea su propio consultor y ahorre dinero: guía para desarrollar una consultoría interna eficaz*. Barcelona, España: Financial Times : Biblioteca de empresa.

Marquez, H. P., & Ortiz, G. A. (12 de Noviembre de 2011). *Memorias del V Congreso Internacional de Contaduría Pública Vo. 1 Fiscalización y transparencia: una visión hacia el futuro*. Obtenido de <http://www.usfx.bo>:
http://www.usfx.bo/nueva/vicerrectorado/citas/ECONOMICAS_6/Contaduria_Publica/70%20sec%20chaires.pdf#page=158

Lozano, Y. E., Ruíz, R. J., & Riveroll, V. M. (08 de Julio de 2013). <http://imcp.org.mx>.

- Recuperado el 02 de Julio de 2017, de <http://imcp.org.mx>: <http://imcp.org.mx/wp-content/uploads/2013/07/CROSS-Informe-2013-8.pdf>
- López Ricalde, C. D., López-Hernández, E. S., & Ancona Peniche, I. (Mayo- Agosto de 2005). Desarrollo sustentable o sostenible: una definición conceptual. *Horizonte Sanitario*, 34. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4578/457845044002/>
- Pavón, L. (Agosto de 2010). *Financiamiento a las microempresas y las pymes en México (2000-2009)*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado el 3 de julio de 2017, de Financiamiento a las microempresas y las pymes en México.
- Pérez, R. C. (7 de Mayo de 2010). *redalyc.org*. Recuperado el 19 de Julio de 2017, de <http://www.redalyc.org/html/4561/456145285002/>: <http://www.redalyc.org/pdf/4561/456145285002.pdf>
- Portales, L., Garcia, D. C., Camacho, R. G., & Arandia, P. O. (14 de Noviembre de 2017). <http://www.academia.edu>. Obtenido de <http://www.academia.edu>: http://www.academia.edu/16170334/Modelo_de_sustentabilidad_empresarial_pentadimensional_Aproximaci%C3%B3n_Te%C3%B3rica
- ProMéxico. (9 de Febrero de 2017). <http://www.camescom.com.mx>. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de <http://www.camescom.com.mx>: <http://www.camescom.com.mx/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico/>
- Puertolas, M. A. (16 de Julio de 2016). <http://www.milenio.com>. Obtenido de <http://www.milenio.com>: http://www.milenio.com/negocios/Inseguridad-razon-de-Mipymes-para-no-crecer-Inegi_0_775122518.html
- ad-razon_de_Mipymes_para_no-crecer-Inegi_0_775122518.html.
- Ramirez, J. J. (3 de Marzo de 2008). <http://catedragc.mes.edu.cu>. Obtenido de <http://catedragc.mes.edu.cu>: <http://catedragc.mes.edu.cu/download/Tesis%20de%20Doctorado/Ingeniera%20Industrial%20Nacionales/JorgeRam%C3%ADrezJu%C3%A1rezTESIS.pdf>
- Restrepo, P. L., Velez, B. R., Mendez, A. C., Rivera, R. H., & Mendoza, S. L. (2009). *Aproximación a una metodología para la identificación de componentes que crean condiciones para la perdurabilidad en empresas colombianas*. Colombia: Universidad de Colombia.
- Rodriguez, J. (2010). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas. 6ta edición*. México: CENGAGE LEARNING.
- Rojas, R. J. (2012). *La profesionalización de las pequeñas y medianas empresas familiares de servicios del municipio de Chalco, estado de México como factor de éxito para su continuidad*. Distrito Federal, México: Instituto Politécnico Nacional.
- Romo, P. (13 de Diciembre de 2015). Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/estados/jalisco/2015/12/13/jalisco-muere-60-las-nuevas-pymes>.
- Sanchez, S. N. (31 de JUNIO de 2012). <http://upcommons.upc.edu/>. Obtenido de <http://upcommons.upc.edu/>: http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/18820/TFM_NSanchez_La%20sostenibilidad%20en%20el%20sector%20empresarial.pdf?sequence=1
- Velásquez, C. A. (2003). Modelo de Gestión de Operaciones para Pymes Innovadoras. *Escuela de Administración de Negocios*, 47.

Identidad organizacional y cohesión social, como elementos de permanencia de las microempresas de Puerto Vallarta, Jalisco.

Zorrilla , S. J. (15 de Febrero de 2005).
<http://www.gestiopolis.com>. Recuperado el
15 de Octubre de 2014, de

<http://www.gestiopolis.com>:
[http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/c
recipyme.htm](http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/c
recipyme.htm)