

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NAYARIT
Área de Ciencias Económicas y
Administrativas
UNIDAD ACADÉMICA DE ECONOMÍA
MAESTRÍA EN DESARROLLO ECONOMICO LOCAL



EMPRESAS FAMILIARES DEL SECTOR ALIMENTICIO ARTESANAL
COMO ESTRATEGIA DE AUTOEMPLEO EN EL DESARROLLO LOCAL
DE LA CIUDAD DE TEPIC, NAYARIT

Tesis que para obtener el grado de:
Maestra en Desarrollo Económico Local

Presenta:
Jazmin Elizabeth Villalobos Murillo

Director de tesis:
Abel Gómez Gutiérrez

Tepic, Nayarit, julio 2023

Agradecimientos

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y a la gestión de la Universidad Autónoma de Nayarit, a la Maestría en Desarrollo Económico Local y a la Dirección de Posgrados por su labor y apoyo a los alumnos, en cada proceso y desarrollo para la implementación del conocimiento en nosotros y por la oportunidad que nos brindan para adquirir nuevos retos.

A mi director de tesis, el Dr. Abel Gómez Gutiérrez por su apoyo constante en las revisiones y ayuda en mi proceso formativo que me permitió enfocarme y desplegar las ideas y conceptos para plasmarlos de la mejor manera.

A la Dra. Elizabeth Trujillo Ubaldo, por ayudarme a encontrar dirección cuando en mis conocimientos me sentía perdida y no sabía cómo plasmar los mismos. Agradezco el apoyo constante en cada una de mis dudas.

A mi familia, quienes a pesar de todo sigue apoyándome en cada proyecto que logro emprender, aun si tengo o no éxito, en medio de todo, gracias.

A mi compañera Erika Beatriz Morales Trejo que aun sin ser de mi generación se mostró amiga en todo tiempo, su apoyo y conocimiento aumentaron mis posibilidades de menos estrés.

Empresas familiares del sector alimenticio artesanal como estrategia de autoempleo en la ciudad de Tepic Nayarit.

Autora: *Jazmin Elizabeth Villalobos Murillo*

Director: *Dr. Abel Gómez Gutiérrez*

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue identificar los procesos y estrategias de los emprendedores que tienen negocios de alimentos, elaborados artesanalmente, en la ciudad de Tepic, Nayarit; desde una perspectiva de las empresas familiares. Se amplió el alcance de la investigación para incluir en el estudio las etapas de transformación del autoempleo familiar, así como los procesos que intervienen en la generación de empleo; además, se indagó sobre el impacto económico que genera la creación y crecimiento de las mismas dentro de la zona de análisis.

La metodología que se aplicó se deriva de los postulados de la teoría sobre desarrollo local y las empresas familiares. Se comenzó por una revisión en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) que permitió identificar actores claves y se complementó la metodología con la identificación de actores a convenir a la investigación, que permitieron adaptar los modelos propuestos por Sharma, Chisman y Chua para el análisis de organizaciones familiares y su interacción, además de poder explicar y adoptar el concepto de *familiness* dado en las organizaciones artesanales.

Como resultado se logró comprender las etapas en las que se encuentran los negocios artesanales familiares y sus estrategias de implementación para su crecimiento. Además, se identificaron las características que logran hacer que un negocio tenga éxito o no, dejando ver que parte importante del crecimiento se manifiesta en la creación de empleos. También se logró identificar que no todas las características son negativas o positivas, debido a que cada actor pone en práctica sus habilidades y conocimientos de la vida o adquiridos académicamente.

Palabras claves: *Empresas familiares, producción artesanal, desarrollo local*

Family businesses in the artisanal food sector as a self-employment strategy in the city of Tepic Nayarit.

Author: *Jazmin Elizabeth Villalobos Murillo*

Director: *Dr. Abel Gómez Gutiérrez*

Abstract

The objective of the research was to identify the processes and strategies of food businesses, handmade, in the city of Tepic, Nayarit; from a family business perspective. The scope of the research was extended to include in the study the stages of transformation of family self-employment, as well as the processes involved in the generation of employment; In addition, the economic impact generated by the creation and growth of the same within the area of analysis was investigated.

The methodology he applied was derived from the postulates of the theory of local development and family enterprises. It began with a review in the National Statistical Directory of Economic Units (DENUE) which allowed identifying key actors complementing the methodology with actors to be agreed to the research that allowed adapting the models proposed by Chisman and Chua for the analysis of family organizations and their interaction, in addition to being able to explain the concept of familiness given in craft organizations.

As a result, it was possible to understand the stages in which family artisanal businesses are and their implementation strategies for their growth. In addition, the characteristics that manage to make a business successful or not were identified, showing that an important part of the growth is manifested in the creation of jobs. It was also possible to identify that not all characteristics are negative or positive, because each actor puts into practice their skills and knowledge of life or acquired academically.

Keywords: *Family businesses, artisanal production, local development.*

3.2.1.	Dimensiones de la investigación	61
3.2.2.	De los instrumentos de investigación	64
3.3.	Selección de sujeto de estudio.....	66
3.4.	Limitaciones	68
3.5.	Análisis de datos	68
	CAPÍTULO IV: Apartado de resultados y discusión	69
4.1.	Introducción capitular	69
4.2.	De los objetivos planteados	72
4.3.	Conclusiones.....	85
	Referencias bibliográficas	88
	Anexos.....	95
	Anexo 1 Cuestionario para empresario de producción de alimentos artesanales	95
	Anexo 2 Guía de entrevista para empresarios de producción de alimentos artesanales	99
	Anexo 3 Consentimiento de enterado para entrevista y cuestionario	101

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Estratificación de empresas en México DOF (1999)</i>	12
Tabla 2 <i>Número de empresas por tamaño ENAPROCE (2018)</i>	13
Tabla 3 Análisis financiero por giro.....	81

Índice de cuadros

Cuadro 1 Investigaciones sobre organizaciones familiares como sujetos empresariales basadas en familiness.	7
Cuadro 2 Conceptos sobre empresa familiar	42
Cuadro 3 Fases de la investigación de la empresa familiar de alimentos artesanales.	60
Cuadro 4 Matriz de congruencia con los objetivos, marco teórico y dimensiones	62
Cuadro 5 Instrumento cuestionario	64
Cuadro 6 Criterios de selección y exclusión	67

Índice de figuras

Figura 1 Modelos de desarrollo: la búsqueda de desarrollo económico	25
Figura 2 Familiness.....	47
Figura 3 Modelo de los tres círculos.....	50
Figura 4 Modelo evolutivo tridimensional	52
Figura 5 Modelo de Sharma, Chrisman y Chua	55

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Mapeo de sujeto de estudio	67
---	----

CAPÍTULO I: El contexto de la empresa familiar y la producción alimenticia artesanal.

1.1. Antecedentes

Las unidades de producción artesanal cuentan con una larga trayectoria en la historia y siguen vigentes en pleno Siglo XXI; éstas se han adaptado a los avances y tecnologías actualizadas en los países desarrollados y países en desarrollo. Se ha documentado una gran variedad de procesos en la elaboración de productos, denominados artesanales, hechos a base de materias primas existentes en cada región. Algunos productos son adornos decorativos y otros se procesan como alimentos dependiendo de la producción agrícola local para consumo, inspirados a base de conocimientos ancestrales o recetas pasadas de generación en generación. Cada uno de estos productos se diferencian de los productos estandarizados y regularizados producidos industrialmente y que se encuentran en competencia en los mercados locales. Las diferencias y divisiones socioeconómicas de los pequeños productores, basados en el núcleo familiar, en comparación con las grandes empresas alimenticias se convierte en un tema de investigación y análisis ya que en nuestro país millones de personas permanecen en esta actividad económica.

En México, se han establecido grandes industrias productoras y procesadoras de alimentos, aunado a la intensa apertura comercial y al ingreso de alimentos frescos y procesados del exterior; sin embargo, prevalecen procesos y tradiciones regionalizadas que han creado alguna identidad en nuestros pueblos. El estado de Nayarit está inmerso en este tipo de procesos globales ya que, además, de que recibe la influencia de las actividades económicas internacionales como lo es el sector alimenticio, existen algunos grupos empresariales locales, familias e individuos consolidados en el sector de los alimentos, que son respetados y preferidos por los consumidores locales. Por

ello, dentro de la globalización las actividades artesanales se convierten en una alternativa válida para ciertos grupos sociales, en donde se generan empleos y se aprovecha el potencial creativo y artístico, altamente apreciado por mexicanos y extranjeros. Estos procesos también significan una oportunidad para establecer estrategias que ayuden en la innovación y que se adecuen al contexto en que se desarrollan estas unidades económicas con el propósito de ayudar a mejorar su situación económica y social. Está demostrado, además, que son estas pequeñas empresas las que contribuyen al PIB (Producto Interno Bruto) en un 52% además de generar empleo en un 72% en México (Senado de la República, 2020).

Por lo tanto, la investigación se enfocó en las unidades de producción artesanal de alimentos conformada por empresas familiares en la ciudad de Tepic, Nayarit. Nos interesó aportar información sobre la contribución que estas empresas aportan al desarrollo local del Municipio de Tepic, Nayarit. Si generaban empleos y aportaban a la seguridad social de los trabajadores, - aunque sean miembros de la familia- si se encontraban debidamente registradas ante las instancias gubernamentales con permiso de funcionamiento, procesos sanitarios e higiene, si se encontraban registradas en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), si participaban en organismos empresariales, en ferias y otras variables que se obtuvieron desde los mismos representantes de las empresas familiares.

En este apartado de los antecedentes se trató de revisar el máximo de fuentes impresas y digitales que se han publicado en relación a la producción alimenticia elaborada artesanalmente por grupos de hombres y mujeres que se identificaban como familia por lazos filiales y de sangre. Aunado al rescate de los antecedentes sobre la producción alimenticia, se buscó en fuentes publicadas sobre los procesos de producción que se han identificado en los estudios sobre la artesanidad. Se adelanta al lector que se encontraron planteamientos teóricos y conceptuales sobre las empresas familiares, en específico del sector alimenticio y la teoría de la ventaja competitiva, basadas en el concepto de *familiness*. Se utilizarán las definiciones y los conceptos operativos referentes a

la artesanidad; y con base a la teoría de la ventaja competitiva donde se explica el concepto mediante interacciones y sinergias sistémicas consiguientes que puedan conducir a ventajas competitivas, el cual se profundizó más adelante en el marco teórico conceptual.

Para complementar los contenidos de esta investigación, se incluyó en el título la cuestión del autoempleo como una de las motivaciones principales para iniciar un negocio familiar basado en los conocimientos ancestrales para el manejo de la producción agrícola-ganadera, y para darle un valor agregado a la producción temporal de la región centro del estado de Nayarit en la ciudad de Tepic. Finalmente, es necesario darle sentido y continuidad a los estudios esenciales de la maestría para la cual se realizó esta investigación sobre el desarrollo económico local, en la línea de planeación de desarrollo territorial.

1.1.1. La empresa familiar en México

Las primeras investigaciones sobre las empresas familiares fueron realizadas en los países más industrializados. Se comenzó a hablar desde una perspectiva económica, a partir del siglo XX, con los primeros trabajos publicados de (Moore, 1951), (Husain, 1956), (Cochran, 1959) y (Davis, 1968); sin embargo, para los países subdesarrollados se encontraban en plena expansión de conocimiento, dado que no se tenían las mismas formas de actualización y los procesos que tenían los países más desarrollados. Eran distintos.

Uno de los textos que también fueron considerados como pioneros en el estudio de las empresas familiares, es el de Kanter, en 1978. Este autor, concuerda con Navarrete y Soto, explicando que las empresas familiares están en contra esquina en torno a las empresas profesionalmente establecidas tendiendo como prioridad traspasar y perseverar a lo que llama familias empresariales, en lugar de empresas familiares. Argumentan los autores que muchas de ellas nacen para brindar empleo y con esperanzas de crecer a futuro. Sin embargo, la empresa familiar y el autoempleo generalmente se han visto como estrategias de empleo de grupos marginales que se encuentran en

desventaja en los mercados laborales urbanos (Bonacich, 1973; Bonacich y Modell, 1980).

Otra investigación realizada por Handler (1989), en un estudio cualitativo que realizó en Boston, obtuvo información de 32 miembros de la generación siguiente de empresas familiares. Esta investigación encontró dos aspectos clave de las relaciones interpersonales en la empresa familiar. El primero de ellos es el nivel de entendimiento y de respeto mutuo entre las generaciones de las familias. El segundo aspecto es el cambio que se observa en las relaciones entre el líder de la siguiente generación emergente y los hermanos y parientes. Donde existen relaciones fuertes, tanto la familia como la empresa se fortalecen.

Por otro lado (Dunn, 1995) explica tres estudios longitudinales realizados en Inglaterra sobre las empresas familiares, donde encontró que la tensión y ansiedad familiares eran amplificadas, y frecuentemente causadas, por aspectos de la empresa familiar. Es decir, que los problemas principalmente se derivaban por la forma de relacionarse debido a sus composición y experiencia, como emociones familiares que contribuían en la toma de decisiones.

Para México, las investigaciones de las empresas familiares eran limitadas por el desarrollo que se tenía, el avance académico apenas llegaba con un estado conservador. Los primeros autores en comenzar a estudiar casos familiares fueron Grabinsky (1991), Babatz (1997), Castañeda (2000), Husted y Serrano (2001) y Belausteguigoitia (2004), en donde describieron la composición de la empresa familiar con las investigaciones realizadas al exterior de México. En los trabajos se pueden encontrar su forma de conformación y estudio desde diferentes perspectivas, en cambio el tema de las empresas familiares comienza a ser considerado más importante en la economía y se unen a los trabajos autores teóricos que destacan Hoshino (2004), Hernández y Mendoza (2006), Castrillo y San Martín (2007), Treviño Rodríguez (2010) y Durán y San Martín (2016).

Sus principales aportaciones al tema de la empresa familiar fueron investigadas desde la perspectiva de propiedad, la importancia del recurso humano dentro de la empresa y las implicaciones que estos podían tener para la toma de decisiones. Se avanzó gradualmente en las investigaciones hasta incluir las formas de relacionarse mediante la cultura organizacional que existe en la literatura, su estructura y visión hacia Latinoamérica, así como también la evolución de la planeación estratégica dentro de ellas y las diferencias que podían existir del sector que no era de organización familiar.

Otro punto a destacar dentro del origen de las empresas familiares es en la época de la revolución industrial como se menciona anteriormente, el capitalismo y el liberalismo económico. El economista Arocena (2002) explica que el surgimiento de las empresas vistas como potencializadoras de una zona ayudan a la contribución de la economía mediante el desarrollo local. El autor explica en este texto el origen a partir del término de la segunda guerra mundial donde los países desarrollados buscaban autoconstruirse mientras que los países en vías de desarrollo comenzaron desde sus saberes locales para mover los mercados locales.

Mientras que para Soto Maciel (2008) influyen ciertas características en la relación familiar en torno a su continuidad en las que destaca: fuerza de relación en términos de independencia, cohesión y adaptabilidad. También menciona la importancia del tiempo en que la empresa ha sido propiedad familiar, su forma de participación en referencia a la dirección, su etapa de crecimiento en sucesión y su vínculo con la dinámica empresarial. Algunos obstáculos de transición que describe la autora son la resistencia del dueño-propietario para pasar el poder, la falta de planificación y el desinterés en estrategias de los miembros que conforman la organización.

Por otro lado, Navarrete (2009) en su investigación acerca de la relación que existe entre la implicación familiar y la transición generacional, expone que

los resultados y la continuidad de un negocio familiar se debe a los nexos familiares. El autor concluye reconociendo que la funcionalidad de las estructuras de dirección, propiedad y operación de las organizaciones dependen del reconocimiento de intereses y metas específicas de cada uno de los dos subsistemas interrelacionados: familia-empresa y empresa-familia.

Desde una perspectiva de las instituciones, Quejada y Ávila (2016) establecen que, las empresas familiares suelen ser más complejas en términos de gobierno que sus contrapartes, debido al agregado de una nueva variable: la familia. Agregar las emociones y los asuntos de la familia a la empresa aumenta la complejidad de los temas corporativos. A diferencia de otros tipos de empresas, los miembros de la familia cumplen distintos papeles dentro de su empresa, lo cual, en muchos casos, puede llevar a la desalineación de los incentivos entre todos sus miembros. En una típica empresa no familiar, cualquier individuo involucrado puede ser un empleado, un ejecutivo, un dueño, un director o alguna combinación de estos papeles.

Para Soto Maciel (2013), las primeras formas de organización de la actividad comercial e industrial constituyeron una extensión del sistema familiar. En el campo de la investigación académica, los países industrializados han sido los primeros en valorar el papel económico de la empresa familiar, al considerarla parte fundamental de las estructuras debido a su preponderante papel en la generación de riqueza nacional (Quejada Pérez & Ávila Gutiérrez, 2016). Sin embargo, a lo largo del tiempo el concepto empresa familiar ha cambiado como se muestra en el marco teórico conceptual.

Algunas investigaciones que destacan de Anderson y Reed (2003), Thomsen y Torben (2000), Daily y Dollinger (1992), explican a las organizaciones familiares como sujetos empresariales que tienen elevadas capacidades competitivas en los sectores económicos. Estos mismos investigadores han generado discusión acerca del éxito como una variable que condiciona a la

vinculación o no de personas familiares en una compañía. A continuación, se muestra en el siguiente cuadro algunas investigaciones que se han realizado, en el idioma inglés, en torno al concepto *familiness* enfocado en las empresas familiares:

Cuadro 1 *Investigaciones sobre organizaciones familiares como sujetos empresariales basadas en familiness.*

PUNTO DE VISTA TEÓRICO	INVESTIGADORES	CONCLUSIONES
La sociología de la familia	Ram y Holliday (1993)	Familiness representa las relaciones sociales de la familia, reflejada en la flexibilidad y en las limitaciones creadas dentro del lugar de trabajo.
La teoría evolutiva	Craig y Moores (2005)	Describen familiness como un “núcleo esencial” de las empresas familiares e integran el concepto con un enfoque estratégico, como lo es el cuadro de mando integral.
Teoría de la ventaja competitiva Las empresas familiares son formas organizativas únicas, como resultado de las interacciones entre los miembros de la familia, la familia y el negocio.	Chrisman, Chua y Steier (2005)	Familiness distintivo se ha utilizado como un concepto para abarcar estas interacciones y las sinergias sistémicas consiguientes que puedan conducir a ventajas competitivas.
Teoría del capital social El constructo de familiness ha sido identificado y definido como recursos y capacidades que son exclusivos de la participación de la familia y sus interacciones en el negocio.	Ensley y Pearson (2005) Lester y Canella (2006) Arregle, Hitt, Sirmon y Very (2007) Pearson, Carr y Shaw (2008) Sharma (2008)	Proporciona una base para el desarrollo de cuatro dimensiones del familiness: humana, financiera, social y física. Concluyen que, si bien los esfuerzos actuales en gran medida se han dirigido a comprender los componentes, antecedentes y consecuencias de la dimensión del capital social de familiness, se necesita teorización más significativa.

Teoría de recursos de la empresa	Hayton (2006) Tokarczyk, Hansen, Verde y Down (2007) Zellweger, Eddleston y Kellermanns (2010) Frank, Lueger, Nosé y Suchy (2010)	Familiness es el resultado específico de acoplamiento estructural de la familia y de la empresa, lo cual puede producir una identidad particular e incorpora diferentes relaciones de contenido, tales como habilidades particulares para innovar. Familiness muestra características tanto manifiestas y latentes y por tanto requiere métodos específicos de diagnóstico.
---	--	---

Fuente: Elaborado en base a *Molina Parra, Paula Andrea; Botero Botero, Sergio; Montoya Monsalve, Juan Nicolás; Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis Pensamiento y Gestión.*

Además, de las empresas familiares se identificaron las unidades artesanales donde se puede encontrar gran variedad de productos elaborados a base de conocimiento ancestral y arte popular. Las organizaciones informales de producción artesanal, las cuales pertenecen a los sistemas alimenticios, de la gran mayoría de los países se concentran en los mercados locales y nacionales. Sin embargo, los avances científicos y las innovaciones tecnológicas, han logrado alcanzar los mercados alejados de los centros de manufactura, con los que se ha generado una homogeneización de la alimentación aun en las regiones más distantes. Algunos estudios reportan una desaparición de entre 75% al 93% en cuanto a la diversidad de cultivos alimentarios en Norteamérica y Europa respectivamente Camacho Vera, Cervantes Escoto, Cesín Vargas, y Palacios Rangel (2019).

De acuerdo a nuestra exploración inicial de los antecedentes, se encontró que el origen de los productos artesanales data de la época de la prehistoria, donde la elaboración de productos era considerados personales o particulares, objetos de utilización o adorno, vistos de una forma de identidad cultural. Sin embargo, al inicio de la revolución industrial los cambios fueron notorios para Europa y México, dando paso a grandes empresas y dejando un poco de lado otras formas de producción, relegando al sector agrícola y a la producción artesanal lo cual provocó una marginación a estos grupos vulnerables integrados mayormente por poblaciones indígenas (Hernández y *et. al* 2011).

1.2. Planteamiento del problema

Una empresa familiar se constituye por la combinación de saberes y actividades productivas de los miembros de una familia. Su jerarquización está elaborada en base a las personas que la conforman. Sus procedimientos suelen ser empíricos y la toma de decisiones ante dificultades se basa en la experiencia que se ha acumulado a lo largo del tiempo en su funcionamiento y su organización de actividades; aunque estas pudieran clasificarse como rutinarias sin nada formalmente escrito. Sin embargo, existen algunas características que pueden dificultar la permanencia de estas empresas; como lo son: informalidad fiscal, falta de conocimiento en procesos administrativos, falta de conocimiento por la generación siguiente que ocupará la directiva, entre otros. Esta es una voz de alarma académica e institucional que ha ampliado nuestro sentido profesional para contribuir al estado del conocimiento de las empresas locales, objeto de nuestra investigación para analizar y valorar el nivel de formalidad que presentan, ya que de esto depende su inclusión en las estadísticas estatales y nacionales de contribución al desarrollo. Lo que no se registra, difícilmente se considera en los niveles de desarrollo económico local y por lo tanto se ha constituido sólidamente en nuestro tercer objetivo específico.

Algunos investigadores señalan que las empresas familiares se enfrentan en su principal problemática en la continuidad, es una conciencia unánime que afrontan las organizaciones al pasar a la siguiente generación. Por lo general, en la mayoría de las empresas familiares, la falta de preparación de las generaciones sucesiva para manejar las demandas de una empresa creciente y una familia mucho mayor genera una gran crisis (Soto Maciel, 2013).

En México, como en el resto del mundo son una generación de riquezas, empleo e innovación, de las cuales las grandes cadenas que hoy conocemos han salido de empresas conformadas por la familia. Normalmente parten de una formación hacia un proyecto o un *bussiness plan*; su planeación es un factor importante hacia el ordenamiento de las actividades que determinan su buen

funcionamiento y preparación en las próximas generaciones; sin embargo, no todas aplican un plan de negocios que ayuda a consolidarse y tener bases firmes para enfrentar los diferentes obstáculos.

Cabe mencionar que en el periodo de 1940 a 1970, México avanza de ser un país rural a un país semi-industrializado, potencializándose en todos los campos, considerando ese tiempo como su mejor periodo económico. En ese tiempo surgen las grandes empresas, consolidándose como grupos industriales, comienza a crearse una infraestructura industrial donde crecen los mercados tanto interno como externo y se da una participación directa al desarrollo económico. Algunos puntos para el auge del desarrollo fueron: un proceso expansivo de mercado, una política gubernamental, y un crecimiento económico de posguerra; mientras que en el rubro financiero se da una centralización de capitales y en la empresa familiar un crecimiento económico. Existe literatura abundante sobre el desarrollo económico de México durante ese periodo, incluso algunos autores lo han denominado como el milagro mexicano.

Dentro del periodo antes mencionado y antes de ser un país industrializado existieron grupos culturales con diferencias en economía, organización social, creencias ancestrales, curaciones medicinales, objetos sagrados, que forjaban tradiciones y costumbres que posteriormente serian transmitidas de generación en generación. Algunas de las culturas eran conocidos como Aridoamérica y Oasisamérica, culturas del desierto, el gran suroeste, y la gran chichimeca que resaltaban por la diversidad cultural y conocimiento en técnicas de elaboración de productos artesanales (Correa, Frejomil, y Moreno, 2018).

La manera de integración de los productos artesanales a la línea comercial fue dada por la creatividad e identidad de sus productos, lo cual era apreciado por otras culturas del sur. Además, mediante la venta de productos se establecían relaciones comerciales con pueblos mesoamericanos fomentando

intercambios a grandes distancias, lo que posteriormente sería conocido como el mercado. Los mercados incentivaban el desarrollo de una gran variedad de elementos artesanales. Fue el lugar donde las mercancías eran intercambiadas por productos alternativos, su forma de operación se daba mediante empresarios independientes que vendían sus productos para generar riqueza, y es aquí donde el artesano se abastecía de los productos que carecía.

Algunos personajes históricos de la época virreinal, como Bernardino de Sahagún, Bartolomé de las Casas, Bernal Díaz del Castillo y Hernán Cortés, describen en sus escritos el impacto e importancia de la actividad artesanal para los indígenas que residían en la nueva España y la particularidad del papel social que tenían dentro de la jerarquía social. Estos personajes, denotan en sus relatos la existencia de desarrollos auto-gestionados -con características propias- adaptadas a las circunstancias históricas y dentro del contexto geográfico (Torres, 2009).

Dentro del periodo de 1940-1990 se crearon instituciones públicas y espacios con el fin de la protección, desarrollo y aumento del arte popular. Se trataba de mezclar el gusto de las clases sociales existentes y lograr que el público extranjero se convirtiera en consumidor potencial de artesanías mexicanas, a través de las instituciones los artesanos realizaban estrategias modernas sin abandonar lo tradicional (Velázquez, 2015).

Entre los giros a los que se dedican las empresas familiares encontramos la producción de alimentos artesanal que consta de productos tales como mermeladas, tostadas, frijoles, grano de maíz para pozole, y otros derivados, tortillas de harina de trigo, galletas y pan; productos derivados de la leche como queso, panela, crema, jocoque y requesón; dulces y conservas frutales, miel, y sus derivados etc. Hablar de lo artesanal en alimentos se visualiza como una forma de producir que tiene una lógica distinta a la maximización de utilidades que representa la competencia industrializada. Más bien, es una estrategia que

ha tenido como fin el sustentar la vida de las unidades familiares que apertura este tipo de empresas. Algunos autores como Novelo, destacan la necesidad de abordar lo artesanal como estudio de un proceso (2002); y, más aún como el producto de las relaciones sociales de producción desde una forma histórica (García,1982).

En México han existido distintos criterios para identificar las empresas familiares en los censos económicos. Por ejemplo, en los datos oficiales del censo de 1999 “Estratificación de empresas en México”, para clasificarlas de una forma más fácil se consideró el número de empleados y se les denominó MIPYMES (micro, pequeñas y mediana empresa). Este número puede variar debido al sector en que se trate (manufacturero, comercial, servicios o agropecuario). Esta clasificación fue definida por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) en el Diario Oficial de la Federación (DOF) (Bárdan Esquivel, y *et.al* 2002).

Tabla 1 *Estratificación de empresas en México DOF (1999)*

03 de marzo 1999	SECTOR		
	CLASIFICACIÓN POR NÚMEROS DE EMPLEADOS		
TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
Microempresa	0-30	0-5	0-20
Pequeña empresa	31-100	6-20	21-50
Mediana empresa	101-500	21-100	51-100
Gran empresa	501 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (1999).

De acuerdo a los datos antes presentados, en 1999 existían 2,844,308 empresas en México, distribuidas de la siguiente manera: 95.7% correspondía a la microempresa, 3.1% a la pequeña empresa, 0.9% a la mediana empresa y el 0.3% a la gran empresa. Cinco años después, los datos presentados en el 2004 por el censo económico de INEGI, muestra que el número total aumentó a 3,047,514 con una variación de 7.1% en referencia al censo económico anterior,

arrojando un 95% por microempresas, 3.9 empresa pequeña, 0.9% mediana y 0.2% la gran empresa, disminuyendo esta última en 1% en comparación a los datos de 1999.

El potencial del crecimiento de las empresas comienza a figurarse de manera importante para México debido a su participación económica, la creación de empleos y a su mismo desarrollo. No obstante, a pesar de su representación en la economía, históricamente las MIPYMES se han visto marginadas por programas de apoyo financiero, lo cual podría indicar una causa del crecimiento lento en ellas (Bárdan Esquivel y *et a.*,/ 2002).

En datos más actuales durante el 2018 se registraron 4.1 millones de micro, pequeñas y medianas empresas clasificadas por sector: sector de manufactura, sector comercio y sector servicio privados no financieros publicados en las encuestas nacionales realizadas por INEGI y la Secretaría de Economía mediante la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (ENAPROCE).

Tabla 2 *Número de empresas por tamaño ENAPROCE (2018)*

TAMAÑO	EMPRESAS	
	Número	Participación (%)
Microempresas	4 057 719	97.3
Pequeñas y medianas empresas (PyMES)	111 958	2.7
Total	4 169 677	100

Fuente: Elaboración propia a partir de INEGI (2019).

De acuerdo con la información actualizada, al año 2019 en Nayarit, durante el periodo 2014-2019, analizado por el INEGI se presentó un aumento de más del 3% de la tasa media de crecimiento anual sobre el número de establecimientos. En este informe, mencionado anteriormente, se clasificó a

Nayarit como uno de los estados más altos en el crecimiento de establecimientos junto con Jalisco, Aguascalientes, Ciudad de México, Chiapas, Tabasco, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, entre otros. Lo anterior indica que para Nayarit la apertura y crecimiento de establecimientos es importante para su actividad económica y desarrollo social.

Por otro lado, en Tepic, Nayarit de acuerdo con datos de INEGI, en el segundo trimestre del 2019, ocupa una tasa de 47.9% en la categoría de “Tasa de informalidad laboral por ciudad”, lo que nos indica el porcentaje de la población ocupada que es laboralmente vulnerable ya que no tienen acceso a la seguridad social o no es reconocido por su fuente de trabajo. Además, el documento del INEGI 2019, presenta la tasa de ocupación del sector informal; Tepic registra un porcentaje de 24.8% lo que indica a la población que trabaja en una unidad económica que opera a partir de los recursos del hogar, pero sin constituirse como empresa. Estas actividades no tienen una situación identificable e independiente de su hogar de acuerdo a las cifras de la ENOE (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo) del segundo trimestre.

En otras investigaciones realizadas en el centro de la ciudad de Tepic de acuerdo con Mariscal Haro, Beltrán Gómez, y Haro Beas (2007) especifican que los perfiles de las empresas familiares representaban un 54.4%, de las cuales el 8.9% tienen más de 30 años funcionando. Además, la finalidad de la mayoría de estas empresas es crecer como interés personal, dejando de lado el generar empleo, sólo 24.4% desean generar empleo. Como se mencionó, los perfiles de las empresas además de ser familiares tienen distintos giros y originalidad que resalta para identificarla como son: el ofrecer un servicio, la elaboración de comida artesanal, comercio o distribución como intermediario.

Las empresas de producción de alimentos artesanales están conformadas de igual manera por los miembros de la familia donde los productos que ofrecen son mayormente elaborados de forma artesanal, sin o con poca intervención de innovación. Este tipo de empresas preponderan la potencialidad de una localidad,

sin embargo, por ser empresas familiares no se descarta los mismos obstáculos que pueden presentar en su continuidad.

Para Nayarit, las investigaciones sobre el concepto o desarrollo artesanal se enfocaron en el reconocimiento de las artesanías, vistas como el arte de elaborar figuras de barro o chaquira, pulseras, ropa entre otras, es decir, enfocado más en aspectos materiales de los cuales pueden ser de desarrollo para las comunidades de los grupos étnicos de las zonas serranas. Por la parte de investigación en el grupo alimenticio se concentra en la costumbre de consumir alimentos de las mismas zonas, o bien, se ha investigado los alimentos de manera más general como lo es en San Blas, Nayarit donde se ha escrito sobre el análisis de las actividades económicas en un manglar de usos múltiples, es decir, un ecosistema que se puede utilizar con actividades recreativas, forestales, pesqueras de conservación y de reproducción de vida silvestre (Sanjurjo, E., y Campos, P. 2011). En ella se puede encontrar que una de las principales actividades es la venta de sus productos alimenticios realizados de forma artesanal, la cual son de gran potencial para turistas que visitan la zona debido al gran sabor que ofrecen sus diferentes productos. Dicha investigación fue realizada en enero del 2010 por Enrique Sanjurjo Rivera y Pablo Campos Palacín.

Otra investigación acerca de los alimentos fue el estudio sobre la evaluación microbiológica y sensorial de las galletas que se comercializan en la ciudad de Tepic con la finalidad de evaluar la calidad de dichas galletas. Las principales que fueron sometidas a prueba fueron galletas elaboradas a base de avena, nuez, con pasas, siete semillas y las galletas orejitas, donde encontraron que las galletas de orejitas y con pasas tenían altos valores de hongos. En cuanto al aspecto sensorial sobre los comensales las galletas de nuez y avena fueron las más aceptadas. Dicha investigación fue realizada por estudiantes de la Universidad Vizcaya de las Américas, Gilberto Mercado, Delier Libier Hernández de la Rosa y José Enrique Jiménez Hernández.

En Nayarit se ha investigado en general el ramo de empresas sin especificar el producto o su proceso de elaboración. Se puede encontrar investigación sobre empresas familiares enfocada en la identificación de perfiles en zonas como el centro de la ciudad de Tepic debido a la gran concentración de negocios que se pueden encontrar sobre diferentes giros. Las investigaciones confirman que en su mayoría son empresas familiares de giro comercial y algunas de ellas con más de 30 años de antigüedad, mismas que en su momento no se ha especificado si tienen un crecimiento notorio. Esta investigación fue publicada en el 2018 por la revista *Edúcate con Ciencia* por Domingo Mariscal Haro, Irma Yolanda Beltrán Gómez, Luz Lilian Beltrán Gómez, José Francisco Haro Beas realizada en la Universidad Autónoma de Nayarit.

Una vez revisadas las publicaciones anteriores se determinó que nuestra investigación se realizará entorno a las unidades familiares que producen alimentos a través de procesos artesanales para responder a la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los procesos que intervienen en la producción de alimentos artesanales de las empresas familiares para impulsar el desarrollo local de Tepic?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar los procesos que intervienen en la producción de alimentos artesanales como estrategia de autoempleo de las unidades familiares que impulsan el desarrollo local de Tepic.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar los factores que influyen en la apertura y permanencia de este tipo de empresas y el nivel de ingresos que generan para los dueños y sus familias.
- Identificar la ventaja competitiva que tienen este tipo de empresas comparados a su competencia.
- Analizar si la permanencia de este tipo de empresas podría constituirse como autoempleo y si el núcleo familiar mantiene una estabilidad económica permanente o constante.
- Identificar cuál es el estatus de formalidad de este tipo de empresas y su contabilización de impacto en el desarrollo económico local.

1.4. Preguntas de investigación

¿Cuál es el estatus de in/formalidad y permanencia de las empresas del segmento de alimentos artesanales en la ciudad de Tepic, Nayarit?

¿Cuál es la percepción de los miembros de la familia de las empresas familiares del segmento de alimentos artesanales en relación al costo/beneficio de su funcionamiento y permanencia productiva?

¿Cuál es el balance que presentan las autoridades fiscales, de salubridad y reglamentos municipales en relación a las empresas en cuestión?

Desde la perspectiva de los consumidores: ¿Cuáles son los factores de consumo que lo guían a consumir productos alimenticios de origen artesanal vs productos industriales?

1.5. Justificación del proyecto de investigación

Algunos factores que destaca la literatura en unidades familiares son “el escaso nivel de emprendimiento y la falta de gestión empresarial” de acuerdo a Quejada Pérez y Ávila Gutiérrez (2016). Para McCann, León-Guerrero y Haley

(2011), Bañegil Palacios, Barroso Martínez y Tato Jiménez (2011), por esta razón los autores destacan la importancia hacia los miembros de las organizaciones familiares en adoptar ciertos procesos empresariales, debido a que, “profesionalizar el manejo de la empresa es dejar de lado los procedimientos intuitivos de gestión familiar y adoptar la planificación y el control del crecimiento aplicando métodos estratégicos”.

Sin embargo, en la ciudad Tepic la situación es distinta, debido a que se han registrado números más altos en relación al emprendimiento, comparado con otras entidades federativas. Esta situación ha sido impulsada por distintos programas sociales desde el gobierno del Estado mexicano. Además, el mismo gobierno a través de sus dependencias de economía y DIF realizan ferias de tradiciones y costumbres en las cuales los emprendedores siempre tienen un lugar privilegiado para exponer y vender sus productos. Otras de las actividades de los emprendedores es participar en ferias y exposiciones fuera del municipio de Tepic. Estas estadísticas se reflejan en la información de SIEM (Sistema de Información Empresarial Mexicano, 2014), donde expone que, del total de empresas registradas (3,463), del sector industrial corresponde a 181, del sector servicio a 693, y con mayor número las empresas de comercio con 2,589 con base al año 2014.

Las unidades familiares han sido investigadas desde diferentes perspectivas: el enfoque antropológico, psicológico y económico, entre otros. A pesar de lo limitados que estamos en la disponibilidad de información sistematizada de las empresas familiares del sector alimenticio en el estado de Nayarit, hemos encontrado algunos artículos y páginas web científicas que nos ayuda a visualizar el contexto en que viven estas unidades, su forma de organización y entender el punto de su permanencia. Cabe destacar que los autores concuerdan con esta información y se puede abarcar una investigación diferente debido a la gran variedad de cualidades que diferencian una de otra.

La presente investigación tiene surgimiento en el estudio de este tema dentro de la Maestría en Desarrollo Económico Local (MDEL) analizando las diferentes actividades que pueden darse en un territorio con la finalidad de provocar el desarrollo en la zona y sustentar dicha información en las teorías económicas que han ayudado a explicar el desarrollo del país comparado con otros países. Dichos temas son impartidos en materias que se complementan con una investigación a realizar sobre temas libres con temática del desarrollo en la localidad o los alrededores, los temas buscan ser originales y que contribuyan al conocimiento de la economía y de las ciencias sociales en general. Por esta razón, la investigación va dirigida para la ciudad de Tepic, Nayarit y en especial a las unidades familiares de producción alimenticia artesanal, encontrando este tema de interés por el surgimiento constante de empresas que realizan productos de esta manera.

El interés del tema de esta investigación se origina por la escasez de investigaciones en el ramo de las empresas familiares, en específico, en la producción artesanal de alimentos y en el grado de informalidad de las organizaciones familiares en la localidad, de acuerdo al INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) mediante la ENOE.

Por otra parte, la interacción de la familia en los negocios puede implicar la creación de diferentes dimensiones que producen recursos y capacidades únicas, aunque las investigaciones sobre las diferencias de los negocios familiares y no familiares suelen estudiarse tomando de referencia la implicación de la familia en los negocios Serrano Bedia, López Fernández, Gómez López, y García Piqueres (2012). Para Molly (2010) la implicación de la familia en los negocios puede tomarse como referencia en dos puntos principales. El primero que el ejecutivo puede o no ser partícipe en la familia y segundo, hace referencia al grado de participación de los miembros de la familia en la organización.

En el caso de las empresas familiares artesanales del segmento de alimentos, su producción artesanal se caracteriza por el procesamiento de productos extraídos de la naturaleza y transformados por mano de obra, presentándolos de una manera natural y más saludables para la sociedad. Sin embargo, la competitividad de las empresas que realizan productos similares tiene conservadores y químicos que son nocivos para la salud y mayormente son elegidos por los consumidores por la facilidad de adquirirlos.

Cabe mencionar que la relación calidad artesanal-industrial, y los precios al consumidor no son las únicas desventajas. Uno de los problemas principales de las empresas familiares es la apertura de canales de comercialización de sus productos. Independientemente de la calidad y mística de los productos que se ofrecen más naturales, estos son más costosos y perecederos, ya que la familia se resiste a utilizar químicos como conservadores. Además, se enfrentan ante la competencia de empresas grandes, puesto que tiende a abarcar el mayor porcentaje del mercado. Un factor importante de estas unidades familiares y que llega a la mentalidad de un porcentaje de los consumidores, es que son el sustento de muchas familias y son partícipes de fluir el dinero en la comunidad. Se mezcla un sentimiento por la nación para el consumo de lo nuestro, sobre todo por los productos de la nostalgia que consumen los nayaritas fuera del estado.

De acuerdo a la publicación más reciente de Camacho y *et al.*, (2019) en relación a los sistemas productivos alimenticios artesanales, donde realizó una revisión de la literatura para exponer la importancia de la producción de alimentos artesanales, considera que los sistemas alimenticios artesanales tienden a ser un eje fundamental en el sustento de la vida (económica, social y cultural), se comprende que podrían ser parte de la construcción, reconstrucción de identidad local y defensa de los territorios, y por ende un elemento importante ante la seguridad alimentaria.

1.6. Hipótesis

Ho: El crecimiento de las empresas familiares establecidas en la ciudad de Tepic Nayarit es debido a la aplicación de sus diferentes conocimientos de tradiciones y experiencias de vida aplicados en sus procesos de venta llegando a un punto intermedio donde el jefe de la organización obtiene para sus gastos sin necesitar un mayor crecimiento en su empresa.

CAPÍTULO II: Aproximación al concepto de desarrollo económico y sus elementos que conforman la industria alimenticia

2.1. Introducción

Dentro de la teoría del liberalismo económico se cree que la economía se mejora dándole paso al mercado, el cual se compone particularmente por la iniciativa privada, empresas autogestionadas o productores independientes. Una economía basada en métodos que involucren a todos los niveles sociales, mayormente a los más desamparados, con un sistema de propiedad privada que conlleva decisiones de producción por iniciativas descentralizadas de los agentes económicos. El supuesto preponderante es que una economía con esas características ayudaría a obtener un nivel superior en términos de eficiencia, de riqueza, y crecimiento (De Vroey, 2009).

De acuerdo al párrafo anterior, el paso libre a las empresas gestionadas por el mismo fundador ayudará al crecimiento de la economía mediante “la mano invisible” como lo denomina Adam Smith. Sin confundirse con la teoría del capitalismo, Smith explica que aun cuando el actor busca su propio interés personal, sin darse cuenta está creando ayuda para otros, creando empleos, mejor calidad para él y para quienes contratan, además de hacer que la economía se mueva mediante el flujo de dinero, sin pensarlo, no sabe que promueve un bienestar:

No es de la benevolencia del carnicero, o panadero de donde obtendremos nuestra cena, sino de su preocupación por sus propios intereses(...) Por regla general, no intenta promover el bienestar público ni sabe cómo está contribuyendo a ello... prefiriendo apoyar la actividad doméstica en vez de la foránea, sólo busca su propia seguridad, y dirigiendo esa actividad de forma que consiga el mayor valor... sólo busca su propia ganancia, y en este como en otros casos está conducido por una mano invisible que promueve un objetivo que no estaba en sus propósitos (Smith, 2015, pág. 28).

Mediante esta frase, Smith explica que la economía liberal se mueve por un ambiente de reglas naturales parecidas a las newtonianas, haciendo referencia a la competencia, estas reglas restringen el comportamiento del agente lo cual provoca que exista un equilibrio involuntario, refiriéndose a una teoría de valor donde el equilibrio juega un papel “pivote” (precio natural de acuerdo a Smith).

Por otra parte, el desarrollo económico evoluciona y se transforma al mismo ritmo de la sociedad, a medida que los países, regiones, ciudades dan soluciones a los nuevos problemas y problemas existentes, en torno a la innovación y el conocimiento que se difunde por las organizaciones económicas y sociales; esto de acuerdo a Adam Smith y los clásicos en el siglo XVIII, cuando estaba en auge la revolución industrial; pero no siempre se ha tenido claro el concepto o la aproximación de las palabras correctas para describir el desarrollo económico.

De acuerdo a las crisis que presentaban los países en vías de desarrollo, se creía que el crecimiento económico podía dar solución a la pobreza como la mera acumulación de trabajo y capital, sin embargo pronto se comprobó que el crecimiento no bastaba y que no se estaban considerando otros elementos importantes que destacan para el análisis como la equidad en la distribución de la renta, los factores institucionales y políticos o la necesidad de un cambio en las estructuras de las economías atrasadas (Escribano, 2010).

Se tomaba al desarrollo económico como el proceso involucrado en el crecimiento y un cambio estructural de las economías. Entendiendo como cambio estructural al cambio de la actividad económica en base a las actividades primarias (pesca, agricultura, ganadería etc.) a otras más productivas enfocándose a la industria y los servicios, tomando mano de obra de las zonas de baja producción como agricultura a otras de mayor productividad como la industria, lo cual favorece el proceso del crecimiento económico. Cabe mencionar

que las instituciones comenzaron a tomar un papel importante dentro del proceso de desarrollo económico dado que actúan como actores sociales (Suárez Estrada, M. 2008).

En años más recientes, el concepto de desarrollo comienza a acercarse a lo individual, a lo humanista tomando énfasis más allá del desarrollo humano, trascendiendo a los indicadores sanitarios y de educación para incluir las capacidades del ser humano para decidir su propio destino, además de la libertad de decisión para desarrollar una vida digna asociándolo a una política de participación, a lo llamado *empowerment* (refiriéndose a la potencialidad de las participaciones de las personas); así mismo el concepto de desarrollo se desplaza de lo nacional y regional a lo local y se considera como agentes a los miembros de una sociedad civil: las comunidades, las familias, las ONG's (Escribano, 2010).

Entender el desarrollo económico puede resultar complicado; sin embargo, se podría describir como la evolución de una sociedad tomando en cuenta los factores necesarios para un análisis correcto en base al territorio y sus potencialidades. Se consideran fundamentales aquellos entes que son partícipes e importantes para que el desarrollo económico se dé en una zona. Se busca como resultado una evolución que no sólo se obtiene mejor calidad de vida, sino, evolución en pensamiento, acciones y soluciones correctas y efectivas ante los problemas existentes y emergentes con una tecnología avanzada cuidando los recursos existentes que son finitos, de acuerdo a (Escribano 2010; Vázquez, 2005 y Albuquerque, 2004).

Figura 1 Modelos de desarrollo: la búsqueda de desarrollo económico



Fuente: Vázquez (2005).

2.2. Desarrollo social por la teoría de las capacidades

Para Sen (1985) el concepto de capacidades, por su visión en las ventajas individuales, buscaba un nuevo punto de vista de este tema iniciado por Rawls en torno a los bienes primarios. Este autor toma las capacidades como un sentido de igualdad al llamarlo “igualdad de capacidad básica” (*basic capability equality*), esto con el fin de evaluar y valorar el bienestar (*Well-being*) hecho que busca desde una perspectiva la habilidad de una persona para hacer actos valiosos; “es argumentable que lo que falta en todo este marco es una noción de capacidades básicas (*basic capabilities*): que una persona sea capaz de hacer ciertas cosas básicas” para llegar a visualizar a las personas con todas las alternativas que pueden llegar a hacer o ser.

Sin embargo, para entender más sobre la igualdad de capacidad básica es necesario saber que métrica utilizan los igualitaristas para medir sobre qué se ha basado su ideal en una comunidad o sociedad. Este autor consideró importante que mediante este punto un igualitarista debe saber para lograr medir el bienestar y la libertad. También deja en claro que su intención es explorar el enfoque particular del bienestar en términos de la habilidad de una persona para hacer actos valiosos.

El aspecto de capacidades es usado para evaluar algunos puntos de bienestar individual, los grupos y la sociedad, así como la desigualdad, la pobreza, la ausencia de desarrollo y la calidad de vida; así como también puede ser usado como una herramienta para diseñar y evaluar políticas públicas de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales.

Si bien, la teoría de las capacidades ofrece ser una herramienta o marco normativo para elevar los problemas sociales antes mencionados Robeyns (2005); se mencionaba anteriormente que su énfasis es en la evaluación de lo que el sujeto puede hacer o ser, todo esto en busca de promover que tenga una mayor libertad de vivir el tipo de vida con muchas razones para valorar Urquijo Angarita (2014).

Desde el punto de vista de Sen (1985) la vida es percibida como un conjunto de funcionamientos que se encuentran relacionados entre sí, consistentes en emociones y acciones; al conjunto de funcionamientos es considerado de manera importante para la realización de una persona, es decir, se puede entender su realización como la suma de sus funcionamientos puesto que estos aspectos son características de su existencia o su identidad, logrando así reflejar lo que el sujeto puede hacer o ser.

Existen dos tipos de funcionamientos; los funcionamientos simples y complejos. El primero son aquellos más elementales, como la función de alimentarse de una manera adecuada, tener buena salud, no tener enfermedades graves entre otros, para los funcionamientos complejos tiene una mayor dificultad para alcanzarlos, pero no son imposibles, como el ser feliz, tener dignidad y lograr estar activos en la vida de la comunidad entre otros, es decir se entiende como funcionamiento a una actividad, un logro o estado deseable; el autor hace referencia al funcionamiento a aquello que el sujeto expresa mediante su logro de alcanzar algo, si bien, es visto desde la perspectiva como un logro individual.

La teoría de las capacidades menciona a los funcionamientos porque resalta la importancia de ellos al describir que según cada persona con sus diferentes contextos en los que interactúan, algunos adquieren mayor valoración

que otros, es decir, los conjuntos de funcionamientos hacen referencia a la capacidad de las personas o el sujeto de adquirir aquellas cosas que valora. Estos funcionamientos son importantes para la evaluación del bienestar porque refleja una parte del estado de una persona, es decir, su bienestar.

Para Sen (1985) es importante identificar lo que los bienes pueden ayudar, ya que son usados para alcanzar un funcionamiento de utilidad, es decir, lo que un bien puede prestar. También es necesario identificar la felicidad que pueden generar por ese funcionamiento, por ejemplo, tener unos patines es diferente a la felicidad que puede causar al patinar o salir de paseo con los patines, de esta manera se distingue el pasear con ellos que sólo tenerlos. Las dos características principales de los funcionamientos son: el tener un bien entre sus acciones o características de éste y tener utilidad en forma de felicidad como resultado de los funcionamientos.

El enfoque desarrollado por el autor tiene dos características; el primero el nivel de la realización del bienestar, el cual se evalúa por los funcionamientos y segundo, el de las posibilidades o bienestar factible, el cual se evalúa por las capacidades, es decir, es cómo se compararán los aprovechamiento y oportunidades de una persona, pero también los bienes por su parte son necesarios para el desarrollo y mantenimiento de algunas capacidades, por ejemplo si se toma una capacidad como mantenerse vivo, será de utilidad que se usen los bienes como alimentos, vivienda y medicina, o en otro caso más complicado como la interacción social como capacidad, se requerirá de espacios públicos, de educación, transporte entre otras Urquijo Angarita (2014).

Si bien, la teoría de las capacidades busca la evaluación del bienestar; en donde esta evaluación destaca la habilidad real de una persona para alcanzar funcionamientos de gran valor siendo parte de su vida, diferenciándolo de la utilidad como aspecto que puede utilizarse con otras fuentes de información. Este conjunto de funcionamientos individuales constituye una parte importante de base de la evaluación para el sujeto como para la evaluación de instituciones sociales, políticas y públicas. En este aspecto el autor percibe de manera

diferente con tomarlo del enfoque utilitarista ya que el bienestar lo basa únicamente en la utilidad personal centrándose en los placeres, la felicidad o el deseo de realización.

2.2.1. Capital social como un sujeto en las redes relacionales

Probablemente el sociólogo Bourdieu (2000) fue uno de los primeros autores en explicar el significado de capital social, definiéndolo como “la totalidad de los recursos potenciales o actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos”; desde este enfoque el capital social puede describirse como un medio al cual es posible acceder a otros tipos de capital, a sea humano, cultural y financiero.

En esta definición dada por el autor se destacan aspectos importantes como la utilización de “recurso”, “posesión” y “reconocimiento” debido a que no se trata sólo de un enfoque instrumental sino, que también puede darle importancia al enfoque económico dentro del desarrollo, para efectos de explicar este tema se tomará la importancia que también resalta al mencionar al capital social como un recurso humano.

Por otra parte, el teórico Coleman (1988), uno de los más importantes en la explicación del concepto enfoque, explica desde su punto de vista que el capital social es:

“una diversidad de entidades con dos elementos en común: todas están formadas por algún aspecto de una estructura social y facilitan ciertas acciones de individuos que se hallan dentro de la estructura [...] El valor del concepto de capital social descansa en el hecho de que identifica ciertos aspectos de la estructura social por sus funciones [...] los actores establecen relaciones intencionadamente y continúan en ellas cuando siguen proveyéndoles beneficios” (Coleman, 1988).

Por ende, podría decirse que el capital social tiene integración social, una red de contactos, cooperación, reciprocidad y es colectivo en cuanto a actos, reglas o normas colectivas, esto puede darse si existe lazos fuertes que garantizan el respeto entre todos, estimulando el mayor aumento de confianza y reciprocidad en las relaciones. En esta segunda definición se resalta la estructura social y las relaciones sociales como elementos claves para la aproximación del capital social Esparcia, Escribano y Serran (2016).

Siguiendo la contextualización del capital social Putnam (1993) tomando como referencia a Coleman y ampliando la explicación para inferirse a la teoría del capital social, agrega a la definición “aspectos de la organización social tales como confianza, normas y redes que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad al facilitar la acción coordinada” por lo que refuerza que las comunidades con alto nivel de empatía tendrían capacidades de cooperación para armar redes y sinergia dentro de ellas.

Para este autor, la confianza, las redes sociales, la reciprocidad y principalmente el compromiso cívico pueden explicar por qué algunas comunidades logran tener un mayor desarrollo económico y social que otras. Tomando en cuenta que en esta definición es necesario resaltar, que el “compromiso cívico”, está visto, desde el desarrollo económico y “sinergia” a activo social. La importancia que Putnam (1993) le brinda al compromiso cívico es por el enfoque hacia a las asociaciones voluntarias, si bien, una asociación voluntaria a una comunidad que está dispuesta a tener confianza, solidaridad y manifestar interés sobre actos públicos.

Tomando como referencia los anteriores conceptos se puede definir que el capital social se conforma de aspectos de estructura en cuanto a las redes de relaciones, aspectos cognitivos enfocados a las normas y los valores y aspectos de relación, enfocados a la confianza existente entre los miembros Pena López y Sánchez Santos (2017). En el caso de la empresa familiar, la empresa en sí es una red, al igual que la familia que la conforma y a su vez se integra una red más grande conformada por los integrantes con aspectos de comunidad.

Dentro del aspecto cognitivo comprende al lenguaje, a una historia y una cultura llena de valores, tradiciones, reglas sociales de reciprocidad, actividades de cooperación mutua, que facilitan la comunicación dentro de una comunidad, o en este caso dentro de las partes que integran una empresa familiar. Y por su parte, el aspecto relacional se refiere a la confianza ya sea individual o general, entre los miembros que conforman la comunidad social, que en efectos del tema a tratar se conforma en la familia.

Es decir, para cada uno de ellos el sujeto del capital social es distinto, la clase social para Bourdieu (2000), la estructura social (funcional y relacional) para Coleman (1988) y el colectivo (grupo, asociaciones y territorios) para Putnam (1993); en algunos aspectos la consideración del capital social también es diferente, como un instrumento para alcanzar los fines para Bourdieu y Coleman, o como un fin en sí mismo, sin embargo, para Putnam, es visto en tanto que elevados niveles de capital social son un bien para la sociedad, contribuyendo activamente de manera democrática.

Dentro de las aportaciones del contexto de capital social existe un denominador común, en primera instancia, la estructura de relaciones, interacciones y redes, a lo que se denomina componente formal; en segunda, el lugar de contenido de esas relaciones (beneficios), como la confianza mutua, los mecanismos de solidaridad, la reciprocidad y un sistema de valores y/o normas compartidas. Si bien, antes se mencionaban las diferencias entre los aportes por cada autor, siendo el colectivo el común denominador; fue el autor Putnam (1993) quien incluyó la parte de instituciones, asociaciones u organizaciones que pueden tener carácter formal, o en su mayoría, informal. Aunque también se destaca el territorio de manera fundamental por ser parte de la relación entre el capital social y los procesos de desarrollo local.

De igual manera, Putnam (1993) es el primero en relacionar el capital social con el desarrollo económico, explicado dentro de su trabajo sobre las diferencias económicas de la región del sur y norte de Italia, lo cual ayudaría a entender la cohesión social, así como la capacidad de los diferentes actores o

agentes para trabajar de manera coordinada hacia una misma dirección, por lo que se refiere a los mismos términos han tenido gran influencia dentro de los temas de Economía regional o geografía, esto a partir de introducir la variable de territorio como un elemento activo del desarrollo y también al capital social al mencionarlo como una característica del territorio y un elemento dentro de los procesos de desarrollo local.

En el contexto anterior, enfocado en las relaciones y las redes de relaciones de naturaleza económica, social, religiosa, cultural son vistas desde la perspectiva del capital social, tomando en cuenta las normas comunes de confianza entre los miembros o valores u objetivos compartidos; así pues, las relaciones determinarían el stock del capital social y los cambios que pudieran surgir y por ende, el componente racional tiene influencia directa en los procesos de desarrollo de los territorios y en su evolución.

Dentro del capital se pueden encontrar tres tipos la cohesión social (*Bonding*), la vinculación social (*Bridging*) y la integración social (*Linking*). En ellas se pueden encontrar relaciones flexibles y cambiantes; algunas son internas o externas. En el capital social *Bonding* está basado en las relaciones individuales con características similares o pertenecientes a un mismo territorio, es decir, internas a su colectivo o territorio. Para el capital social *Bridging* como el *Linking* se basan en las relaciones entre los sujetos con características diferentes o que pertenecen a colectivos o territorios diferentes, es decir, que no pertenecen al colectivo o territorio donde se encuentran Lozares, López Roldán, Verd, y Marti, (2013).

Una de las diferencias del capital social *Linking* tiene un componente perteneciente de manera jerárquica con relación al proceso de desarrollo, lo cual suele tener relaciones con las instituciones, aunque se puede encontrar asociado más al prestigio o poder al referirnos a la dimensión social donde interactúan los sujetos; con frecuencia se suele utilizar conjuntamente al capital social *bridging* y *linking* debido a que comparten el estar basados en relaciones con individuos

diferentes (relaciones externas) diferenciándolos al capital *bonding* por tener relaciones internas.

El capital social *bonding* es importante para el colectivo en conjunto, las relaciones de los sujetos, así como también lo es *bridging* para los colectivos o territorios diferente siempre y cuando se permita intermediación entre puentes y colectivos lo que hace que se faciliten las alianzas exógenas y el acceso al recurso de los que no disponen el colectivo, los cuales pueden no ser accesibles en el capital social *bonding*, mientras que el capital social *bridging* aun sin tener conexiones fuertes los contactos externos son una fuente de recursos Lin (1999), por lo que está presente en gran parte de las etapas de las relaciones sociales y en los procesos de desarrollo local (Buciega y Esparcia, 2013).

Si bien, los sujetos con alto capital social *bridging* y/o *linking* pueden desarrollar lugares de poder ante el colectivo o territorio, siempre y cuando sean influyentes decisivamente en el control de los canales de información, esto son un tipo de poder en la red social, sin embargo, no la única. Para Granovetter (1973) hablaba sobre los lazos débiles refiriéndose aquellos actores que estaban poco conectados con la red social, por lo que ya lo llamaba otra forma de poder, este tipo de situaciones son comunes en las redes sociales de los territorios.

2.2.2. El papel del actor local en la dimensión social

Las iniciativas de desarrollo económico local surgieron en los países pobres y menos desarrollados ante acciones para contrarrestar la globalización y el desarrollo tardío ajustando las actividades hacia las potencialidades de la zona local. El proceso incluye el aprovechamiento de los saberes locales y enfocados en la creación de empresas pequeñas con productos extraídos de la naturaleza, elaborados de forma artesanal y servicios básicos. Las actividades fueron realizadas por la sociedad donde los actores locales tomaron papeles tanto de empresarios como de proveedores para reactivar este tipo de mercado.

La estrategia de desarrollo local fue aplicada de acuerdo a las características y funcionalidades de acuerdo a la zona. Se parte del conocimiento

de cada territorio ya que se identifican diferencias con potencialidades distintas y características únicas tanto en clima como en cultura. Además, existen capacidades temporales de los actores, empresas y sociedad ya que estas cambian de acuerdo a la visualización de sus habitantes y a la creación de nuevas políticas (Vázquez Barquero, 2009).

Si bien el actor local es importante para los procesos de desarrollo debido a que es el factor activo que ocasiona una consecuencia para bien o para mal dentro del territorio a donde pertenece. Se entiende como actor local a un individuo, un grupo y/o institución donde su sistema de interacción coincide en intereses o limitantes con la sociedad local (Arocena, 2002). Su visión del actor se relaciona en un espacio donde interactúa y todo depende del nivel de acción que tenga en su entorno, donde expresa que es el motor del desarrollo local movido por intereses, prioridades o metas a fines a otros actores de la zona; dejando definido que protagonista en el cambio político, económico, social y cultural donde expresan propuestas que ayudan a potencializar su zona.

La definición dada por Arocena cumple las exigencias expuestas por Bourdieu (1998) al comentar que el agente exhibe al sujeto o individuo como un reproductor de prácticas y como un operador mientras que al actor local le da el valor sobre las limitantes de su decisión y acción dando mayor autonomía de opinión, vinculación y gestión, con lo que se piensa como alguien capaz de crear o innovar en un punto de acción. En esta misma línea García E. (2007) complementa los puntos anteriores, puntualizando que el actor local es un individuo o colectivo siendo parte de los procesos y contextos del desarrollo con sus intereses, motivaciones, percepciones, tradiciones y creencias, siendo capaz de poseer y disponer para participar y organizar, dispuesto a ayudar en resolver problemas y en la construcción de consensos; capaz de construir y crearse criterios sobre realidades y problemas a lo que resulta una identidad propia en pensamiento y acción siendo responsable de sus actos.

Para esta investigación el actor es tomado con los puntos anteriores, un individuo capaz, responsable, libre de pensamiento y criterio propio el cual puede

provocar un cambio en su entorno a través del motor de la acción de manera colectiva como individual con intereses y/o motivaciones que lo llevan a ser parte del desarrollo de manera protagónica.

Desde las zonas del desarrollo territorial el actor es definido como el conocimiento relacional distribuido en un territorio desde el punto de vista del individuo, siendo protagónicos los actores locales con conocimientos en lo cultural, ambiental, urbano y con relaciones humanas, sus intereses, motivaciones y habilidades para llegar a transformar el territorio (Delgado Barrios, 2018). La visión de los sujetos en su pensamiento-acción se destaca como un principal factor de desarrollo, pero no sólo como fuerza en acción, es además, por su habilidad de convivir en armonía, tanto con valores que han pasado de generación en generación dentro de su historia personal, con la cultura, la naturaleza y con otros sujetos con similitudes o diferencias entre gustos, esto con habilidad de interpretar realidades y transformarlas, por su ética de sustentabilidad y su gusto por querer la armonía entre la naturaleza y las acciones de los hombres, teniendo habilidades y competencias.

2.3. Desde el desarrollo económico local y el desarrollo sostenible

Cuando se piensa en desarrollo, suele pensarse en aumento de tecnología, mayores industrias, un país creciente en el aspecto económico, un lugar con vanguardia tecnológica, sin embargo, hablar de desarrollo suele ser más complejo e involucra todos los aspectos según el tipo de desarrollo que se trate, pero para el desarrollo económico no solo suele tratarse de un aumento de dinero en el país, tiene una importancia en términos de empleo y territorio (Albuquerque, 2004) vistas como estrategias de desarrollo “desde arriba”.

Pero existen otras estrategias de desarrollo denominadas “desde abajo” con factores que podrían definirlo no solo económico, sino, también sociales, culturales y territoriales. Regularmente el desarrollo de aspecto local es basado en recursos endógenos y realizados por empresas pequeñas; su surgimiento ha sido sin apoyo político o administrativo, su aparición en las iniciativas de

desarrollo económico local ha sido efectuadas por agentes territoriales esenciales, mediante la combinación de esfuerzos diversos (Vázquez Barquero, 1988).

Para los actores socioeconómicos locales (gobiernos, provinciales y municipales, asociaciones de empresarios, entidades financieras, centro de consultoría para empresas, universidades e institutos, entre otros), de acuerdo con Albuquerque, es importante el apoyo conjunto de estrategias con el fin de incorporar nuevas tecnologías en el ámbito empresarial y producción local. Para Albuquerque (2004) los equilibrios macroeconómicos no son suficientes para que el desarrollo económico se dé, menciona que también es necesario tener la capacidad de lograr introducir innovación tecnológica, gerenciales y organizativas en el nivel microeconómico (tomando a nivel pequeño, hablando a nivel país o estado) de la actividad productiva y el ámbito empresarial territorial, sin embargo, también hace referencia que son necesarias las intervenciones a nivel meso económico, es decir, que en conjunto con el sector público, los agentes privados empresariales y la sociedad local deben de tener la habilidad de generar estrategias para el fortalecimiento o nacimiento de instituciones en lo político-administrativo que fomenten y respalden el desarrollo local.

Por su parte las teorías y políticas de desarrollo vistos “desde arriba” se basa en el crecimiento cuantitativo y el aumento del PIB (Producto Interno Bruto) como guías para que el desarrollo se dé, a diferencia de las estrategias de desarrollo local que busca en su mayor importancia y preocupación por una mejor calidad de vida, el satisfacer las necesidades básicas, en el mejor empleo, ingreso, así como también el cuidado y la permanencia de los recursos naturales y el medio ambiente. Es necesario la participación activa en el desarrollo local, la activación de los recursos propios, la participación constante de las entidades federativas locales, de las instituciones que promueven el crecimiento, y por supuesto la adaptación de las tecnologías e innovaciones en torno al control del proceso de desarrollo por parte de los actores locales.

Para confirmar e identificar las diferencias de los puntos de vista de desarrollo vistos “desde arriba” y “desde abajo” se encuentran: en el enfoque “visto desde arriba” busca el crecimiento del PIB, el aumento del empleo depende del ritmo del crecimiento económico; para las estrategias de apoyo externo este enfoque se basa en inversiones extranjeras, ayuda del exterior, fondos de compensación territorial y subsidio sociales. Por su parte el enfoque visto “desde abajo” se basa en satisfacer las necesidades básicas, en la calidad de vida, en un mejor empleo y relaciones laborales, accesos de activos (tierra, crédito, formación, etc), una mejora en distribución del ingreso y sustentabilidad ambiental. Mientras que para potencializar los recursos endógenos y aprovechar las oportunidades externas menciona la articulación de los sistemas productivos locales, una mejora de la vinculación empresarial, fomento a la creación de nuevas empresas y un control adecuado del proceso de desarrollo de los actores locales; es decir el desarrollo local busca el fortalecimiento de gobiernos locales y los diseños territoriales de las políticas de fomento productivo y su importancia de que las cosas sucedan a través del actor (Albuquerque, 2004).

Por otro lado, el desarrollo económico y crecimiento económico son dos términos diferentes, que en ocasiones pueden llegar a confundirse y tratar de entenderlos de manera errónea. El crecimiento económico se refiere al aumento cuantitativo de riqueza del producto per cápita de cada país, es decir, los ingresos que se estiman en promedio de la población en una determinada zona o región. Mientras que el desarrollo se enfoca en la alta mejora de aspectos cualitativos en la economía como una mejor división de trabajo, el aumento de aspecto tecnológico, una responsable utilización de los recursos naturales y el capital, si bien, el desarrollo en aspectos cualitativos está enfocado en una mejora de calidad de vida en donde se incluyen puntos no económicos que generan un desarrollo.

El desarrollo económico, consiste en crear -dentro de una economía local o regional- la capacidad necesaria para hacer frente a los retos y oportunidades que pueden presentarse en una situación de rápido cambio económico, tecnológico y social. No se trata sólo de un simple incremento de la actividad y productividad económica, sino que

viene acompañado de transformaciones estructurales; el proceso implica profundas modificaciones y sus estructuras evolucionan hacia formas superiores (García Docampo, 2007, pág. 23).

Dentro de los procesos y cambios fluctuantes en las economías locales, la aplicación de teorías, la consecuencia positiva o negativa que dejaba esa aplicación y los múltiples cambios que se les daban a los conceptos antes mencionados dan apertura a nuevos conceptos y propuestas que caracterizan al modelo endógeno mismo que han sido definidos modelos “desde abajo”. Si bien, este concepto está sobre la línea de Alburquerque (2004), aunque también es visualizado por Garofoli (2009) en el mismo sentido, refiriéndose a un replanteamiento del modelo económico que es observado desde la perspectiva de lo “local” como un punto o aspecto centrado para su análisis.

El enfoque endógeno o modelo endógeno consiste en la explotación y aprovechamiento de los recursos existentes en una zona o territorio y potencialidades de ésta, dando pauta al punto de estudio como un desarrollo centrado en lo local; "El desarrollo endógeno implica la capacidad para transformar el sistema socioeconómico; la habilidad para reaccionar a los desafíos externos; la promoción de aprendizaje social; y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local. Es un proceso de crecimiento económico y cambio estructural" (Garofoli, 2009, pág. 233).

Mientras que, por su parte, Vázquez Barquero (1999) menciona que: "el desarrollo endógeno puede entenderse como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural, liderado por la comunidad local utilizando el potencial de desarrollo, que conduce a la mejora del nivel de vida de la población local". Dentro de su definición existen dos factores que ocasionan confusión, el primero, el papel de las empresas pequeñas y medianas tienen a la organización de la producción de los sistemas locales de empresas, y el segundo, el valor importante de los recursos locales en los procesos productivos. Es decir, en cuanto al primero argumenta que lo esencial para el crecimiento económico no es la extensión de las empresas sino la formación que se da entre las redes y

sistemas de empresas en las cuales se puede obtener economías de escala, haciendo bajar el costo de las transacciones. Y el segundo, lo importante del desarrollo endógeno es saber aprovechar los recursos independientemente de su origen, tanto interno o externo.

Por ello, podemos decir, que el desarrollo endógeno es un proceso de crecimiento y cambios estructurales en donde se encuentra en constante formación de redes entre los actores locales, sus actividades económicas, el constante crecimiento de conocimiento dentro de su sistema sociocultural que son determinados por las etapas o procesos de cambio que fluctúan en su entorno. En este proceso se incluyen aspectos del territorio de acuerdo a las características y capacidades de la zona; tomando en cuenta al actor local como uno de los principales motores para generar el cambio.

El inicio del desarrollo de cualquier zona tendrá como pautas el conjunto de recursos económicos, humanos, culturales e institucionales que ayuden al crecimiento de su potencial de desarrollo, es decir, las pequeñas y medianas empresas las que con su flexibilidad y su capacidad empresarial y organizativas están llamadas a jugar un papel protagónico en los procesos de desarrollo endógeno (Vázquez Barquero, 1999). Además, menciona "la capacidad de las comunidades locales de liderar su propio proceso de desarrollo, unido a la movilidad de su potencial de desarrollo, es lo que permite dar a esta forma de desarrollo el calificativo de desarrollo endógeno" (Vázquez Barquero, 2005).

2.3.1. Producción y consumo responsable

En la actualidad la preocupación por el medio ambiente se ha elevado debido a los cambios climáticos existentes a lo largo del tiempo donde se ha intentado preservar la vida humana mediante cambios en las formas de producir y consumir más amigables. La preocupación es evidente para conocer y aplicar las medidas adecuadas para retardar o parar la contaminación en todas sus formas. Por ejemplo, la pérdida de peces debido a la gran cantidad de basura que se encuentra en los ríos, mares y lagos, la pérdida de la biodiversidad en los

bosques y selvas provocando la aceleración de los daños que se encuentran en la tierra y por ende afectando el desarrollo humano.

Pero no siempre fue un planeta con altos índices de contaminación, en la época de la evolución del hombre cuando intentaba desarrollarse, su forma de percibir su alrededor era cuidar su medio ambiente, mismo que podría extraer materiales para su alimentación, como para su trabajo. Al paso del tiempo su evolución comenzó a desenvolver habilidades de pensamiento y acción donde podía aprovechar las potencialidades que le pudiera generar la tierra que incluso aun no trabaja, plantas medicinales, arboles fructuosos, semillas entre otros, o bien, las riquezas de los recursos naturales que podía utilizar sin dañar su alrededor en su forma de extracción.

Conforme el tiempo avanza y las etapas del hombre evolucionan y se encuentra en busca del desarrollo donde su evolución trae consigo nuevos conocimientos donde aprende nuevas formas de mejorar su calidad de vida, misma que al multiplicarse se transmiten de generación en generación. Sin embargo, al llegar a la época actual donde después del trueque existe el cambio de mercancías por dinero, su forma de desarrollarse cambia de manera que su calidad de vida se centra en obtener más recurso para desenvolverse.

Si bien los comienzos de las industrias fueron reconocidos como actualizaciones en las zonas donde aparecieron debido al gran volumen de mercancías que podían otorgar al lugar donde eran producidas, la evolución siguió a pasos más acelerados mismos que también fueron llevando a la explotación del entorno. No obstante, los efectos dañinos no sólo son causados por las industrias, también se tiene empresas con pensamientos capitalistas que se unen o van junto con las políticas que se elaboran en los estados para elevar la producción y consumo para el aumento de su economía permitiendo establecer un desarrollo más estable y un poderío desde lo social a lo individualista (Arias, 2016); además el alto consumo y sobre todo la contaminación ambiental es provocada por las empresas transnacionales por los altos índices de producción

y comercialización, la falta de cultura ambiental en las poblaciones y el uso excesivo de recursos y bienes naturales.

Gracias a las experiencias pasadas, los países se han preocupado por sus actividades y la armonía al medio ambiente donde sus acciones se ven reflejadas en políticas que obligan a las empresas a ser socialmente responsables y dejar de lado la acción individualista. A nivel global se han propuesto objetivos para reducir la contaminación y promoviendo una cultura de cuidado y responsabilidad tanto a empresarios como a toda población, mismos que se ven reflejados en la agenda 2030 propuesta por los representantes de los países, donde se pretende alcanzar una mejor calidad de vida para todos mediante 17 objetivos que se persiguen en la mayoría de los países, mismos que son bajados a los estados y posteriormente a cada ciudad.

2.4. La producción de alimentos artesanales como tendencia.

En la apertura de las economías, las empresas familiares (EF) han sido un factor significativo de desarrollo y crecimiento en los países en vías de desarrollo. De acuerdo con Leach (2002), en Bañegil Palacios, Barroso Martínez y Tato Jiménez (2011), “la empresa familiar es una organización social de gran complejidad, donde conviven la empresa y la familia, entes que se desempeñan como dos subsistemas superpuestos, interdependientes y generadores de conflicto”. Además de que los autores para definirlo se centran en elementos principales como propiedad, dirección y continuidad, es decir, la propiedad se toma desde el porcentaje que pertenece a cada miembro de la familia, en el cual puede ser de uno o más personas; mientras que la dirección se enfoca sobre la forma de guiar la empresa hacia la meta o actividad diaria, y la continuidad sobre el traspaso de conocimientos y saberes a la generación siguiente para la preservación de la empresa.

En su modo operativo, de acuerdo con Lozano Posso (2000), la empresa familiar también puede definirse como un tipo de unidad empresarial que suele operar a partir de la disponibilidad de capital y trabajo de origen familiar o

doméstico, y en la cual las relaciones laborales presentan elementos diferenciadores con respecto a otro tipo de organizaciones empresariales. Para otros autores, la definición de la empresa familiar es aquella que tiene decisiones a cargo principalmente o por mayoría de votos en la familia incluyendo al dueño, quien busca preservar las ganancias para futuras generaciones, enseñando a quedarse y junto con él preservar los valores y costumbres ya establecidos.

Las organizaciones de este tipo tienen gran importancia dentro de la realidad socioeconómica de cualquier país, ya que se constituyen en un agente activo en la regeneración de la estructura económica regional (López, 2003). Por ello existe abundante información acerca del concepto y formas de organización, así como también se habla del gran impacto que tiene por la generación de riquezas y empleo, por sus fortalezas, alto compromiso, esfuerzo, valores familiares y transmisión de conocimientos. Sin embargo, todas las categorías antes mencionadas pueden elevarse a partir de planes estratégicos y acuerdos de cooperación que permitan sobreponer las dificultades que se presenten en torno a la globalización.

Para Chrisman (2005), expone que no existe un acuerdo entre los teóricos para la definición puntual de empresa familiar debido a la ambigüedad teórica de las organizaciones, sin embargo, se centra su concepción en tres rangos: 1. La propiedad, 2. La empresa y 3. La familia. Entre lo más estudiado acerca de las empresas familiares es el concepto de *familiness* (modelo basado en la teoría de capacidades y recursos) explica que los negocios de tipo familiar progresan debido a las ventajas competitivas que tienen debido a su cultura empresarial la cual promueve los valores, tales como el compromiso, la confianza, la pertinencia, el espíritu emprendedor, la flexibilidad administrativa, la eficacia en la toma de decisiones, el trabajo en equipo, el empoderamiento y el sacrificio.

Cuadro 2 *Conceptos sobre empresa familiar*

AUTOR	DEFINICIÓN
Handler (1994)	Una organización en la que las principales decisiones operativas y los planes de sucesión en la dirección están influidos por los miembros de la familia que forman parte de dirección.
Gersick, Davis, Mc Collon y Lansberg (1997)	Aquella organización en la cual la propiedad de los medios instrumentales o la dirección se hallan en manos de un grupo humano entre cuyos miembros existe relación familiar.
Calavia (1998)	Es aquella cuya propiedad total o más significativa pertenece a uno o varios propietarios unidos por lazos familiares y alguno de sus miembros participa en los órganos de gobierno y dirección, cuyo funcionamiento está sometido a unos determinados principios o cultura con la clara intencionalidad de ser transmitida a las siguientes generaciones.
Grabinsky y Steider (2000), citado por Vélez et al. (2008)	Es aquella cuya propiedad, dirección y control de las operaciones está en manos de una familia, quienes toman las decisiones básicas estratégicas y operativas y asumen por completo la responsabilidad de sus acciones.
Davis y Harveston (2001)	La interacción entre empresa y familia establece el carácter básico de estas organizaciones y define su singularidad.
Gutiérrez (2002)	Un grupo de personas, unidas en su mayoría por lazos de sangre, aunque no necesariamente, y de amistad, que comparten unos valores comunes, en busca siempre del bien de la empresa y de la familia.
Belausteguigoitia(2003)	Es una organización controlada (propiedad) por una familia, donde dos o más miembros de ella trabajan activamente en esa organización.
Esparza (2009)	Empresa donde más del 50 % del capital es propiedad de la familia y los puestos de dirección los ocupa al menos un representante familiar.
Suárez (2010)	Organización con modelo tridimensional: familia, empresa y propiedad.

Fuente: Quejada y Ávila (2016).

En el marco actual de la producción de alimentos existe un modelo predominante en la agricultura en los países desarrollados y subdesarrollados denominada economía agroalimentaria. Este modelo establece aspectos de diferenciación desde la perspectiva de producción de alimentos entre la calidad de las materias primas de los agricultores y la industria agroalimentaria de transformación que busca satisfacer al consumidor con el acceso del producto más directo y de mejor calidad, al mejor precio posible (Persiva, 1997).

Estos aspectos que destacan la calidad del producto por aquellas unidades que transforman la materia prima, suelen tener un valor único para aquellos que se elaboran de manera artesanal, aspectos que se entienden como: producto de tierra, típicos y de calidad. Los factores específicos de la calidad particular de estos alimentos son descritos por puntos de especificidad como la condición de producción, su zona geográfica y a la tipicidad: toda característica objetiva o subjetiva que hace relación al alimento artesanal (Lagrange, Hervé, y Trognon, 2000).

La tipicidad consta de cotejar aspectos cualitativos como sabor, presentación y consistencia encontrados en producto artesanal; es decir, su características esenciales que suelen destacarse de los productos comerciales elaborados a base de químicos para su duración, al hablar de tipicidad se habla de tres dimensiones, la primera corresponde a las características del producto final, refiriéndose a la presentación del producto, y la composición química que resulta de la combinación de productos para el resultado final.

En la dimensión segunda se refiere a las prácticas ligadas a la producción de la materia primas, es decir, la forma de extracción y la elaboración del producto, por ejemplo, si es alimento de granja, se puede referir a donde se extrae la leche para el queso, otra puede ser la tierra de donde se extrae la fruta o verdura para la conserva, este punto tiene que ver con la calidad integral. Y, por último, la representación sociocultural de un producto por parte de los productores y consumidores, refiriéndose al valor agregado de prestigio y reputación que puede darse en el producto (Marescotti, 2006).

Desde el punto de vista comercial, la producción puede darse en circuitos cortos de distribución, del productor al consumidor tratándose de intercambio rural-urbano o bien, en la misma zona rural vendedor-consumidor. Esto lleva a tener un canal directo sin intermediarios, aunque en ocasiones en las zonas urbanas puede existir un intermediario debido a la conveniencia del productor o vendedor para hacerlo llegar al consumidor, por ejemplo, una tienda artesanal

que conjunta varios productos elaborados artesanales para ofrecerle una variedad al cliente (Persiva, 1997).

Por otra parte, para la interpretación del concepto de “artesanal” como cualidad a un objeto se expresa en diferentes dimensiones; en las ciencias sociales y las humanidades. Puede ser abordado en política, cultura, en lo social o étnico o simplemente referirnos a un objeto en el ámbito estético; se deriva de la acción de elaborar un objeto con esfuerzo manual, se excluye netamente los procesos industriales en los pasos de su creación que infieren en la economía y desarrollo social del hombre que elabora artesanías.

En el caso de los alimentos artesanales, las limitaciones del enfoque esteticista son aún mayores dadas las características perecederas de los productos. Se cuestiona, incluso, la posibilidad de considerarlos artesanías por la dificultad de identificar en ellos valores perdurables en el tiempo semejantes a otras creaciones humanas. Más aún, cuando se asume esta posibilidad, se sobreestiman los valores hedónicos de sus propiedades organolépticas; es decir, en este tipo de productos, persiste el sesgo estético que se da en otro tipo de artesanías para su caracterización, (Camacho Vera, Cervantes Escoto, Cesín Vargas, y Palacios Rangel, 2019) como bolsas, collares, huaraches, pulseras, objetos de adorno hechos con chaquira, entre otros.

La palabra artesanal ha sido referenciada en ocasiones de manera errónea para la producción de alimentos, puesto que actualmente existen productos que han suplantado la producción artesanal ofreciendo artículos similares; por ejemplo, el queso Cotija, la panela, las mermeladas, los dulces refinados etc. Por tal motivo, la discusión sobre la naturaleza del alimento artesanal se vuelve pertinente dado que, en los últimos años se han dado procesos de revaloración de productos artesanales (Camacho Vera, Cervantes Escoto, Cesín Vargas, y Palacios Rangel, 2019).

En el ámbito del turismo, la actividad de producción artesanal en algunas zonas se ha vuelto una forma de sustento y desarrollo social que disponen de turismo frecuente como por ejemplo San Blas, Nayarit, donde se puede encontrar

pan casero de distintos sabores, mango u otra fruta deshidratada de la región, empaquetada en bolsas con etiquetas de cartón, galletas, flanes, mermeladas, etc. productos que logran ser identidad del lugar y reconocidos por visitantes locales y extranjeros.

Pero también en otros municipios de Nayarit se puede encontrar la producción artesanal en ferias de emprendedores, donde la principal actividad que se lleva a cabo es la exhibición de productos locales con precio al público, tal como lo es Compostela y la capital Tepic, organizadas por la misma red de comerciantes para exponer sus productos o inicio de un negocio, para preservar tradiciones o bien celebraciones de sus costumbres religiosas, regularmente este tipo de actividades son conocidas como fechas festivas celebradas cada año.

Las empresas de producción artesanal se estima que son en su mayoría de negocios familiares que se conforman administrativamente por el encargado de la familia como el actuario o responsable de la empresa, siendo los demás miembros de la familia parte del equipo con una cultura y tradicionalismo diferente a las empresas establecidas sin relación familiar. “Una Empresa Familiar (EF) es una organización envuelta por culturas trascendentes y complejas, pues combina atributos de la familia propietaria y de la empresa” (Belausteguigoitia, I.,2004).

En general se suele asociar a las empresas familiares con las empresas pequeñas y poco profesionalizadas; pero en realidad lo que las define no es su tamaño ni calidad de gestión directiva, sino el hecho de que la propiedad y la dirección estén en manos de uno o más miembros de un mismo grupo familiar y que existe intención de que la empresa siga en manos de la familia (Gallo, Lansberg, cfr., Doderó 2002 y La Empresa Familiar 1993).

2.5. La empresa familiar (familiness) como una estrategia de autoempleo

La interacción de la familia y elementos de organización son aspectos que describen parte de la composición de las empresas familiares, sin embargo, no existe un concepto que unifique a todas (Chrisman, 2005). Algunos autores describen a la organización familiar desde la sociología, Ram y Holliday (1993). Otros como la teoría de la evolución Craig y Moores (2005), otros ponen en manifiesto para su descripción aspectos como la propiedad mayoritaria de los miembros, la participación y sucesión de generación. También pueden describirse las unidades familiares desde las habilidades y potencialidades del capital dentro *familiness* (Chrisman, 2005).

Todas estas definiciones con diferentes perspectivas tienen en común el aspecto de *familiness*, mismo que se caracteriza por tener el conjunto de recursos que existen en estas unidades; el concepto *familiness* fue utilizado por primera vez en el trabajo de Habbershon y Williams (1999) para caracterizar a las organizaciones de este tipo. La definición fue “aquel conjunto de recursos que son distintivos de una empresa como resultado de la implicación de una familia en ésta”. De este modo, se puede describir que las unidades familiares tienen un conjunto de recursos que lo diferencian de las organizaciones de carácter no familiares, los cuales son de gran ayuda para una ventaja competitiva que funcione para el bienestar de la misma (Forcadell, 2002), al definir a los recursos de los cuales los autores hablan que es necesario tomar en cuenta aspectos que están en disposición de toda organización determinados como activos intangibles, capacidades y conocimientos.

Otros autores concuerdan con las caracterizaciones de los recursos de las investigaciones realizadas por Habbershon y Williams (1999) al mencionar y agregar el alto conocimiento del negocio que poseen. Por ejemplo: la participación de los miembros de la familia, la conciencia del sacrificio realizado para el crecimiento del negocio, el entusiasmo, la habilidad o capacidad de desenvolver procesos de tomas de decisiones ágiles y racionales, el recorte de

los costes y la reputación; los cuales pueden ser relacionados unos con otros en su estudio.

Sin embargo, el concepto de *familiness* evoluciona conforme pasa el tiempo debido a los cambios que se presentan en el entorno de la empresa familiar y a su vez por las investigaciones realizadas con diferentes enfoques utilizando este concepto y el cambio del proceso de aprendizaje de un conocimiento organizativo específico. Su forma de organización tiende a generar rutinas específicas que pueden ser evolucionadas para generar un nuevo conocimiento a la empresa, puesto que puede generar una nueva *familiness* que puede ser útil para el futuro de la misma. Por ejemplo, el análisis del deterioro de rutina de las organizaciones utilizadas en épocas pasadas transmitidas de propiedad puede ser el punto clave de los indicios de determinados fracasos de empresas familiares (Forcadell, 2002).

Figura 2 *Familiness*



Fuente: Elaboración propia con base a modelo *familiness* por Chrsiman (2005).

La evolución de *familiness* puede darse por tres factores: creación de conocimiento, transmisión de conocimiento e integración del conocimiento. La primera es el resultado de los conocimientos que tienen los miembros

individuales que pertenecen a ella, un conocimiento asertivo es el resultado que reciben los miembros de dicha generación, el cual puede originarse por los recursos de la empresa mediante la formación de los empleados, al invertir en la adquisición de conocimiento al equipo de trabajo generará conocimiento específico de beneficio para la organización. Algunos incentivos pueden ser de alta remuneración, refiriéndose a la participación de los empleados en el capital o resultados de la empresa (Demsetz y Lehn, 1985), las reglas de la promoción, que permite a la organización la pertenencia de los empleados que han contribuido de manera específica al crecimiento; también puede ser el acceso a recursos críticos a los empleados generalmente de conocimiento.

El segundo, la transmisión de conocimiento puede ser uno de los más difíciles por la limitada capacidad cognitiva en los procesos de toma de decisiones en la empresa, sin embargo el miembro directivo puede dar el traspaso algún miembro que lo cree capaz de tomar decisiones, las tomas de decisiones estratégicas suelen estar en pocos o algunos miembros de la familia, la transmisión puede generar pequeños costes para la empresa a comparación de las empresas de carácter no familiar debido a que los proveedores regularmente conocen parte de los miembros destacados de la familia, teniendo en aumento en su *familiness* una ventaja competitiva.

Por último, el tercero, la integración del conocimiento; lo cual llega a tener la *familiness* como una cultura, las unidades familiares destacan entre ellas las diferencias de culturas que pueden llegar a existir, estas unidades se identifican por tener una cultura fuerte (Daily y Dollinger, 1992), la cultura suele ser la mezcla de experiencias, conocimientos y suposiciones del fundador o pocos miembros de la familia (Forcadell, 2002).

2.5.1. Tipología de las empresas familiares

Existen características que pueden describir la empresa familiar, sin embargo, las empresas familiares pueden diferenciarse una de otra incluso en estas mismas características tales como la propiedad, la relación afectiva de los

propietarios, la visión, el poder y control, la continuidad del negocio, la legitimidad, la capacidad de dirigir, la valoración de la propiedad, el empleo, el salario, los dividendos, la confianza, la disciplina y la comunicación (Andrade, 2002).

La tipología hace referencia a las características que hacen distinta una empresa familiar de otra, aunque para Sen (2000) "No hay una tipología única de empresas familiares". Otra clasificación de la cual pueden unificarse es según su tamaño, su zona geográfica, su alcance local, regional o nacional e internacional, por su actividad: comercio, servicio o industria, número de empleados, su constitución jurídica, pública y privada, o por años de la empresa. Casillas, Díaz, y Vázquez (2005). Sin embargo, únicamente las unidades familiares pueden caracterizarse dentro de la tipología descrita.

Los estudios sobre la clasificación de la tipología pueden variar, pueden abordarse por características, transformaciones, niveles, recursos, relaciones, desempeño, actitudes y cambios generacionales Zamudio y Satsumi (2014) o bien de manera más específica; atendiendo a la etapa general en que se encuentre la empresa, basada en la voluntad de la continuidad y dedicación de los miembros de la familia, en la que se destaca la razón de ser de la empresa con respecto a los miembros dentro de ella, referente a la baja, media o alta participación de los miembros, con respecto al número de trabajadores que trabajan dentro de la unidad familiar, según la importancia dada y la atención prestada en el ámbito familiar y empresarial, de acuerdo al nivel de confianza y dirección estratégica, sobre la base de los procesos de comunicación de las relaciones familiares en las actividades de dirección y gobierno, según su perfil de complejidad y su estructura de gestión y por la forma en que se integra la relación empresa-familia en las funciones de dirección y gobierno, entre otras (De la Garza-Ramo, Medina Quintero, Mayer Granados, y Jiménez Almaguer, 2012).

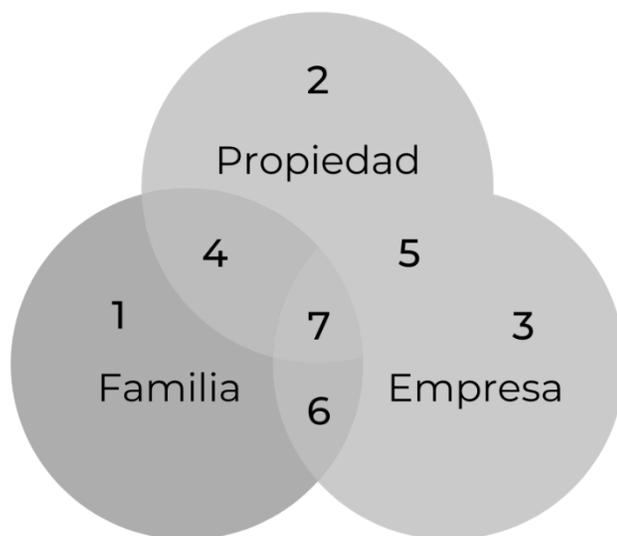
Estos estudios pueden tener dimensiones parecidas o iguales de acuerdo a los temas en que se enfocan y su revisión de literatura o bien, puede ser estudios de información cronológica o agrupadas por interés. Aunque también al hablar de tipología se refieren a modelos que expresan sus características.

Modelo de los tres círculos basado en la teoría general de sistemas

La teoría general de sistemas es comúnmente utilizada para la explicación de las empresas familiares, su enfoque analiza a las unidades familiares como un conjunto de componentes que se relacionan entre sí dinámicamente junto con su entorno que les rodea, es decir, *“Un cambio en cualquier elemento del sistema provoca inevitablemente cambios en otros”* Cabrera Suárez y García Falcón (1999). La descripción clave de la teoría se inclina a describir a las organizaciones con formación de subsistemas: la empresa y la familia, en cada uno de ellos se encuentran características con propias reglas, normas de pertenencia, contextura de valores y estructura organizativa, en las que para el éxito y buen funcionamiento de estas unidades debe existir armonía en ambas.

Un modelo que se encuentra dentro de la teoría antes mencionada es el modelo de los tres círculos, propuesto por Tagiuri y Davis (1982) donde explica el lugar de cada miembro y su participación en el negocio en alguno de los siete subconjuntos que contienen las dimensiones; el cual tiene origen en el año de 1982 para explicar los sistemas de la empresa familiar en tres dimensiones: 1. La empresa, 2. La familia y 3. La propiedad.

Figura 3 Modelo de los tres círculos



Fuente: Elaborado con base en Tagiuri y Davis (1982).

Los subconjuntos se explican de la siguiente manera: 1 Las personas que pertenezcan sólo a la familia, en el subconjunto 2 Los miembros que sean parte de la propiedad que no son miembros de la familia y que tampoco de la empresa y 3 que pertenezca únicamente a la empresa, las personas que perciben sueldo sin ser miembros de la familia. Aquellos que tengan más de una relación con la organización se encontrarán en uno de los subconjuntos sobrepuestos al mismo tiempo, puede ser sobre el 2 y sobre el 3. En el espacio 4 están involucrados los miembros que son parte de la familia que disponen de cierta propiedad pero que no son empleados de la empresa, en el apartado 5 pertenece a los miembros de la familia pero que no trabajan en ella, en el número 6 se ubican los miembros que sean familiares que trabajen en ella pero que no tengan acciones de la empresa, y por último el apartado 7 estarán las personas que pertenecen a la familia y trabajen en la unidad familiar (Tagiuri y Davis, 1982).

Este modelo como ventaja tiene la interpretación clara de los roles que pueden existir dentro de la empresa y la comprensión de la dinámica racional que genera, sin embargo, puede ser inútil para describir otros aspectos de la dinámica racional, como las normas y contextos, o también la limitación de que la familia y empresa son sistemas sociales iguales entre sí y por ende comparables, por el contrario, la familia, la propiedad y gestión no son iguales, dado que pertenecen a categorías racionales distintas, es decir, la propiedad y gestión son apartados de autoridad en la empresa (Gimeno Sandig, 2020) por lo tanto, sería constatar a la autoridad de la familia pero no como conjunto.

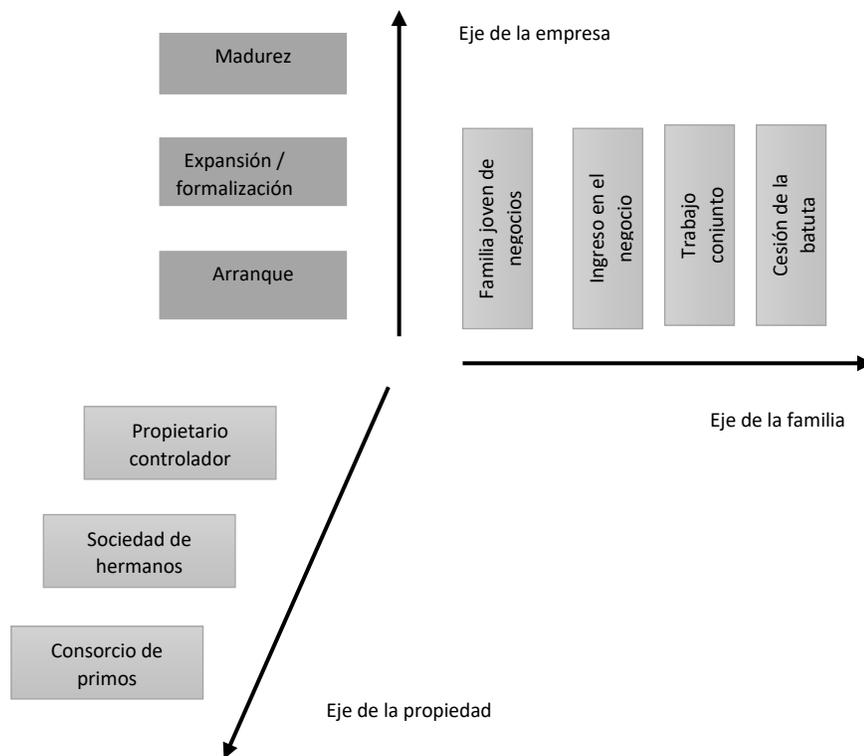
Modelo basado en el planteamiento evolutivo: modelo evolutivo tridimensional

Como bien describe el modelo de Tagiuri y Davis (1982) suele explicar los diferentes roles que existen dentro de las unidades familiares, pero al agregar el factor del tiempo suelen haber más aspectos a analizar, este modelo es sucesión del modelo de los tres círculos con la diferencia de agregar el concepto del “Tiempo”, se analiza a través de un proceso evolutivo: se agregan miembros,

desaparecen, periodos de estabilidad, periodos de inestabilidad, cambios que van sufriendo las organizaciones.

Este modelo tridimensional fue realizado por Gersick, Davis, Mc Collon, y Lansberg (1997) se define a partir de un eje tridimensional a partir de la percepción de la familia, la propiedad y la empresa, definiendo los procesos de manera cualitativa en cada uno de los ejes, de modo que la familia se trasportaría por cada uno de los ejes siguiendo un tiempo temporal, el modelo representa los retos a los que las familias se enfrentan y deben responder en cada uno de los apartados, mostrando así las etapas y determinado punto donde se encuentran las empresas.

Figura 4 *Modelo evolutivo tridimensional*



Fuente: Gersick, Davis, McCollon, y Lansberg, 1997.

En la representación de la figura 4, el autor hace separación y agrupamiento desde el inicio de la generación de la familia, el fundador hacia la sociedad de hermanos y por último el consorcio de primos, se diferencia por la manera de administrar y tomar decisiones por cada apartado que podría ir desde un líder irrefutable en el eje del fundador o propietario, mismo que puede desaparecer en el paso de la sucesión del negocio; lo que indica es que existe un líder que tendrá reportar al equipo de propietarios o con razón de propiedad, por tanto, en caso de no tener un líder que reporte las decisiones importantes, este será asumido por un equipo de personas que tengan las mismas capacidades para dirigir estas actividades por lo que podría ser desventaja a la hora de tomar una decisión y que todos estén de acuerdo para ejecutarla. Pero existe otro problema o desventaja que pudiera tener este tipo de liderazgo y se da a través de las relaciones de los miembros de la familia. Puede ser diferente tipo de confianza, diferente tipo de representación familiar, es decir, los hermanos de la familia tienen diferente relación entre ellos que al mezclarlos entre los primos. Sin embargo, cuando fue destacado en su época de incitación aportó fases para estudio de las organizaciones familiares, pero hoy en día de acuerdo con Martos (2015), exponen una limitante importante de mencionar que no considera situaciones de diferentes generaciones en una misma empresa.

Como se puede observar este modelo está conformado por ejes que a su vez se desprenden cuadros que pertenecen a ese eje y que pueden describirse según sea el caso en que atravesase la empresa familiar y otros autores refirieron a este modelo como una tipología de actitud/voluntad debido a que los sucesores pueden tener una actitud o voluntad que perjudique a la empresa o bien, que sea desfavorable para ésta (Zamudio y Satsumi, 2014).

Modelo basado en la dirección estratégica: modelo de Sharma, Chrisman y Chua

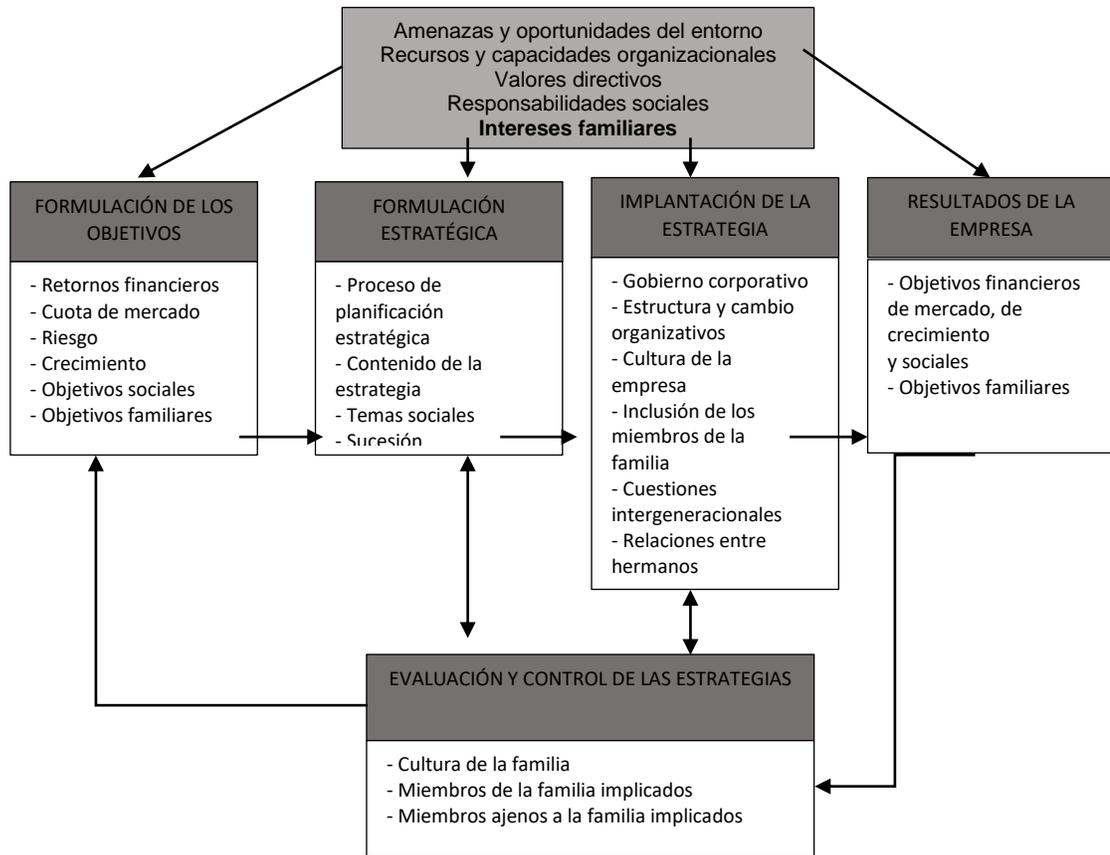
La estructura de este modelo se basa en un proceso estratégico que se utiliza para las organizaciones familiares y no familiares, sin embargo, tiene aspectos particulares importantes: los objetivos que persiguen, su forma de desarrollarse

y los miembros que participan tienen características diferentes que hacen el cambio en el proceso estratégico.

Si bien es cierto, la familia puede tener contradicciones en el momento de relacionarse, que pueden afectar el proceso estratégico de este modelo: desde los intereses de la familia que suman al grupo conformado por los recursos, las capacidades de organización, los valores directivos, las responsabilidades sociales, el análisis de las amenazas y oportunidades del alrededor de la empresa, o bien, también puede tener implicaciones desfavorables en los objetivos familiares, por la forma de relacionarse e involucración de la familia, los cuales se encuentran en un grupo por parte de este proceso estratégico, el traspaso del negocio a la siguiente generación. También puede tener una desventaja la relación familiar respecto a la cultura empresarial, los puntos intergeneracionales, la relación entre los hermanos que abonarán en las estrategias tomadas (Martos, 2015).

Otro factor a intervenir son los objetivos de la familia como parte de los resultados de la organización o las metas que planean tener o llegar a cumplir y en la zona de proceso de evaluación y control de estrategias se debe tener presente los puntos: la cultura de la familia y las personas involucradas en el proceso que no pertenecen a la familia.

Figura 5 Modelo de Sharma, Chrisman y Chua



Fuente: elaborado con base en (Sharma, Chrisman, y Chua, 1997).

Este modelo tiene como ventaja el aporte de una perspectiva global que ayuda en el análisis de las principales dimensiones entre los vínculos y su evolución que se encuentran en la dirección estratégica de las unidades familiares, por ello en este modelo se puede comprender de una manera mejor la dirección estratégica que se desarrolla en ellas.

2.6. Teoría de la ventaja competitiva

Las empresas tienen características que pueden ser compartidas en comparación a su competencia, sin embargo, la ventaja competitiva nace por el cambio continuo que se presenta en el mercado, es decir, ante la variedad de los deseos de los consumidores las empresas enfocan sus recursos por alcanzarlo,

es por ello que las empresas realizan gestiones estratégicas para alcanzar el mayor porcentaje del mercado, además de que el intercambio de productos en la actualidad es global, con desarrollo de tecnología y estrategias de mercadotecnia.

La gestión estratégica se refiere al estudio científico que analiza cuestiones relacionadas con la dirección de las organizaciones, es decir, de qué manera son gestionadas por sus dueños y la forma de coordinar las áreas funcionales de la organización, así como la imagen que tiene la empresa de sí misma, en cuanto a, la manera en que establece su objetivo y valores institucionales (Reynoso, 2017). La estrategia está enfocada en el análisis de los aspectos que conforman la empresa en torno a las actividades que realiza, con relación a las experiencias que la empresa ha tenido en el ramo competitivo, donde analiza sus defectos y oportunidades, desarrollando ventajas ante los competidores a partir de sus defectos o aciertos, esto para expandirse en el mercado, esta estrategia se puede ser de éxito en la implementación de modelos que se adecuen a la empresa.

Entre los modelos más reconocidos en el ámbito académico se encuentra la teoría estructural basada en el modelo de Bain-Mason de la organización industrial diseñada por Porter (1985) y el modelo basado en la teoría de los recursos y capacidades (Wernerfelt, 1995) que pueden describir mejor la ventaja competitiva en la organización; en general se puede indicar que una empresa tiene una ventaja competitiva cuando el dueño de la organización dispone de un cualidad clave que se hace destacar ante el cliente objetivo ante la decisión de compra, de manera que el cliente desee pagar el producto o servicio ofertado al momento de su compra.

En la perspectiva de la ventaja competitiva basada en la teoría de estructura industrial se refiere a que la empresa es la estructura industrial por lo que cada organización debe realizar estrategias que vayan de acuerdo a las características industriales en que interactúa, logrando competir en reducción de costo, sobresaliendo o bien, atender un nicho de mercado específico, este

enfoque es estructuralista debido al modelo estructura- conducta- resultados donde especifica la relación que existe entre el grupo de poder del mercado de las organizaciones y en su rentabilidad como empresa (Bain, 1954).

Por otra parte, la ventaja competitiva vista desde la teoría de recursos y capacidades se diferencia de la postura anterior debido a su importante atención ante los recursos y capacidades que pueden encontrarse en la empresa, este enfoque propone que los beneficios con que cuenta la empresa llamados recursos puedan ser utilizados de manera extraordinaria para generar un valor agregado que pueda ser presentado ante al cliente objetivo y que la empresa controla en su total disposición, sin embargo, para que este tipo de teoría esté en práctica, es necesario la búsqueda constante de aquellos aspectos que pueden ser de beneficios para la empresa mediante un autoanálisis constante.

Entre algunas características de este modelo, se tiene la complementación de diversos conceptos y modelos de la teoría económica que enriquecen su contenido y ayudan al entendimiento práctico, como por ejemplo la competencia monopolística de Chamberlin (1993), también se encuentra el modelo clásico de la estrategia de la empresa de Andrews (1971), entre otros.

2.6.1. Teoría de los recursos y capacidades

La Teoría de los Recursos y Capacidades (TRC) puede ser muy efectiva para describir los aspectos determinantes de desempeño de una empresa, de acuerdo a (Reynoso, 2017) menciona que la TRC brinda una base favorable para incorporar el análisis de los fenómenos relevantes para comprender la competitividad de las empresas de un sector, entendiendo como competitividad al “asociado desempeño de conjuntos empresariales determinados por variables como sector, tecnología, arreglos institucionales etc.” Esto se toma como la ventaja competitiva de empresas individuales.

Wernerfelt (1995) propone observar la empresa desde adentro a partir de los recursos existentes, retoma el modelo tradicional enfocado desde la gestión estratégica y desde lado de la teoría económica gestionado desde la observación

de las unidades económicas a partir de dotaciones económicas, es decir, la relevancia que tienen los factores de producción. Dentro del pensamiento económico destaca el aspecto de observar a la empresa como un grupo específico de recursos.

Este enfoque sugiere el análisis de los recursos vistos como la explicación del comportamiento competitivo de la empresa (este tema se explicará con detalle en el siguiente subcapítulo), lo cual llevó a conceptualizar los recursos que existen en las diferentes teorías que componen la teoría de recursos y capacidades; una de las ventajas que se pueden mencionar es la forma en que se puede relacionar el lenguaje estratégico como económico, mismos, que pueden ser analizados conjuntamente sin causar complicaciones en su análisis.

El aspecto económico desde la TRC se basa en la explicación de beneficios en el largo plazo, se debe entender que, al hablar de beneficios de la empresa, se refiere a características propias que posee la organización, estas características conforman su esencia y forma de desenvolverse en su alrededor y que por ende pueden ser la ventaja competitiva de la empresa; en comparación a la competencia perfecta esta teoría incumple tres supuestos: producto homogéneo, libre movilidad de los recursos e información perfecta.

El hincapié que la teoría hace en otros modelos es con base a determinar que, a pesar de la competencia, no desaparecen los beneficios extraordinarios a largo plazo, así como tampoco los determinantes para la ventaja competitiva sustentable. Al lograr esta ventaja observada desde el interior de los recursos es fácil observar la lógica seguida de desarrollo de la TRC.

Este desarrollo está determinado por el análisis de las capacidades y recursos individuales que llevan al éxito en una empresa y también por las relaciones entre la ventaja competitiva y los recursos, mismos que ayudan a observar una fase importante en este desarrollo; la manera en que la empresa obtiene y desarrolla sus activos superiores, éstos son resultados de su gestión de conocimiento como las prácticas que ha llevado a cabo y ha logrado tener éxito en la meta propuesta.

CAPÍTULO III Apartado Metodológico

3.1. Presentación

La presente investigación se centra en el estudio de las empresas del sector de alimentos que producen al nivel catalogado como artesanal, en la ciudad de Tepic, abarcando el sector formal e informal. Cabe mencionar que se toma el concepto “artesanal” como aquel procedimiento donde el producto es elaborado de manera manual sin o con parcial ayuda industrial (Camacho Vera, Cervantes Escoto, Cesín Vargas, y Palacios Rangel, 2019).

La investigación es de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, puesto que existe escasez de investigaciones acerca de la empresa familiar que realiza productos de forma artesanal en Nayarit, ya que los estudios realizados encontrados son acerca de los perfiles de las empresas de todo tipo de giro que se encuentran establecidos en el centro de la ciudad. Se complementa la investigación exploratoria con elementos de la investigación descriptiva- explicativa debido a la necesidad de describir situaciones en las experiencias de los artesanos de acuerdo a la teoría encontrada para explicar la razón de la forma de crecimiento o decrecimiento de los negocios artesanales y lo que afectan a su alrededor, si bien, se conoce que existen particularidad de diferencia en cada sistema social de cada organización en temas económicos, culturales y sociales que distinguen una empresa familiar de otra empresa familiar y del grupo de empresas no familiares (Andrade, 2002). La zona determinada para la investigación fue la ciudad de Tepic, Nayarit y se utilizó para la recolección de datos la observación no participativa en ferias de emprendedores para observar la forma de organizarse y relacionarse entre sí, así como la manera de organizar su producto e interacción con los visitantes de las ferias, además de también utilizar varias encuestas y entrevistas.

Parte importante de las interrogantes a considerar fue la aplicación de una entrevista inicial abierta a la empresaria a quien llamaremos Mariana, dueña de una

panadería integrales con la finalidad de ampliar las perspectivas de los diferentes sujetos de estudio y selección de los mismos, además de lograr obtener interrogantes específicas necesarias para la investigación.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se realizó tomando algunos puntos del proceso de investigación cualitativa de Sampieri (2014):

Cuadro 3 *Fases de la investigación de la empresa familiar de alimentos artesanales*

Nombre	Actividad
Diseño	Indagación. Selección de casos.
Recolección de datos	Desarrollo de la guía de recopilación de información. Técnicas e instrumentos. Trabajo de campo.
Análisis de los datos	Análisis de datos. Validez de información.
Elaboración de resultados y conclusiones	Descripción de los resultados. Interpretación. Recomendaciones.

Fuente: elaboración propia con base en Hernández (2014).

Para el diseño de la metodología se tomó en cuenta los objetivos específicos que ayudaron a dar respuesta a la presente investigación:

- Analizar los factores que influyen en la apertura y permanencia de este tipo de empresas y el nivel de ingresos que generan para los dueños y sus familias.
- Identificar la ventaja competitiva que tienen este tipo de empresas comparados a su competencia.

- Analizar si la permanencia de este tipo de empresas podría constituirse como una estrategia de autoempleo y si el núcleo familiar mantiene una estabilidad económica permanente o constante.
- Identificar cuál es el estatus de formalidad de este tipo de empresas y su contabilización de impacto en el desarrollo económico local.

3.2.1. Dimensiones de la investigación

De acuerdo con Ávalos (2014) para analizar las variables que ayudarán al cumplimiento de objetivos se deben descomponer en dimensiones y estas a su vez en indicadores permitiendo operacionalizar las variables a utilizar con la finalidad de precisar los aspectos y elementos que se requerirán para cuantificar, conocer y registrar con el fin de analizar los resultados y obtener conclusiones. A continuación, se describen las dimensiones que se examinaron para el análisis y las variables que se tomaron en cuenta.

Para la selección de dimensiones se tomaron en cuenta los temas abordados en el marco teórico correspondientes hacia la descripción de las empresas por Sharma, Chrisman y Chua (1997), Andrade (2002), su composición social Arocena (2002), también se tomó a Porter (1985), en base a esto las dimensiones consideradas dentro del análisis y sus variables son:

- Aspecto producción y comercialización: ingreso, empleo, producción, comercialización, procesos y conocimientos empresariales.
- Aspecto político-administrativo: apoyos gubernamentales, informalidad.
- Aspecto social-cultural: educación, bienestar, valores familiares y sociales.

Aspecto ventas y comercialización

En este aspecto se analizó la categoría económica, es decir, la generación de ingresos y el número de empleos brindados a través de la actividad comercial de venta de productos artesanales alimenticios con la finalidad de comprender el desarrollo económico local de la zona estudiada, además de describir la forma de estrategia utilizada para el aumento de su economía y crecimiento, que si bien, Porter (1985)

menciona acerca de la importancia en que las estrategias funcionan en las organizaciones, estas pueden darse de manera conocida, es decir, que los miembros de la organización tengan conocimiento acerca de marketing u otros canales para crecer, o bien, que sea de manera nativa, que por experiencias pasadas se desarrollen, también se analizó la producción y comercialización del producto artesanal con la intención de completar los objetivos 2 y 3 de la investigación.

Aspecto político- administrativo

En este apartado se encontró si el empresario o jefe de familia conoce o dispone de apoyos gubernamentales que ayuden a su negocio desde una perspectiva del mismo, además de conocer el estado en que se encuentra la empresa referente a la in/formalidad empresarial y su cumplimiento fiscal-administrativo ante las autoridades locales y federales correspondientes, lo que ayudó a alcanzar parte del objetivo 1 y 4. Parte importante de considerar esta dimensión es el papel fundamental que juegan las instituciones para el desarrollo de las empresas debido a que la fluidez del efectivo y mercancías se debe a las empresas pequeñas y el contabilizarlas ayuda al control y conocimiento de desarrollo para los análisis necesarios que ayuden a la innovación y crecimiento de las mismas y de los habitantes de una zona (Arocena, 2002).

Aspecto social – cultural

Dentro del marco teórico de la presente investigación la teoría muestra que la relación familiar dentro de la empresa puede tener características similares, pero siempre interactúan, crecen o se estacan de un modo distinto de acuerdo a sus tradiciones y rutinas de acuerdo a lo largo de la experiencia de cada empresa (Andrade, 2002), por ello en este aspecto social-cultural se tomó en cuenta los valores familiares y sociales, además del nivel de educación como factor de análisis para comprender si este punto influye en el desarrollo de la empresa y la forma en que toman las decisiones ante los enfrentamientos los sujetos de estudio; con la finalidad de analizar el comportamiento interno y lograr parte del objetivo 1 y 3.

Cuadro 4 *Matriz de congruencia con los objetivos, marco teórico y dimensiones*

Objetivos Específicos	Marco Teórico	Dimensiones	Variables	Instrumento de investigación
<p>Analizar los factores que influyen en la apertura y permanencia de este tipo de empresas y el nivel de ingresos que generan para los dueños y sus familias.</p>	<p>En el apartado de Tipología de las empresas familiares y Familiness, explica que cada una puede enfrentarse a distintas etapas dentro de su apertura y su permanencia por lo que pueden tener dificultades que influyen en su desarrollo, algunos casos suelen tener conflicto con la sucesión de generación, organización dentro de la empresa.</p>	<p>Dimensión político-administrativo, dimensión producción y comercialización</p>	<p>Ingreso, empleo, apoyos gubernamentales.</p>	<p>Cuestionario.</p>
<p>Identificar la ventaja competitiva que tienen este tipo de empresas comparados a su competencia</p>	<p>Teoría de la ventaja competitiva, la cual ayuda en la mayoría de los éxitos empresariales familiares para distinguirse de la competencia de empresa familiar y no familiar (competencia directa e indirecta)</p>	<p>Dimensión producción y comercialización</p>	<p>Producción y comercialización, procesos empresariales, tipicidad artesanal.</p>	<p>Entrevista y cuestionario.</p>
<p>Analizar si la permanencia de este tipo de empresas podría constituirse como autoempleo y si el núcleo familiar mantiene una estabilidad económica permanente o constante.</p>	<p>Tipología de las empresas familiares, cada una puede enfrentarse a distintas etapas dentro de su apertura y su permanencia, además de que la generación de empleo puede darse de acuerdo al crecimiento y composición que tenga la empresa.</p>	<p>Dimensión político-administrativo, dimensión económica, dimensión cultural.</p>	<p>Empleo, ingresos.</p>	<p>Cuestionario.</p>

Identificar cuál es el estatus de formalidad de este tipo de empresas y su contabilización de impacto en el desarrollo económico local.	El papel del actor local dentro del desarrollo económico local por Arocena.	Dimensión producción y comercialización.	Informalidad empresarial, procesos empresariales, producción y comercialización.	Entrevista y cuestionario.
---	---	--	--	----------------------------

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. De los instrumentos de investigación

Los instrumentos utilizados para analizar las dimensiones antes mencionadas y dar cumplimiento a los objetivos son: cuestionarios, entrevistas y observación no participante.

Cuestionario

Para la obtención de la información económica y de comercialización, el proceso político -administrativo y cultura de las empresas familiares se seleccionó este instrumento que permitió recoger información generalizada de los aspectos que comprenden la investigación, ya que se aplica de manera estandarizada a cada sujeto de estudio. El cuestionario fue dividido en cuatro apartados; en el primer apartado se abordó los datos necesarios para conocer el perfil del empresario y se recabó información clave para la selección de caso de estudio, por su parte, en los apartados 2,3 y 4 las categorías de análisis de aspecto: económico (producción y comercialización), político – administrativo y social y cultural. Además, inicialmente se contempló a 20 empresarios mencionados, anteriormente, este instrumento consta de 36 preguntas y se describe el orden a continuación:

Cuadro 5 Instrumento cuestionario

Sección del cuestionario	Categoría de análisis	Variables – indicadores	Preguntas
Sección 1	Perfil del empresario	Datos clave para selección de casos	Preguntas 1-18
Sección 2	Producción y comercialización	Ingresos, generación de empleo	Preguntas 19-25
Sección 3	Político-administrativo	Informalidad	Preguntas 26-30
Sección 4	Social- Cultural	Bienestar y capacidades	Preguntas 31-36

Fuente: elaboración propia.

Entrevistas

Debido al tipo de investigación, se optó por la entrevista semiestructurada con la finalidad de profundizar en la información que se recabó en los cuestionarios de los estudios de caso previamente seleccionados, este instrumento ayudó a tener un contacto más cercano con el empresario y obtener información relevante que ayudó a completar los objetivos de la presente investigación. La estructura consta de los datos generales que previamente se llenaron de acuerdo a la selección de caso de estudio, y los apartados antes mencionados en el cuestionario: aspecto producción y comercialización, aspecto político- administrativo y aspecto social y cultural; con esta estructura y especificación de las preguntas se pretende profundizar en los siguientes puntos:

- La visión de lo artesanal.
- Proceso de producción.
- Comercialización de los productos.
- Capacidades empresariales.
- Libertades y capacidades.
- Experiencias de éxito y crecimiento.

Para la ejecución de las entrevistas se les solicitó autorización a los sujetos del estudio previamente seleccionados (Anexo 3).

Cuadro 6 Trabajo de Campo

Fase	Método	Se busca identificar
Momento 1	Entrevista abierta Observación no participativa Red de artesanos	Población objetivo Aproximación a su forma de organizarse y ventas.
Momento 2	Cuestionario Red de artesanos	Selección de casos Análisis de variables Incidencia de las actividades artesanales en la economía local.
Momento 3	Entrevistas semiestructuradas Red de artesanos (sujeto de estudio)	Identificar casos exitosos que se puedan replicar. Incidencia de las actividades artesanales en el desarrollo de la ciudad.

Fuente: elaboración propia.

3.3. Selección de sujeto de estudio

3.3.1. Población

La investigación fue realizada en la ciudad de Tepic, Nayarit específicamente a las empresas familiares que realizan productos de alimentos de forma artesanal considerando criterios de selección tales como: el ser una empresa familiar, que elabore productos de forma artesanal involucrando poca o ninguna intervención de maquinaria y que el negocio esté dentro de la ciudad de Tepic.

Por otro lado, para la selección de la muestra se realizó una búsqueda de base de datos de los sujetos correspondientes a la investigación en la plataforma de DENUE (Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas); donde se encontraron 6 sujetos, esto de acuerdo a los criterios de selección y la definición tomada para describir una empresa familiar artesanal, por ello para complementar el número de sujetos de estudio se utilizó, como complemento, el muestreo no probabilístico a conveniencia del investigador; el cual consiste en la selección de los sujetos de estudio con características que convienen más para el investigador.

3.3.2. Selección de la muestra

Para los individuos seleccionados de acuerdo al tipo de muestreo especificado en el párrafo anterior, se realizó una búsqueda previa en la plataforma del DENUE de empresas existentes en la ciudad y a través de las redes sociales y por contacto a conocidos tomando un número total de 20 para las entrevistas previas y crecimiento de la muestra.

Para la selección de los sujetos antes mencionado se tomaron los siguientes criterios:

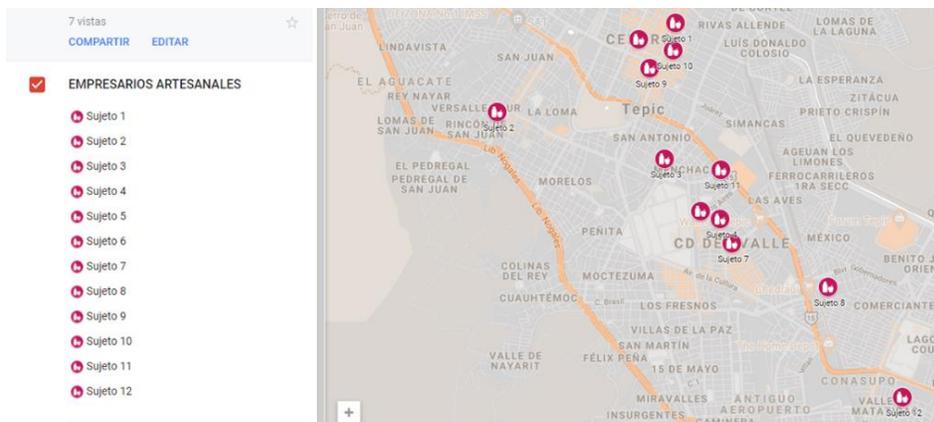
Cuadro 6 *Criterios de selección y exclusión*

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Empresas que sean familiares.	Empresas no familiares.
Que realicen productos de alimentos de forma artesanal.	Que realicen productos de otro tipo diferente a alimentos.
Que utilicen maquinaria muy poca o nula en su proceso de producción.	Que mayormente necesiten maquinaria para su proceso de producción.
Que el negocio esté dentro de la ciudad de Tepic.	Que el negocio esté fuera de la ciudad de Tepic

Fuente: Elaboración propia

Se consideró mapearlos para la facilidad de identificar a los sujetos de estudio, el cual se actualizó al término de la aplicación de instrumentos, cabe resaltar que no todas las empresas tienen domicilio visible, debido a que podría tratarse de la elaboración del producto en su domicilio particular, además de que, debido a las dificultades de la pandemia, la entrevista se realizó en algunos casos vía telefónica.

Ilustración 1 *Mapeo de sujeto de estudio*



Fuente Elaboración propia con herramientas de Google

3.4. Limitaciones

Debido a que la investigación se llevó a cabo en un periodo de tiempo donde la ciudad está enfrentando a una pandemia mundial por el COVID-19, algunas empresas han optado por cerrar debido a la situación económica que enfrentan, así mismo se consideraron las siguientes limitantes:

- La ausencia de datos censales que proporcionen el número exacto de empresas familiares de producción de alimentos artesanales formales o informales en la ciudad de Tepic.
- El proceso económico que enfrentan debido a la pandemia.
- La disposición de los empresarios debido a las medidas de seguridad, se cambió la entrevista por vía telefónica con algunos empresarios por cuidado y salud de ambas partes.
- Poca disponibilidad de tiempo por parte de los empresarios.
- Cierre de negocios temporales por indicaciones de gobierno.

3.5. Análisis de datos

Para analizar la información se realizará el siguiente proceso de análisis el cual consiste en: levantamiento de información, transcripción, codificación, categorización e interpretación. Dentro de la etapa de codificación se utilizará el programa Excel para el análisis de datos obtenidos en los cuestionarios e interpretar la información, así como también para las entrevistas el programa SpeechLogger para transcribir el audio.

CAPÍTULO IV: Apartado de resultados y discusión

4.1. Introducción capitular

En este capítulo se describe los resultados derivados de la metodología aplicada de acuerdo a los objetivos planteados de la presente investigación, en el cual se estarán abordando en primera instancia la descripción del perfil del artesano, tomando en cuenta que de acuerdo a Zamudio y Satsumi (2014) las tipologías pueden variar, pueden abordarse por características, transformaciones, niveles, recursos, relaciones, desempeño, actitudes y cambios generacionales, por lo que se caracterizó en primer plano datos claves para su identificación del perfil del artesano de alimentos; en segundo plano se abordó en el orden de los objetivos propuestos, y la descripción de las razones por las que las empresas artesanales de alimentos han permanecido en la ciudad de Tepic tanto tiempo y el crecimiento que han tenido; para finalmente presentar las conclusiones.

4.1.1. Perfil del artesano de alimentos, sus productos y procesos

El perfil que muestran los artesanos de alimentos permitió determinar aspectos generales considerados para la investigación y el cumplimiento de los objetivos, además de identificar las características que representan o son parte de la tipología de las empresas y constante evolución. Una de las características a resaltar es que 73% de los entrevistados fueron de sexo masculino y el 27% fueron de sexo femenino, por lo que la participación en emprendimiento artesanal de alimento mayormente se ha realizado por hombres, además de que 27% oscilan entre la edad de 20-25 años, el 18% entre 46-50 años, y también el 18% entre 51-55 años, si bien, estas dos últimas categorías de edades del 18% pertenecen a artesanos que su negocio ha tenido más 10 años en función y/o tienen otro negocio a parte de la elaboración de alimentos artesanales, por su parte los más jóvenes tienen 1 año o menos en su negocio.

Dentro del nivel de estudios que tienen, el 45% tienen licenciatura, mientras que el 36% cuenta con bachillerato terminado, y un 9% corresponden a estudios de doctorado, en esta última categoría se encuentran los rangos de edad de 46-50 años y 51-55 años. Cabe resaltar que el 100% de los artesanos entrevistados son dueños

y/o operativos multifuncionales dentro de la empresa (además de los miembros activos de la familia).

Por su parte, el producto que elaboran se agrupó en distintos tipos como galletas, mermeladas, helados, pasteles u otros, se identificó que el 45% de los artesanos fabrican otro tipo de alimentos artesanales como lo son: dulces, cerveza, vino y pan artesanal, para el 18% se ubica en mermeladas, otro 18% en helados y otro 18% en pasteles, esta última categoría de pasteles se encontró que además de fabricar pasteles suelen hacer galletas de vainilla por temporadas como San Valentín, 10 de mayo, y/o aniversarios como producto variado extra a su venta principal, además de también ofrecer kits del día del niño para decoración por los consumidores en dichas galletas, esto brinda un valor agregado al tipo de venta.

Otra característica tomada en cuenta dentro del perfil es el tipo de vivienda en la que habitan, debido a los procesos de elaboración del producto y su importancia para el cumplimiento de los objetivos; se identificó que el 73% de la vivienda es propia, el 18% es rentada y el 9% es prestada. Es necesario resaltar que los artesanos adaptan su hogar para la elaboración del producto y suelen venderlos también en sus domicilios.

Dentro de los años que tiene la empresa, se encuentran diferentes categorías, de las cuales el 45% tienen de 1 a 5 años la empresa, el 27% menos del año, el 18% más de 10 años y 9% de 5 a 10 años, los artesanos que tenían más de 10 años comentaron que sus ingresos son identificados como constantes debido al tipo de mercado al que están dirigidos y por como los conoce el consumidor.

Para algunos artesanos, debido a la pandemia, el tiempo en que le dedican al negocio es mayor para aquellos que suelen tener otra ocupación, por lo que se identificó que el 45% dedica más de 8 horas al negocio, 36% dedica de 4 a 8 horas, y el 18% de 1 a 4 horas en esta categoría se encuentran los artesanos que tienen menos del año y hasta 3 años.

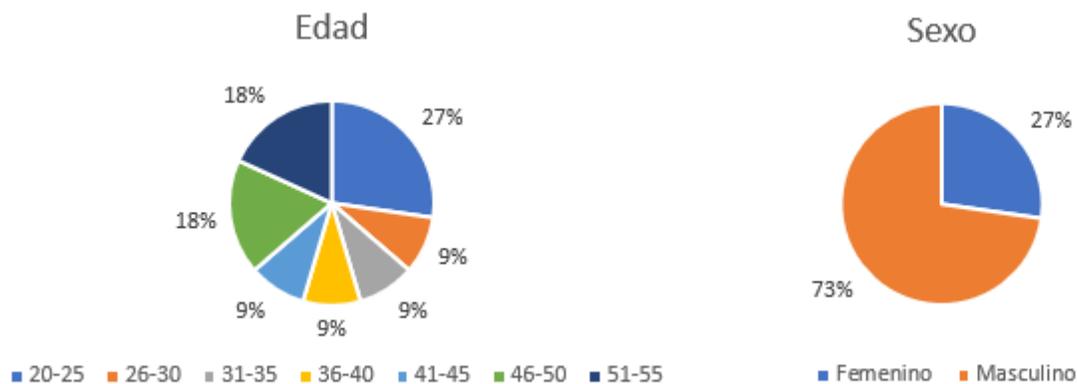
4.1.2. Del perfil familiar (familiness)

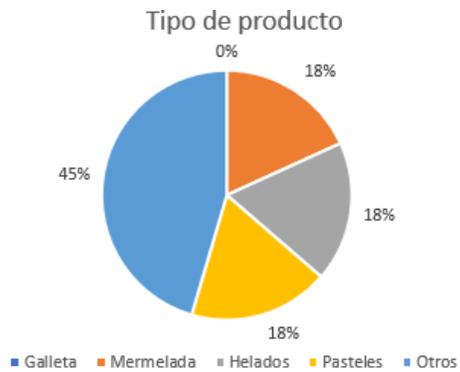
De acuerdo a Chrisman (2005) la interacción de la familia y elementos de organización son aspectos que describen parte de la composición de las empresas familiares, sin embargo, no existe un concepto que unifique a todas, las características al analizar las empresas familiares suelen ser distintas debido a su organización y en este caso de la investigación parte fundamental para el aprendizaje constante es la familia.

Los artesanos toman en cuenta a la familia como algo fundamental dentro del negocio como apoyo familiar y superación y, no sólo, tomado en cuenta de las actividades del negocio, sino, también parte del aprendizaje que brinda sabiduría para la toma de decisiones y la formación de carácter a lo largo de las diferentes temporadas, tanto para el dueño como para los miembros activos de la familia, que se presentan dentro del proceso que pasan los negocios tanto familiares y no familiares.

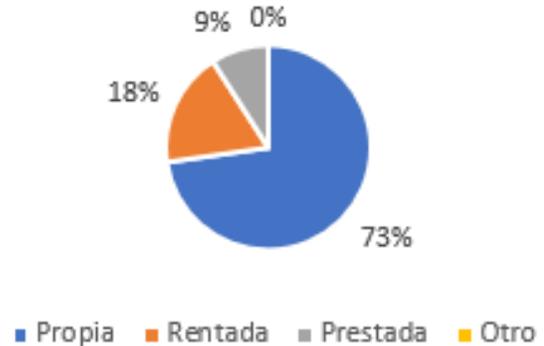
Por su parte, dentro de la investigación se encontró que 91% de los artesanos sí se dedican a otra ocupación aparte de atender el negocio, mientras que por su parte el 9% dice vivir del negocio, cabe mencionar que el 9% antes mencionado se encuentra en la categoría de antigüedad de la empresa de más de 10 años, por lo que su negocio se ha vuelto sostenible. Dentro del 91% las actividades a las que se dedican a parte del negocio resaltan sobre ser odontólogo, hogar, maestro, chef, asistente administrativo, fotógrafo, cuidado de viñedo, empleo en gobierno, estudiante y maestro de música.

Figura 7 Datos generales del perfil del artesano de alimentos

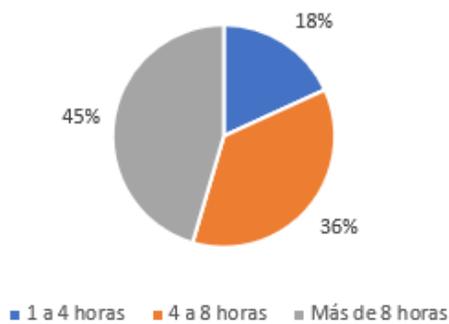




Tipo de vivienda



Horas dedicadas al negocio



Fuente: Elaboración propia con datos de trabajo de campo

4.2. De los objetivos planteados

4.2.1. *Analizar los factores que influyen en la apertura y permanencia de este tipo de empresas y el nivel de bienestar que se genera para los dueños y sus familias.*

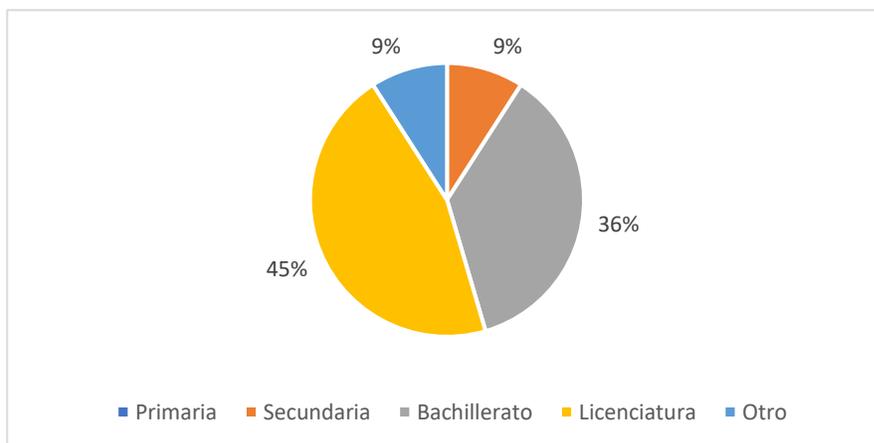
El papel del actor local tiene gran importancia para la apropiación adecuada y desarrollo de una zona, si bien, las actividades que éste realice tienen un efecto eminente dentro del territorio, no es diferente el resultado a las acciones que toman los artesanos de alimentos dentro de su empresa, ese efecto podría ser negativo y efectuar un estancamiento o bien, de gran avance para crecimiento de la empresa y del artesano, sin embargo, se requiere de pensamiento proactivo para generar el cambio positivo que permita avanzar hacia la meta propuesta.

De acuerdo con Arocena (2002), se entiende como actor local a un individuo, un grupo y/o institución donde su sistema de interacción coincide en intereses o limitantes con la sociedad local, en donde la visión del actor se relaciona en un espacio donde interactúa, y todo depende del nivel de acción que tenga en su entorno, en este

ambiente expresa que es el motor del desarrollo local, el cual es movido por intereses, prioridades o metas a fines a otros actores de la zona; dejando definido que es el protagonista en el cambio político, económico, social y cultural donde expresan propuestas que ayudan a potencializar su zona.

Dicho lo anterior, dentro del análisis que se realizó a los artesanos, se muestra que el nivel de estudios es de 45% en licenciatura, mientras que el 36% tiene bachillerato; dicho factor es importante debido a que los conocimientos que los artesanos tienen pueden aplicarse a su negocio y las formas de reaccionar ante los problemas con posibles soluciones son más actualizados al resto de los artesanos, si bien, (Andrade, 2002) menciona que existen características que comparten los artesanos, como lo es ésta, el desarrollo personal y constante crecimiento en información son factores que se encuentran en los negocios exitosos. Cabe resaltar que dentro de esta variable, el 9% de los artesanos cuentan con doctorado sobre la materia de emprendimiento, la cual comentan que es de ayuda para actualización de materia prima a utilizar para la elaboración de los productos de una manera más sana y saludable; brindando mejores opciones al consumidor y además de que su negocio ha salido a flote, esto debido a los conocimientos adquiridos dentro de la educación de cada artesano (Gráfico 1).

Gráfico 1 Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia con datos de trabajo de campo

Además del aspecto de educación como función de un factor de éxito considerado, se tiene también la experiencia adquirida durante el negocio en marcha, el carácter

formado a lo largo de las barreras que han enfrentado los artesanos y los momentos de alegría que han hecho avanzar el negocio, como parte de esto se analizaron las horas dedicadas al negocio y la experiencia de cada artesano respecto a la atribución que cada uno le daba al crecimiento obtenido; se encontró que el 45% de los artesanos le dedican más de 8 horas a su negocio, el 36% de 4 a 8 horas y el 18% le dedica de 1 a 4 horas, en relación a esta pregunta parte de ellos comentaban que las ventas dependían de estas horas, debido a que en el proceso del producto artesanal podría no tardarse tanto tiempo pero sí para la publicidad y para hacer conocer su negocio, debido a que en la actualidad la gente se relaciona por medio de redes sociales, y por la pandemia, todos están en constante interacción en dicha modalidad social.

Por su parte, al cuestionarle sobre a qué relacionaba el crecimiento obtenido de la empresa, los artesanos lo atribuían al apoyo familiar y de amigos, resaltando que la familia es parte fundamental para el crecimiento de la empresa y de la relación familiar debido a que gracias al negocio la relación familiar se benefició haciendo que se fortaleciera por las etapas que anteriormente nos mencionada Sharma, Chua, y Chrisman, (1997), al hablar del modelo basado en la dirección estratégica y las implicaciones que la familia puede tener de manera negativa o positiva, si bien, la organización y desarrollo, como se mencionaba en este modelo, los artesanos suelen tenerlos de manera indirecta por su experiencia de vida y la poca o nula formalidad que existe en la ciudad influencia a que se tenga considerado indirectamente y no plasmado, ya que como se mencionó anteriormente, los negocios con mayor durabilidad se han vuelto sostenibles, sin tener este tipo de acciones descritas como una organización formal lo tendría.

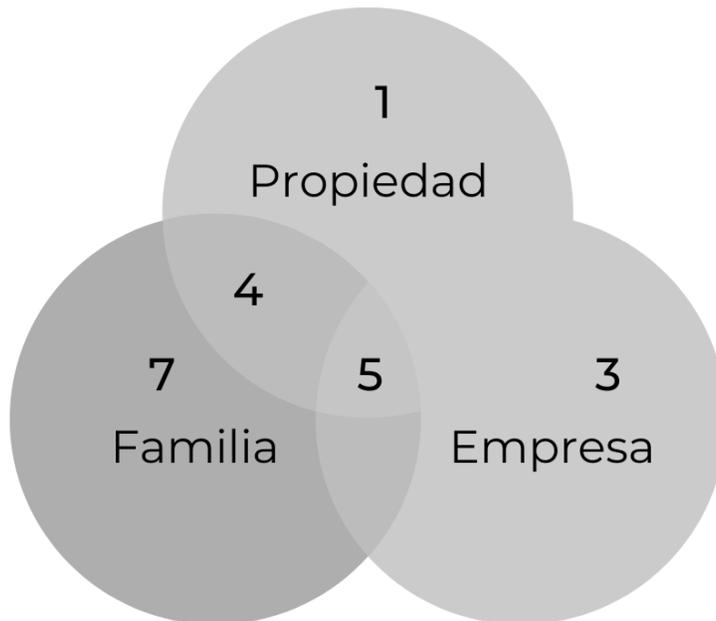
Parte del modelo antes mencionado se complementó con el modelo de los tres círculos, basado en la teoría de sistemas por Tagiuri y Davis, (1982), debido a que la teoría general de sistemas es comúnmente utilizada para la explicación de las empresas familiares, su enfoque analiza a las unidades familiares como un conjunto de componentes que se relacionan entre sí dinámicamente junto con su entorno que les rodea, es decir, *“Un cambio en cualquier elemento del sistema provoca inevitablemente cambios en otros”* Cabrera Suarez y García Falcón (1999); dicho lo

anterior se entrelazan por el tipo de funcionamiento de los negocios familiares analizados, además, la teoría dice que se describe o se analizan los negocios familiares como sistemas: familia y empresa donde debe coexistir una armonía en ambas para el buen funcionamiento, y en el análisis no es la excepción, que parte de las estrategias que utilizan los artesanos estén conscientes que tienen diferentes roles dentro de la empresa y la familia, debido a que aparte de ser miembros, cada uno toma el rol según corresponda para las actividades diarias del negocio.

Dentro de este modelo, recordemos que se tiene la familia, la empresa y la propiedad y su interacción, se describe por números que pueden estar dentro de los tres aspectos antes mencionados del modelo, por lo que los miembros pueden ubicarse a su vez en más de un aspecto, por su parte, en la investigación realizada, los artesanos cumplían con este modelo, debido a que como se mencionó anteriormente, por este tipo de empresas todos tienen una actividad que realizar, aparte de su rol familiar, es decir, el jefe de familia como el dueño del negocio, como el supervisor del área de finanzas y compras, además de tener derecho económico en el aspecto de propiedad, mientras que por su parte, el hijo y/o esposa encargado de atención al cliente, ventas, redes sociales y parte de la propiedad. De esta manera, lo mencionado por los autores destaca en esta investigación hacia el funcionamiento descrito teóricamente y que si bien todo está descrito de manera indirecta y no plasmada, además de que el 96% de los artesanos, al cuestionarles sobre la organización del personal respondían que todos tenían un rol, sin embargo, todos se mezclaban o se volvían operativos multifuncionales según se requería.

De manera visual, se describe lo siguiente, cómo se encontrarían las empresas relacionadas en los subconjuntos en la investigación (figura 6), el número 3 son aquellos que pertenezcan únicamente a la empresa, las personas que perciben sueldo sin ser miembros de la familia. En el espacio 4 están involucrados los miembros que son parte de la familia, que disponen de cierta propiedad, pero que no son empleados de la empresa, en el apartado 5 pertenece a los miembros de la familia pero que no trabajan en ella, y por último el apartado 7 estarán las personas que pertenecen a la familia y trabajan en la unidad familiar (Tagiuri y Davis, 1982).

Figura 6 Modelo de los tres círculos basado en la investigación



Fuente: Elaborado en base en Tagiuri y Davis (1982) adecuando a lo encontrado en la investigación.

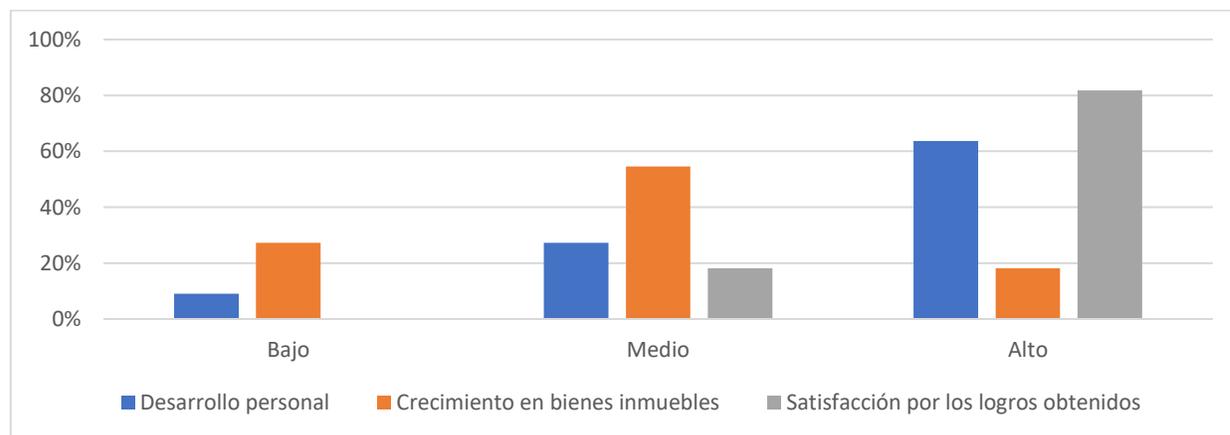
4.2.2. Del nivel de bienestar

Para este apartado, se analizaron las perspectivas del artesano en torno a la calidad de vida, el crecimiento tangible e intangible, el grado de satisfacción por los logros obtenidos y el desarrollo personal, desde la apertura de la empresa a la actualidad, donde se cuestionaron aspectos generales mencionados en el perfil del artesano (tipo de vivienda, educación y años de la empresa, entre otros). Se buscó conocer lo que para el artesano familiar significa cada uno de los aspectos antes mencionados para el desarrollo de su empresa y el impacto que éste produce de manera directa en su entorno, así como en ellos.

El análisis se realizó mediante una escala de likert, tomando en cuenta en primer lugar el desarrollo personal, donde 64% respondió que ha sido alto, debido a las experiencias que han pasado, buenas y malas en el negocio, además de las etapas en las relaciones familiares y con empleados no familiares, mientras que un 27% se catalogan en el grupo de medio y un 9% restante en nivel bajo, estos últimos se

catalogan en este grupo, debido al tiempo que tienen en el negocio en desarrollo, crecimiento en bienes inmuebles se encuentra un 55% en el apartado de medio, en esta categoría comentaron que cuando inician un negocio, siempre se tiene la ilusión de obtener crecimiento de este tipo con rapidez, sin embargo, no es así, es un subir y bajar para el logro de este apartado, por su parte el 27 % se tiene en nivel bajo debido al tiempo que tiene la empresa, y un 18% en la categoría alto, en esta categoría comentaron la experiencia, tanto del tiempo que tiene la empresa para el logro de un alto porcentaje de bienes inmuebles, así como también aquellos negocios que aun tenían poco tiempo, pero su negocio está en crecimiento, este aspecto de los bienes inmuebles ayudan al bienestar de cada persona, de acuerdo a lo explicado por Sen (1985), es importante identificar lo que los bienes pueden ayudar, ya que son usados para alcanzar un funcionamiento de utilidad, es decir, lo que un bien puede prestar; y por su parte el grado de satisfacción obtenido se tiene un 82% de los artesanos familiares que están satisfechos en cuánto lo que han logrado, alcanzar en sus metas propuestas y un 18% en nivel medio (Gráfico 2).

Gráfico 2 *Análisis de bienestar*



Fuente: elaboración propia en base a la información analizada.

Por su parte, en la perspectiva de calidad de vida que tienen los artesanos familiares, que tienen existe un 73% que considera su calidad de vida bueno en base a los aspectos antes mencionados, y tan sólo un 18% considera que es muy bueno; esto indica que de acuerdo a la perspectiva de los artesanos, se sienten cómodos con la calidad de vida que tienen, y que muchas veces debido a esa comodidad donde

obtienen ingresos para sus gastos y un poco más para utilizarlos en aspectos de recreación, no se busca un crecimiento más alto que el que se tiene; para ellos esto es parte del bienestar que experimentan en su trayectoria, lo que nos lleva al análisis de la teoría de las capacidades por Sen (2000); el aspecto de capacidades es usado para evaluar algunos puntos de bienestar individual, los grupos y la sociedad, así como la desigualdad, la pobreza, la ausencia de desarrollo y la calidad de vida; así como también puede ser usado como una herramienta para diseñar y evaluar políticas públicas de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales.

En este caso, para la investigación fue analizado en base a las organizaciones no gubernamentales; como se observa en los resultados antes mencionados y en base a esta teoría, para Sen (1985) la vida es percibida como un conjunto de funcionamientos que se encuentran relacionados entre sí, consistentes en emociones y acciones; al conjunto de funcionamientos es considerado de manera importante para la realización de una persona, es decir, se puede entender su realización como la suma de sus funcionamientos puesto que estos aspectos son características de su existencia o su identidad, logrando así reflejar lo que el sujeto puede hacer o ser.

Los funcionamientos hablados por el autor que son parte del bienestar se observó que se está dando en los artesanos; empezando por los funcionamientos simples (la función de alimentarse de una manera adecuada, tener buena salud, no tener enfermedades graves, entre otros), y por su parte, en los funcionamientos complejos, que podrían ser difíciles pero no imposible (el ser feliz, tener dignidad y lograr estar activos en la vida de la comunidad, entre otros), también se están dando aunque de manera más lenta, ya que la felicidad en sí es difícil de medir, se intentó analizar por el grado de satisfacción de los logros obtenidos y a pesar de que cada artesano tiene su propio aspecto de satisfacción, sin embargo, coinciden en que esa satisfacción se debe a las metas cumplidas desde la apertura, además de provocar un efecto ante la familia sobre esas metas cumplidas, ya que dar este ejemplo también es parte de un desarrollo personal que consideran como factor de éxito.

4.2.3. Identificar la ventaja competitiva que tienen este tipo de empresas comparados a su competencia

Para hablar sobre ventaja competitiva es necesario describir la tipicidad y la estética de los productos que los artesanos ofrecen debido a que estas características hacen la diferencia ante productos similares realizados por la competencia directa e indirecta; la tipicidad consta de cotejar aspectos cualitativos como sabor, presentación y consistencia encontrados en productos artesanales; es decir, sus características esenciales que suelen destacarse de los productos comerciales elaborados a base de químicos para su duración o bien productos elaborados de manera artesanal sin conservadores, que suelen ser diferentes a los mencionados al principio, al hablar de tipicidad se habla de tres dimensiones, la primera corresponde a las características del producto final, refiriéndose a la presentación del producto, y la composición química que resulta de la combinación de productos para el resultado final, y en la segunda dimensión se refiere a las prácticas ligadas a la producción de la materia prima, es decir, la forma de extracción y la elaboración del producto, por ejemplo, si es alimento de granja, se puede referir a donde se extrae la leche para el queso, otra puede ser la tierra de donde se extrae la fruta o verdura para la conserva, este punto tiene que ver con la calidad integral. Y, por último, la representación sociocultural de un producto por parte de los productores y consumidores, refiriéndose al valor agregado de prestigio y reputación que puede darse en el producto (Marescotti, 2006).

Dicho lo anterior, al cuestionarle sobre estas características que hacían diferencia a su competencia hacían referencia sobre la calidad del producto por la materia prima utilizada debido a que mayormente se compra en los mercados locales, resaltaron la frescura, el sabor diferenciador, la consistencia y dejaron al último la imagen, debido a que está en constante renovación de acuerdo a las actualizaciones del mercado al que van dirigidos. Además de mencionar que los consumidores suelen buscar productos libres de químicos y conservadores, o bien, productos que puedan degustar sin afectar alguna enfermedad que tengan; como lo es la diabetes.

Si bien, la teoría de los recursos y capacidades vista desde ambiente empresarial destaca que la competitividad se empunta sobre lo que la empresa tiene y puede explotar para sobresalir de su competencia (Wernerfelt, 1995), lo cual los

artesanos conocen dichas características, las cuales reafirman sobre un nicho conocido al que van dirigidos y que a lo largo del tiempo se han especializado para sus ventas.

Por otro lado la presentación que tienen los productos esta en pro de ayuda para el medio ambiente, ya que el producto por modalidad natural; el artesano regularmente busca esta armonía entre lo que contiene y su apariencia. Otro aspecto que se observó por las respuestas brindadas fue el que las empresas que tenían más de 10 años, su imagen estaba poco actualizada, debido a que no se requería de marketing que ayudara para su venta diaria, porque el mercado al que va dirigido ya tenía clientes estrella que acudían al negocio para el consumo (figura 7).

Figura 7 Características que sobresalen por antigüedad.

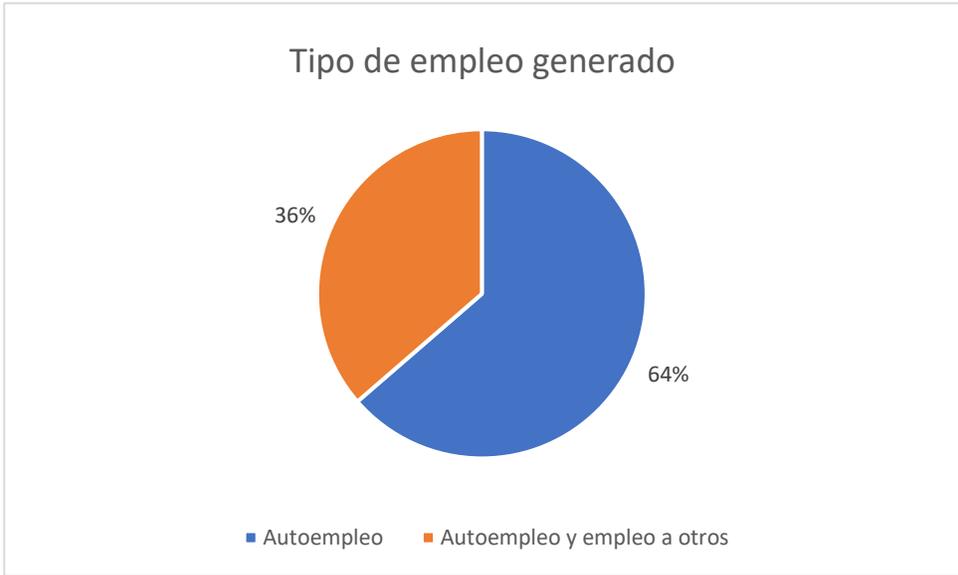


Fuente: elaboración propia.

4.2.4. Analizar si la permanencia de este tipo de empresas podría constituirse como autoempleo y si el núcleo familiar mantiene una estabilidad económica permanente o constante

De acuerdo al empleo que generan los artesanos con su negocio, se tiene que el 64% se autoemplea, contando a los miembros de la familia; mientras que el 36%, aparte de generar empleo para ellos mismos, están generando empleo para personas externas a la empresa; si bien, lo que nos indica es que la mayoría de los negocios artesanales se constituyen como autoempleo, debido a las actividades que manejan y el tamaño en que se encuentra la empresa, ya que son mayormente pequeñas con actividad de negocio ambulante o venta desde su hogar; el 34% restante se constituye con personas externas ayudantes en repartir el producto, encargados del negocio (negocio en casa) u otro.

Figura 8 *Tipo de empleo generado*



Fuente: Elaboración propia con base a análisis de resultados.

Por otra parte, para analizar la estabilidad económica se cuestionó las finanzas del negocio, mediante la venta aproximada del mes en kilos o unidades, dependiendo el caso del giro y el costo, además de la forma de organizarse, a lo cual por las diferencias existentes entre las empresas con mayor venta del mismo giro de las que no, se intentó caracterizarlas por antigüedad y giro mediante una tabla, donde los giros con letra (A) pertenecen a mayor de un año de antigüedad y los giros con letra (B) pertenecen a antigüedad de 6 meses a 1 año):

Tabla 3 *Análisis financiero por giro*

Análisis financiero (Antigüedad 1 año o más)		
Producto	Unidades por mes	Ingreso mensual
Helados (A)	336	\$ 8,400.00
Cerveza	250	\$ 12,500.00
Vino	200	\$ 30,000.00
Análisis financiero (Antigüedad de 6 meses a 1 año)		
Producto	Unidades por mes	Ingreso mensual
Helados (B)	15	\$ 225.00
Mermeladas	25	\$1,375.00

Nota: elaboración propia con base a resultados.

Los datos de la tabla antes mencionada se basan en unidades aproximadas, debido a que los artesanos podrían vender más de lo registrado, ya que por los giros en ocasiones llegan a vender por kilos. Se aprecia que los giros con mayor antigüedad podrían tener una economía constante por su ingreso, ya que su venta no sólo se da por redes sociales sino, que cuentan con establecimiento para su venta que pagan ellos mismos, o bien, se pueden localizar en los centros comerciales como lo es en los vinos y cervezas; mientras que por su parte el giro de helados (A) tienen un establecimiento fijo. Por otra parte, el análisis de los giros con menos antigüedad se debe a su surgimiento durante la pandemia y/o falta de empleo de acuerdo a lo contestado en entrevista, que si bien, no podrían constituirse como algo fijo de percepción, sí son de ayuda para algunos gastos familiares y que le dedican poco tiempo por el tamaño y ventas del negocio.

Dentro de las estrategias que los negocios mayormente utilizan son las redes sociales para llegar al cliente, el tiempo invertido es mayor para los negocios con menos antigüedad, debido que deben tratar de posicionarse, y dependiendo de estas estrategias definirán el desarrollo a un mayor nivel del negocio; según Porter (1988) el tipo de estrategia seleccionado más efectivo podría depender del área administrativa (dueño y/o supervisor), el orden en la estructura y las etapas de ciclo de vida del producto, que si bien se diferencia de Novelo (1993) ya que para él el éxito de un negocio depende de su ubicación, tipo de negocio y nivel educativo del dueño del

negocio; sin embargo, de acuerdo a lo analizado, hay negocios en giro como tejuino que el dueño pertenece al porcentaje de educación básica y las empresas se han mantenido más de 10 años , por lo que en esta investigación se encontró que algunos negocios han sobresalido debido a la experiencia y han aplicado diferentes métodos y estrategias para llegar a donde están, además de que anteriormente se mencionó que aunque sean empresas familiares del mismo giro, podrían estudiarse de manera diferente por su organización, tipo de constitución y formas de enfrentar los retos o éxitos.

4.2.5. Identificar cuál es el estatus de formalidad de este tipo de empresas y su contabilización de impacto en el desarrollo económico local

Para este objetivo se consideró el registro ante las instituciones correspondientes y el reglamento de salubridad necesario para operar con seguridad higiénica; de acuerdo a los resultados se tiene que el 18% de los negocios artesanales se encuentran registrados ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el 82% se encuentra no registrado ante la institución y se encuentra en informalidad fiscal, algunas razones que dieron fue por poco tiempo en funcionamiento, por el alto cobro de impuestos, sin embargo dentro del reglamento de salubridad y licencia de funcionamiento se obtuvo 45% con negocios que cuentan con ello y 55% con que no cuentan con reglamento; en este 55% se encuentran negocios que argumentaron tener medidas de salubridad para la realización adecuada del producto sin tener una licencia de funcionamiento; esto nos indica que existe una falta de conocimiento acerca de la importancia de las instituciones sobre la ciudad, sin embargo, de acuerdo a comentarios de los artesanos, perciben que el estar registrado ante una institución podría no dejarles un alto porcentaje de ganancia.

Dentro del DEL es importante la parte de instituciones, ya que ayudan al mejor control y conocimiento de la apertura y permanencia de cualquier tipo de empresa, mediante esto se pueden desarrollar programas que ayuden al crecimiento de las mismas, ya que cabe resaltar que son muy pocas las que tienen conocimiento sobre algún programa que pueda beneficiar a los negocios de este tipo, el 82% dice no

conocer alguna institución y/o programa de apoyo y el 18% dice sí conocerlo, debido a que han participado en programas como crédito a la palabra, el cual beneficiaba con Crédito con facilidades de pago y Jóvenes Construyendo el Futuro, el cual beneficia con volantes para el negocio.

Dicho lo anterior, el inicio del desarrollo de cualquier zona tendrá como pautas el conjunto de recursos económicos, humanos, culturales e institucionales que ayuden al crecimiento de su potencial de desarrollo, es decir, las pequeñas y medianas empresas las que con su flexibilidad y su capacidad empresarial y organizativas están llamadas a jugar un papel protagónico en los procesos de desarrollo endógeno (Vázquez Barquero, 1999). Por ello se puede decir que es importante el registro para contabilizar y analizar de una manera más profunda el desarrollo que emanan los negocios empresariales, ya que son parte importante para el crecimiento y desarrollo de la comunidad, y aunque no se tiene un registro exacto, no se puede decir que no ha existido un desarrollo notorio debido a que existen negocios artesanales con más de 10 años en función y han permanecido a lo largo del tiempo y que si bien, la expresión de crecimiento y desarrollo que perciben los artesanos para ellos ha sido bueno.

4.3. Conclusiones

Para la investigación realizada en primera instancia se contextualizó las empresas artesanales como comúnmente se fueron conociendo en México desde un fondo histórico con sus actividades principales que realizaban, desde las culturas que expresaban sus tradiciones mediante la comida preparada hasta las actividades que involucraban en el proceso de elaboración del alimento artesanal, su expresión a través de la familia y expresión cultural; estos antecedentes sobre el origen de lo artesanal fueron parteaguas para entender el contexto que los diferentes autores denominaban artesanal con relación a la familia y expresión de costumbres, el involucramiento de los “conocimientos ancestrales”.

Dicho lo anterior, los autores que se utilizaron durante la explicación teórica permitieron ampliar los factores y conceptos que están presentes en los actores locales, el involucramiento, la explicación del porqué de las actividades y decisiones que realizan, su expresión familiar encontrada como “familiness”, el proceso de entendimiento de la variedad y diferenciación entre los mismos artesanos familiares entrevistados, parte de las posturas de los autores enriquecieron la explicación a lo que comúnmente se observa en las zonas en desarrollo, el sustento familiar relacionado con el reconocimiento cultural y zona de origen que involuntariamente se observa en la ciudad de Tepic, Nayarit; es por ello que haber analizado sus conceptos e interacciones, y además los tipos de estrategias competitivas que utilizan este tipo de negocios en desarrollo permitieron obtener los resultados concretos para determinar si podrían considerarse que la actividad de alimentos artesanales en la ciudad estudiada permitían un desarrollo económico, observado desde su núcleo de *familiness*, es decir, desde un entorno donde involucra al artesano y su familia, un entorno donde se involucra al negocio y la zona donde se ubica y en un entorno donde además de ayudar al desarrollo de la zona; los habitantes pertenecientes son parte de estas mejoras; como los trabajadores e incluso el consumidor.

Por ello, la metodología empleada permitió acercarnos diferentes actores con años de experiencia como actores jóvenes con conocimiento actualizado sobre la comercialización, la valoración de los alimentos artesanales y la globalización que se da en ellos, esto enriqueció aportando lo siguiente:

En la ciudad de Tepic, Nayarit de acuerdo con la investigación, el emprendimiento se está dando mayormente por personas del sexo masculino con un 73%, algo que mayormente se esperaba que fueran por personas del sexo femenino, por el tipo de empresa artesanal familiar, sin embargo, de los negocios entrevistados sólo el 27% son mujeres.

Los artesanos familiares presentaron un alto nivel educativo el 45% de ellos cuentan con licenciatura que si bien, de acuerdo al análisis esto ayuda a una mejor toma de decisiones y estrategias para el crecimiento del negocio, no obstante, no aplica en todos debido a que hay negocios que han permanecido a lo largo del tiempo y que se encuentran dentro del 36% que tiene bachillerato. Dentro de las estrategias que mayormente usan los artesanos son las redes sociales para aumento de ventas y posicionamiento en el mercado, elaborando el producto desde casa.

La familia es parte fundamental del crecimiento, debido a al tipo de empresa que es y la influencia que en todo momento se tiene por la familia, ya que los artesanos consideran una parte importante el apoyo familiar que han recibido y toman en cuenta que el crecimiento obtenido hasta el momento es también parte de ese apoyo familiar que tienen.

Los negocios artesanales mayormente generan autoempleo con un 64%, debido a que sus ventas son en línea, negocio ambulante donde solo esta una o dos personas y/o venta con local desde su hogar; mientras que solo el 36% genera empleo a otros por necesitar repartidores y/o encargados de cierta área o cuidar el negocio.

Por otra parte, es evidente la falta de conocimiento o divulgación sobre las instituciones con programas que puedan ayudar al crecimiento de los negocios artesanales mediante capacitaciones de marketing y adecuaciones de mejora de distribución o cadena de valor de acuerdo al tipo de negocio artesanal, que permita

tomar en cuenta las características sobresalientes del producto, o bien, también reconocimiento cultural de los alimentos transformados y su forma de elaboración. Sin embargo, dicho lo anterior no se puede descartar en que el desarrollo económico local se esté dando, ya que están siendo beneficiadas cada familia, y que algunas de ellas han logrado que su negocio sea autosostenible y comience a generar empleo además de autoemplearse.

Por ello, la hipótesis planteada es posible de aceptar debido a que se consideran como autoempleo y que su crecimiento ha sobresalido por las experiencias de vida que han aplicado al negocio, además estar en un punto medio donde se tienen ganancias para las necesidades básicas con negocios autosostenibles, donde el 45% tiene de 1 a 5 años en funcionamiento.

Por otro lado, en relación con la teoría de Sharma, Chrisman y Chua (1999), sobre su modelo de dirección estratégica, se encontró que las empresas que se encontraban sobre su segunda generación aplican de manera no establecida los apartados que conforman el modelo, tal como sus objetivos establecidos y tipo de administración, sin embargo, mayormente no se encuentran visibles para todos los miembros de la organización por lo que la cabeza del negocio suele ser la que lleva a cabo este proceso de manera indirecta. Ahora bien, por su parte, la ventaja competitiva suele verse mayormente en este tipo de negocio, como nos decía Wernerfelt (1995) la ventaja es utilizada desde los recursos existentes; es decir, cada negocio artesanal cuenta con algún distintivo entre otros, como el sabor, la preparación, su historia, entre otros.

Referencias bibliográficas

- Albuquerque, F. (2004). El enfoque del Desarrollo Económico. *Oficina Internacional del Trabajo*, 1-84.
- Amat, J. M. (2000). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Andrade, J. (2002). Sucesión en la empresa familiar: Su futuro cuando la muerte está cerca. . *Revista Venezolana de Gerencia*, 380-382.
- Andrews, K. J. (1971). The Concept of Corporate Strategy. *Homewood: R. D. Irwin*, 1-5.
- Arocena, J. (2002). El desarrollo local: un desafío contemporáneo. *Taurus*, 1-13.
- Arocena, J. (2002). El Desarrollo Local: Un desafío contemporáneo. *Segunda Edición, Editorial Taurus -Universidad Católica. Uruguay*.
- Avalos Jacobo, V. H. (2014). Texto: el método científico aplicado en la elaboración de tesis para optar el título profesional de ingeniero químico. Informe Final. Resolución de aprobación N° 136 -2014-R. Bellavista: Universidad Nacional del Callao.
- Babatz, G. (1997). Agency problems, ownership structure, and voting structure under lax corporate governance rules: The case of Mexico. *Harvard University*.
- Bain, J. S. (1954). Economics of Scale, Concentration, and de Conditions of Entry in Twenty Manufacturing Industries. *American Economic Review*, 15-34.
- Bárdan Esquivel, c., Rivera Paz, g., González Moreno, m., Rodríguez Pacheco, a., Sánchez Cortés, j., & Sánchez Gaspar, a. (2002). Micro, pequeñas y medianas empresas en México. Evolución, funcionamiento y problemática. *República, instituto de investigaciones legislativas del senado de la república*, 1-444.
- Belausteguigoitia, I. (2004). Empresas familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación. *In SERBIULA (sistema Librum 2.0)*, 1-80.
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*, 94-583.
- Bonacich, E. y. (1980). The Economic Basis of Ethnic Solidarity: Small Business in the Japanese-American Community. *University of California*.
- Bourdieu, P. (1998). *Espacio social y poder simbólico, Cosas Dichas*. Argentina: Editorial Gedisa.
- Bourdieu, P. (2000). Poder, derecho y clase sociales. *Desclée de Brouwer s.a.*

- Buciega, A., & Esparcia, J. (2013). Desarrollo, Territorio y Capital Social. Un Análisis a partir de Dinámicas Relacionales en el Desarrollo Rural. *REDES - Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 81-113.
- Cabrera Suarez, K., & García Falcon, J. (1999). La empresa familiar: dimensiones conceptuales y perspectivas teorica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 7-29.
- Camacho Vera, J. H., Cervantes Escoto, F., Cesín Vargas, A., & Palacios Rangel, M. I. (2019). Los alimentos artesanales y la modernidad alimentaria. *Estudios Sociales: Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53), 1-20.
- Casillas, J., Díaz, C., & Vázquez, A. (2005). *La empresa familiar. Conceptos, casos y soluciones*. España: Thomson Editores.
- Castañeda, G. (2000). Governance of large corporations in Mexico and productivity implications. *ABANTE, studies in business management*, 57-89.
- Castrillo , L., & San Martin, J. (2007). La propiedad familiar como mecanismo de gobierno disciplinador de la direccion en las empresas mexicanas, una evidencia empírica. *Revista Contaduría y Administración*, 59-82.
- Chamberlin, E. H. (1993). *Monopolistic Competition*. Jossey Boss Publishers.
- Chrisman, J. J. (2005). Sources and consequences of distinctive Familiness: An introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Cochran, T. (1959). *The Puerto Rican businessman*. Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Coleman, J. (1988). Capital social y la creación de capital humano. *En American Journal of Sociology*.
- Correa, M. O., Frejomil, E. P., & Moreno, J. A. (2018). Acontecimientos socioeconómicos ligados con la actividad artesanal en México: una propuesta de periodización histórico-geográfica. *Papeles de Geografía*, 43-62.
- Daily, C., & Dollinger, M. (1992). An empirical examination of ownership structure in family and professionally managed firms. *Family Business Review*, 237-250.
- Davis, S. (1968). Entrepreneurial succession. *Administrative Science Quarterly. Special issue on Organizations and Social Development*, 402-416.
- De la Garza-Ramo, M. I., Medina Quintero, J. M., Mayer Granados, E., & Jiménez Almaguerl, K. P. (2012). La empresa familiar: desarrollo de sus tipologías de 1980 a 2009. *CienciaUAT*, 28-33.
- De Vroey, M. (2009). El liberalismo económico y la crisis. *Lecturas de Economía* , 11-38.

- Delgado Barrios, J. C. (2018). La dimensión social del actor local en el talento territorial. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 1-29.
- Demsetz, H., & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: causes and consequences. *Journal of Law and Economics*, págs. 375-390.
- Donckels, R., & Fröhlich, E. (1991). Are family businesses really different? European experiences from stratos. *Family Business Review*, 149-160.
- Dunn, B. (1995). Success Themes in Scottish Family Enterprise: Philosophies and practice trough the generation. *Family business Review*, 17-28.
- Durán , J., & San Martin, J. (2016). *Evolución de la planeacion estratégica en la empresa familiar en méxico*. Puebla: Editorial UDLAP.
- Escribano, G. (2010). *Teorías del desarrollo económico*. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Esparcia, J., Escribano, J., & Serran, J. J. (2016). Una aproximación al enfoque del capital social y a su contribución al estudio de los procesos de desarrollo local. *Investigaciones Regionales — Journal of Regional Research*, 49-71.
- Forcadell, F. J. (2002). La familiness de la empresa familiar: Una aproximación a su contenido. *ResearchGate*, 1-26.
- García Docampo, M. (2007). *Perspectivas teóricas en Desarrollo Local*. España: Netbibb.
- García, E. (2007). El concepto de actor. Reflexiones y propuestas para la ciencia política. *En Revista Andamios*, 1-18.
- García, N. (1982). Las culturas populares en el capitalismo. *D. F., México: Nueva Imagen*.
- Garofoli, G. (2009). *Las experiencias de Desarrollo Económico Local en Europa: Las enseñanzas para América Latina*. Costa Rica: Universidad de Insubria, Oficina de Coordinación y Orientación del Programa URB-AL III.
- Gersick, K., Davis, J., McCollon, M., & Lansberg, I. (1997). Generation to generation: Life cycles of the family business. *Harvard Business School Press*.
- Gimeno Sandig, A. (02 de 04 de 2020). *El desempeño de la empresa familiar: un estudio causal de los factores y variables internas*. Obtenido de Tesis de doctorado, Universidad Ramón Llull, Barcelona, España: [http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/TESIS %20A %20GIMENO.pdf](http://www.biblioferrersalat.com/media/documentos/TESIS%20A%20GIMENO.pdf)
- Grabinsky, S. (1991). La empresa familiar: Guía para crecer y sobrevivir. *Del Verbo Emprender*.

- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*.
- Habbershon, T., & Williams, M. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms, Working. *Enterprising families initiative, Wharton*, 101.
- Handler, W. C. (1989). Managing the family firm succession process: The next generation family member's experience. *University School of Management*, 257-376.
- Hernández Ramírez, V., Pineda Domínguez, D., & Andrade Vallejo, M. A. (2011). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Universidad del Rosario*, 65-92.
- Hernández, M., & Mendoza, J. (2006). Cultura organizacional, el caso de las empresas hidalguenses. *XV Congreso Hispano Frances de AEDEM*, 137-162.
- Hoshino, T. (2004). Family business in Mexico: responses to human resource, limitations and management succession. *Instituto of developing economies*, 12.
- Husain, A. (1956). Human and social impact of technological change in Pakistan. *Oxford University*.
- Husted, B., & Serrano, C. (2001). Corporate Governance in Mexico. *ITESM, EGADE, Monterrey*.
- INEGI. (1999). Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Censos económicos de 1999. Estratificación de los establecimientos. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*, 12.
- INEGI. (2011). Diseño de la muestra en proyecto de empresa. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 1-23.
- INEGI. (02 de Septiembre de 2019). Resultados de la encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (ENAPROCE) 2018. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*, págs. 1-3.
- INEGI. (10 de Diciembre de 2019). Presentación Censo Económico 2019, Resultados Oportunos. *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*, págs. 1-45.
- INEGI. (2019). Resultados de ENOE 2019. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2019*, 1-28.
- Kanter, R. (1978). Families, family processes, and economic life: Toward systematic analysis of social historical research, en J. Demos and S. S. Boocock (eds.). *Turning Points: Historical and Sociological Essays on the Family.*, 316-39.
- Lagrange, L., Hervé, B., & Trognon, L. (2000). Produits agricoles et alimentaires de qualité. Importance économique des marchés et potentiels de développement. *Économie rurale*, 6-28.

- Lin, N. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. *Connections*, 28-51.
- Lozano Posso, M. (2000). El protocolo en las empresas de propiedad familiar. *Estudios Gerenciales. Universidad ICESI (74)*, 49-67.
- Lozares, C., López Roldán, P., Verd, J. M., & Marti, J. M. (2013). Cohesión, Vinculación Integración sociales en el marco del Capital Social. *REDES - Revista hispana para el análisis de las redes sociales*, 1-28.
- Marescotti, A. (2006). "Le Dimensione della Tipicità dei Prodotti Agroalimentari". *Guida per la Valorizzazione dei Prodotti Agroalimentari Tipici (concetti, metodologie strumenti)*.
- Mariscal Haro, D., Beltrán Gómez, I. Y., Beltrán Gómez, L. L., & Haro Beas, J. F. (2007). Perfil de los negocios familiares del Centro de la Ciudad de Tepic, Nayarit. *Revista educateconciencia*, 187-202.
- Martos, E. S. (2015). Exito y tipología de la empresa familiar: implicaciones. *Universidad de la roja*, 1-309.
- Mayorquín, C. B. (s.f.). *Enciclopedia de Los Municipios y Delegaciones de México*. Obtenido de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM18nayarit/municipios/18017a.html>
- Molly, V. L. (2010). Family Business Succession and Its Impact on Financial Structure and Performance. *Family Business Review*, 131-147.
- Moore, W. (1951). Industrial relations and the social order. *Macmillan*.
- Novelo, V. (2002). Ser indio, artista y artesano en México. *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad.*, 165-178. Obtenido de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/EspiralOculto/article/view/1243/1124>
- Nubia Arias, B. (2016). El consumo responsable: educar para la sostenibilidad ambiental. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 29-34.
- Pena López, J. A., & Sánchez Santos, J. M. (2017). El capital social como recurso de la empresa familiar: la familiness. *ResearchGate*, 1-96.
- Persiva, E. M. (1997). Producción alimenticia artesanal: patrimonio socio-cultural y modelo agrario. *Unidad de Economía Agraria. Dpto. P.A.C.A.*, 1-25.
- Porter, M. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. *New York: Free Press*.
- Putnam, R. (1993). "The prosperous community Social capital and public life. *The American Prospect*, 35-42.

- Quejada Pérez, R. F., & Ávila Gutiérrez, J. N. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 81., 149-158.
- Quejada Pérez, R. F., & Ávila Gutiérrez, J. N. (2016). Empresas familiares: Conceptos, teorías y estructuras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 149-158.
- Reynoso, C. F. (2017). Las teorías de la ventaja competitiva. *Researchgate*, 1-51.
- Robeyns, I. (2005). The Capability Approach: a theoretical survey. *Journal of Human Development*, 93-114.
- Sanjurjo Rivera, E., y Campos Palacín, P. (2011). Análisis de las actividades económicas en un manglar de usos múltiples: Un estudio de caso en San Blas, Nayarit, México. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.)*, 19(38), 195-220.
- Senado de la República, (29 de Febrero de 2020). PYMES, Importante motor para el desarrollo económico nacional. DF, México. Obtenido de <http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/47767-pymes-importante-motor-para-el-desarrollo-economico-nacional-mc.html#:~:text=1%20millones%20son%20Pymes%20del,52%20por%20cient o%20del%20PIB>.
- Sen, A. (1985). *Commodities and Capabilities*. Amsterdam: North-Holland.
- Serrano Bedía, A. M., López Fernández, M. C., Gómez López, R., & García Piqueres, G. (2012). El efecto del familiness en la performance innovadora de las empresas familiares: un análisis exploratorio. *Revista de Empresa Familiar*, 7-21.
- Sharma, P., Chua, J. H., & Chrisman, J. J. (1997). Strategic management of the family business: Past research and future challenges. *Family Business Review*, 1-35.
- Smith, A. (2015). *La riqueza de las naciones*. Edición Carlos Rodríguez Braun. Madrid, España: Titivillus.
- Soto Maciel, A. (2013). La empresa familiar en México. Situación actual de la investigación. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 135-171.
- Suárez Estrada, M. (2008). El papel de las instituciones en el cambio económico de México. *Problemas del desarrollo*, 39(154), 37-59.
- Tagiuri, R., & Davis, J. (1982). Atributos ambivalentes de la empresa familiar. *Family Business Review*, 11-16.
- Torres, D. R. (2009). Institución de la Artesanía: Entre Patrimonio Cultural y Desarrollo Empresarial. *Universidad Nacional de Colombia*, 1-69.

- Treviño Rodríguez, R. (2010). Empresas familiares. Visión latinoamericana. Estructura, gestión, crecimiento y continuidad. *Pearson Educación de México*.
- Urquijo Angarita, M. J. (2014). La teoría de las capacidades en amartya sen. *Edetania* 46, 63-80.
- Vázquez Barquero, A. (1988). Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo. *Política Económica Local*.
- Vázquez Barquero, A. (1999). *Desarrollo, redes e innovación: Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid, España: Ediciones Piramide, SA.
- Vázquez Barquero, A. (2005). Desarrollo endógeno. En A. V. Barquero, *Las nuevas fuerzas del desarrollo* (págs. 1-14). España: Antoni Bosch Editor.
- Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.
- Vázquez Barquero, A. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Universitas Forum*, 1-11.
- Velázquez, M. (2015). Comentarios críticos. Imaginarios nacionales e identidades cosmopolitas. *El Museo Nacional de Artes e Industrias Populares*, 1-25.
- Wernerfelt, B. (1995). A Resource-based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 171-174.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 151-208.
- Zamudio, J., & Satsumi, J. (2014). Las diversas Tipologías de las Empresas Familiares: un acercamiento Teórico. 87-97.
- Zamudio, J., & Satsumi, J. (2014). Las diversas Tipologías de las Empresas Familiares: un acercamiento Teórico. *Universidad Cristóbal Colon*, 87-97.

Anexos

Anexo 1 Cuestionario para empresario de producción de alimentos artesanales



CUESTIONARIO PARA EMPRESARIOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ARTESANALES



Folio: _____

Fecha: _____

Hora inicio: _____ Hora de termino: _____

El presente cuestionario tiene la finalidad de recabar información para la investigación titulada: Empresas familiares del sector alimenticio artesanal como estrategia de autoempleo que se está llevando en la Universidad Autónoma de Nayarit. Este cuestionario es realizado con fines académicos, agradecemos las respuestas.

Perfil del empresario:

1. Nombre de la empresa: _____
2. Nombre del entrevistado: _____
3. Puesto que desempeña: _____
4. Sexo: () Femenino () Masculino
5. Edad: _____
6. Nivel de estudios terminados:
() Primaria () Secundaria () Bachillerato () Licenciatura () Otro _____
7. La vivienda en la que usted habita es:
() Propia () Rentada () Prestada () Otro _____
8. ¿Qué valores destacan en la familia?
() Responsabilidad () Sacrificio () Disciplina () Respeto y generosidad

9. Tipo de producto que elabora:
 Galletas Mermelada Helados Pasteles
Otros_____
10. ¿Cuántos años tiene la empresa?
 Menos de un año De 1 a 5 años De 5 a 10 años Mas de 10 años
11. ¿Cuántas horas al día dedica al negocio?
 1 a 4 horas 4 a 8 horas Mas de 8 horas
12. ¿A parte del negocio artesanal, tiene otra ocupación?
 Sí ¿Cuál?_____ No
13. ¿Cuántas personas laboran en el negocio?
 1 a 5 personas 5 a 10 personas 10 a 15 personas
14. ¿Las personas que laboran en el negocio son parte de la familia?
 Sí ¿Cuántas?_____ No
15. ¿Por cuantas generaciones ha pasado el negocio?
 1 a 2 3 a 4 5 a 6 Otro_____
16. ¿Has asistido a talleres o conferencia para empresarios por su cuenta sin apoyo?
 Si ¿Cuál? _____ No
17. ¿Recibe capacitación el personal?
 Si No (Saltar a la pregunta 19)
18. ¿Qué tan frecuente recibe capacitación el personal?
 1 a 3 meses 3 a 6 meses 1 vez al año

Aspecto producción y comercialización

19. ¿Qué tipo de empleo generas con las actividades que realizas?
 Autoempleo Empleo a otros Autoempleo y empleo a otros
20. ¿Qué cantidad aproximado vende al mes?

Por kilo	Marcar con una x	Por unidad	Marcar con una x
10 kilos		10 unidades	
15 kilos		15 unidades	
20 kilos		20 unidades	
Mas de 20 kilos		Más de 20 unidades	

21. ¿Cuál es el precio del producto?

\$25.00 \$30.00 \$35.00 Otro: _____

22. ¿Dónde comercializa el producto?

Redes sociales y/o página web Mercado Local Abarrotes Otro: _____

23. ¿Tiene algún sitio específico donde elabora el producto?

Si, ¿Cuál? _____ No

24. ¿El lugar donde realiza el producto es el mismo para su venta?

Si No

25. ¿Utiliza maquinaria para la elaboración del producto?

Si No

Aspecto político- administrativo

26. ¿Conoces algunas instituciones que apoyen al negocio empresarial artesanal?

Sí ¿Cuáles? _____ No

27. ¿Ha recibido algún apoyo de instituciones que apoyen el negocio empresarial artesanal?

Si No (Saltar a la pregunta 33)

28. ¿Recibiste ayuda durante el proceso de aplicación al apoyo?

Si No

29. ¿Durante el proceso de solicitud, consideras que recibiste algún tipo de discriminación?

Si No

30. ¿Se encuentra registrado en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público?

Si No

30BIS. ¿Tiene permisos de funcionamiento la ciudad, del municipio, Salubridad?

() Si () No

Aspecto social- cultural

Preguntas de percepción: Marcar con una x los siguientes enunciados

Pregunta	Bajo	Medio	Alto
. Considera que el desarrollo personal desde la apertura de la empresa a la actualidad es:			
. Considera que el crecimiento en activos fijos desde su apertura a la actualidad ha sido:			
. El grado de satisfacción por los logros obtenidos es:			

Pregunta	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
. La relación familiar es:				
. Considera su calidad de vida como:				
. La relación entre los empleados es:				

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2 Guía de entrevista para empresarios de producción de alimentos artesanales

GUÍA DE ENTREVISTA PARA EMPRESARIOS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ARTESANALES

Folio: _____

Fecha: _____

Hora inicio: _____

Hora de termino: _____

Datos generales:

Nombre de la empresa: _____

Nombre del entrevistado: _____

Puesto que desempeña: _____

Edad: _____

Sexo: () Femenino () Masculino

Tipo de producto que elabora: _____

Aspecto producción y comercialización

¿Para usted como es el proceso artesanal de un producto?

¿Qué diferencia a su producto artesanal de un producto similar procesado?

¿Dónde compra los insumos para los productos?

¿Cuáles son los lugares en donde se pueden encontrar los productos?

¿Ha tenido la oportunidad de realizar envíos fuera de Tepic?

Si su respuesta es sí: ¿Cómo fue su experiencia?

Aspecto Político- administrativo

¿Conoces algunas instituciones que apoyen al negocio empresarial artesanal?

A lo largo del tiempo que tiene la empresa ¿Ha recibido algún apoyo de instituciones como INJUVE y/o FONDO PYME?

¿Alguna vez a recibido algún crédito o facilidades de pago de alguna institución financiera y/o proveedor?

Si su respuesta es sí, ¿Cómo fue el proceso para obtenerlo?

¿Considera que ha tenido un crecimiento en la empresa desde su apertura?

Desde su experiencia ¿A qué atribuye el crecimiento de la empresa?

¿Cómo está organizado el personal de la empresa en relación a las actividades, existen departamentos establecidos?

¿La empresa tiene una misión plasmada? Si es así, ¿Todos los empleados la conocen?

Aspecto cultura y tradiciones

¿Qué valores usted podría destacar en la empresa?

¿Qué significa para usted que la familia sea parte de la empresa?

¿Ha tenido el apoyo que necesita durante el crecimiento de la empresa?

¿Por cuantas generaciones ha pasado el negocio?

¿Se han aplicado cambios de actualización durante las generaciones?

Si su respuesta es sí: ¿Cuáles han sido?

Anexo 3 Consentimiento de enterado para entrevista y cuestionario

 **FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA Y CUESTIONARIO**



Folio: _____

Fecha: _____

Yo, _____, acepto participar voluntariamente en la investigación “Empresas familiares del sector alimenticio artesanal como estrategia de autoempleo en el desarrollo local de Tepic, Nayarit” de la Universidad Autónoma de Nayarit.

Declaro que se me ha especificado que la información proporcionada es para uso académico como contribución a la investigación antes mencionada he comprendido las condiciones de mi participación en este estudio y he tenido la oportunidad de hacer preguntas, las cuales han sido respondidas. Se me ha mencionado que puedo consultar el estudio cuando se haya publicado en la universidad.

Firma Participante

Firma Investigador Responsable

Este documento se firma en dos ejemplares, quedando una copia en poder de cada parte.