



Diagnóstico de necesidades y perspectivas en las MiPyMEs de Tuxtepec

Jessica Isabel Rodríguez Martínez¹, José Antonio Hernández Contreras¹, Andrea Paola Arau Silva¹, Isáí Campechano Ayala¹, Maricela Leyva Cobos¹, Edith Montaña Carlos¹ y Yaredith Cristal Soriano Sánchez¹

¹ Universidad del Papaloapan. jrodriguez@unpa.edu.mx

Existe un gran interés por impulsar el desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas, ya que en nuestro país éstas aportan el 41.8% del empleo total del país, razón por la cual se han buscado estrategias que permitan su permanencia y crecimiento, sin embargo, en lo referente a la administración, y principalmente en la planeación, hasta el momento no se ha logrado que todas éstas empresas sean eficientes por lo que su período de vida, en la mayoría de los casos, es muy corto. Bajo este sentido es imprescindible que antes de establecer estrategias se conozca qué es lo que las empresas necesitan, lo cual puede lograrse mediante la aplicación de un diagnóstico de necesidades, el cual permite determinar e identificar los problemas específicos de los negocios y así establecer acciones y estrategias específicas para el desarrollo empresarial. El objetivo del trabajo fue realizar un diagnóstico sobre la forma en que las empresas del giro de Alimentos y Bebidas de la ciudad de Tuxtepec, Oaxaca realizan la planeación, con el fin establecer alternativas que permitan la eficiencia organizacional. Para el estudio participaron 144 empresas y se diseñó un cuestionario de 84 reactivos, divididos en 8 apartados: datos generales del negocio, motivación y financiamiento, planeación, organización, dirección, control, entorno, mercadotecnia y ventas. Se realizó un análisis de distribución de frecuencias. Dentro de los principales resultados se encontró que en el 68.75% de los negocios entrevistados se establecen objetivos, pero solo el 9.03% les dio formalidad al ponerlos por escrito; el 64.58% de los negocios establecieron sus objetivos a corto y mediano plazo. En el 60.42% de los negocios los objetivos son comunicados a los empleados y el 69.44% mencionó darle seguimiento a éstos. En lo referente a la filosofía institucional el 63.19% de los negocios mencionan tenerla identificada, pero sólo el 18.75% la tienen por escrito. En lo referente a las perspectivas que tienen los dueños de los negocios se observó que para dentro de un año el 78.47% consideran que su negocio mejorará, el 15.27% que se mantendrá igual, el 4.86% no tienen perspectivas y sólo el 1.39% considera le irá peor o cerrará; lo cual contrasta con la perspectiva que tienen para dentro de tres años, donde el 79.17% espera una mejoría, el 11.11% se ve igual, el 8.33% no tiene perspectivas para el futuro, y el 1.39% se ve peor o cerrando. En conclusión es importante considerar que en la mayoría de los negocios encuestados quien se encarga de tomar las decisiones es el dueño, sin embargo se observó que tanto la administración como la planeación que se lleva en los negocios entrevistados se hace de manera empírica, razón por la cual no se tienen estrategias ni acciones bien definidas que ayuden a resolver los problemas que se presentan.