

**Ingeniería en Comunicación Social de las MIPYMES. Apreciaciones iniciales**  
Luisa Renée Dueñas Salmán (México).<sup>1</sup>

**Resumen.**

El presente artículo se divide en tres secciones: un panorama general sobre la situación y naturaleza de las MIPYMES en el contexto nacional; como segundo punto un acercamiento a las posibilidades que brinda la investigación de las Ciencias Sociales y los beneficios de trabajar interdisciplinariamente; en tercer lugar, una aproximación al concepto de Ingeniería Social, destacando las primeras oportunidades que este programa metodológico ofrece al campo de estudio y desarrollo de las MIPYMES; con los primeros trazos del estudio desde la Ingeniería en Comunicación Social para la permanencia y el crecimiento de este tipo de organizaciones.

**Palabras clave.**

Ingeniería en Comunicación Social, MIPYMES, microempresas, Interdisciplinariedad

**Abstract.**

*This article is divided into three sections: an overview on the status and nature of MSMEs in the national context; as the second point an approach to the possibilities offered by the Social Science and the benefits of interdisciplinary work; thirdly, an approximation to the concept of Social Communication Engineering, highlighting the first opportunities that this methodological program provides to the field of study and development of MSMEs; with the first steps of the study from the Social Communication Engineering forward to permanence and growth of these organizations.*

**Keywords.**

*Social Communication Engineering, MSMEs, microenterprises, Interdisciplinary.*

## **Introducción.**

De la importancia que han tomado las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en el país y a nivel global, surge la necesidad de analizar y evaluar el papel que hoy en día juegan dichas empresas en México, en el mundo y en nuestro entorno inmediato y diario; así como profundizar como se desenvuelven en su contexto y su capacidad de adaptación a los cambios económicos, políticos y sociales que acontecen cotidianamente. Recientemente las MIPYMES (microempresas específicamente), como objeto de estudio desde el área de la gestión y los negocios, han sido objeto de controversia por su naturaleza misma: en su mayoría organizaciones con una permanencia a corto plazo. No obstante es esa condición perecedera la que la vuelve un tema de investigación relevante con varias preguntas por resolver: ahora desde la investigación interdisciplinaria y la Ingeniería en Comunicación Social.

## **Situación general de las mipymes en México.**

De acuerdo con la Secretaría de Economía (2011) las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en México son un elemento fundamental para el desarrollo económico ya que generan más del cincuenta por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y contribuyen más allá del setenta por ciento de los empleos formales en el país: su contribución se refleja en el desarrollo económico y del empleo de la nación (DENUE, 2013). En materia de legislación se ha promovido la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, publicada en 2002 en el Diario Oficial de la Federación, con el objetivo de promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de MIPYMES; en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2013 se asignó un rubro específico para el apoyo a las MIPYMES, así como recursos al Programa del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME). A nivel mundial también se ha observado que los gobiernos son cada vez más conscientes de la importancia que tiene el fomentar el

crecimiento de las MIPYMES para un posterior desarrollo económico nacional. Cada país por medio de sus políticas públicas ha dedicado cierto porcentaje del PIB al gasto en apoyo a las pequeñas y medianas empresas y gasto en fomento a las PYMES (CEPAL, 2009).

Para Garza (2000) las MIPYMES son una modalidad económica de organización con un número específico de integrantes y un determinado impacto económico. Coincide con Rodríguez Valencia (2010) en su clasificación por número de empleados y ramo al que pertenece la organización.

<b>Clasificación de organizaciones de acuerdo al número de empleados</b>			
Tamaño (clase )	INDUSTRIALES	COMERCIALES	DE SERVICIOS
Microempresas	1 a 30 empleados	1 a 5 empleados	1 a 20 empleados
Pequeñas empresas	31 a 100 empleados	5 a 20 empleados	21 a 50 empleados
Medianas empresas	101 a 500 empleados	21 a 100 empleados	51 a 100 empleados
Grandes empresas	501 o más empleados	101 o más empleados	101 o más empleados

Fuente: Rodríguez Valencia, 2010.

En México, la Secretaría de Economía considera que el tamaño de la empresa se determinará a partir del número de trabajadores multiplicado por 10%, más el monto de las ventas anuales por 90%, en una cifra que debe ser igual o menor al Tope Máximo Combinado de cada categoría; tal como está publicado en el Diario Oficial de la Federación y se muestra en el siguiente cuadro.

<b>Estratificación de empresas por tamaño según el Diario Oficial de la Federación</b>				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93

	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario Oficial de la Federación del 30 de junio, 2009.

Desde la perspectiva de Morgan (2007) es en las MIPYMES donde descansa el futuro social y económico de los países; son evidentes los beneficios económicos, sociales, políticos, dentro de distintos sectores y mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Por mencionar sólo algunos de esos beneficios se pueden destacar la generación de empleos, la participación en los indicadores económicos, la producción de bienes y servicios, la distribución de los mismos mediante la comercialización, la innovación al crear y transmitir tecnología, la creación de vínculos comerciales y económicos entre zonas rurales y urbanas, así como el fomento a la competencia y el medio para el desarrollo profesional.

Sin embargo, también dentro de las características de las MIPYMES, hay algunas que no favorecen su actuación como: débiles prácticas administrativas resultado de no profesionalizarse en el manejo de negocios, poca o nula capacitación, escasez de capital económico, carencia de conocimientos para explotar su posición comercial, financiera y operativa, falta de información sobre posibles fuentes de financiamiento y crédito; lo que puede desencadenar consecuencias como tener una deficiente posición comercial, contar con reducidas oportunidades de crecimiento en los mercados, o manejar operaciones en mercados reducidos teniendo poco impacto en el entorno económico en el que operan.

Del Programa Estatal de Competitividad e Innovación (2006) y de la Secretaría de Economía por medio del Observatorio PYME se resaltan algunos otros aspectos que suelen también frenar la competitividad y desarrollo de este tipo de empresas, como el manejo de la economía de libre mercado, variaciones con tasas de cambio, espíritu empresarial no dirigido, altos costos laborales, restringido acceso a mercados extranjeros, falta de personal calificado, costos de operación que los absorben, infraestructuras de operación limitada, producción y logísticas adaptadas y no adecuadas, tecnología informática obsoleta, visión de mercado frágil con pérdida de oportunidades e insuficiente experiencia en negocios; mención aparte amerita una condición en que se encuentran gran número de ellas: provienen del núcleo familiar.

Las empresas familiares son las más comunes dentro de las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) ya que es dentro de la familia donde nace la idea (o necesidad) de crear una empresa, pero es también en donde se tienen mayores problemas para la gestión de la misma ya que no cumplen con organización, innovación tecnológica, mercadotecnia, contabilidad, finanzas, asuntos fiscales, producción, recursos humanos y finalmente porque están conformadas por un ambiente familiar donde el responsable del negocio suele el padre o la madre de familia; esta condición de intimidad puede ser un factor inhibitor de procesos de crecimiento donde se requiere una toma de decisiones sin temor a fracturar las relaciones fraternales.

Derivado de lo anterior, se visualizan retos importantes para las MIPYMES como promover su productividad en comparación de situaciones similares en otros países, participación contundente en el valor agregado de la economía, incremento en la competitividad en estas organizaciones, vincularse con otras empresas de este tipo y con los sectores dinámicos de la economía, buscar la participación en el comercio exterior y hacer un adecuado uso de financiamiento y manejo de sus recursos diversos, lograr capacitación y profesionalizar su desempeño, tomar alternativas de los centros de investigación y desarrollo a fin de promover o producir cultura de innovación y calidad dentro de un proceso de desarrollo sostenible. Anzola (2012) destaca algunas últimas causas adicionales

a las expuestas, por las que se discute que las MIPYMES no funcionarán a largo plazo: temor al fracaso, falta de un plan de negocios, y no reinversión de utilidades en mejoras.

Dentro del porcentaje de MIPYMES en México las microempresas representan casi el 94% del número total<sup>2</sup>, las pequeñas rondan el 5%, y las medianas están apenas abajo del 1%. En cuanto a los ingresos que se obtienen por estas organizaciones, las microempresas aportan el 13%, las pequeñas empresas el 11%, y las medianas un 16% del Producto Interno Bruto Nacional. El sector que más predomina en las MIPYMES son los servicios educativos y el que menos prevalece es el de servicios corporativos (Dueñas, et.al., 2013). Cada año el gobierno mexicano, por medio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), recibe alrededor 100,000 solicitudes para crear nuevas empresas y el 80% de éstas muere antes de cumplir el primer año, el otro 20%, o la mayoría, cierra sus puertas antes de un lustro. El DENUE (2013) hace referencia a un total de 4'123,491 unidades económicas, establecidas y consideradas como el 20% de las empresas que sobreviven al menos un año a partir de su creación, quiere decir que al menos hubo 16'493,964 intentos de creación de empresas que fracasaron.

La Ingeniería en Comunicación Social es una metodología desde la cual se busca incidir radicalmente en ese panorama que parece predeterminar que las MIPYMES están condenadas a morir en el corto plazo; desde esta perspectiva, y con una mirada interdisciplinaria, es que se han revisado algunos cuestionamientos que bien podrían resumir en los dos que se mencionan a continuación: ¿por qué tienen éxito y crecen las que logran superar los primeros años de existencia?, y ¿cómo se pueden transferir esas experiencias de éxito a modelos operativos de emprendimiento aplicables a otros casos?

### **Interdisciplinaria de las ciencias sociales como recurso para el estudio y desarrollo de empresas.**

La importancia de las Ciencias Sociales en la vida real radica en hacer posible la comprensión de mecanismos que producen, cambian y reproducen comunidades,

instituciones, grupos y organizaciones; en saber cómo inevitablemente éstos afectarán de alguna manera a los grupos económicos y a la sociedad en general; y según Contreras (1996) en ubicar cómo a través de la intervención se favorece el crecimiento y desarrollo social mediante el diálogo racional entre los involucrados, lo que permitirá reorientar prácticas al tiempo que se logre un compromiso con el desarrollo del conocimiento científico. Precisamente es Contreras (1996) quien también reconoce que a partir de la etapa de neoliberalismo, la pobreza y la pobreza extrema han aumentado, incluso en los países altamente desarrollados, aun cuando éstos aplican la política neoliberal de una manera ortodoxa, respetando las leyes del mercado como si así se fueran a resolver los problemas del hombre y los problemas sociales de manera natural, sin mayor intervención, sin una política social, sin un programa social.

La meta está en cómo investigar los problemas sociales de nuestro tiempo y cómo estudiar las Ciencias Sociales y las Humanidades para obtener imágenes claras de los problemas presentes, de las tendencias actuales de la sociedad, de la estructura actual del mundo y de sus posibles transformaciones. Reconocida está la necesidad y posibilidad de cambiar el mundo, las ciencias lo dicen, esa posibilidad existe, y por eso se debe estudiar y aplicar el nuevo conocimiento a los fenómenos sociales y a los paradigmas que surgen de la sociedad civil. También concebir la idea de un futuro que descansa en el poder de las mayorías, de manera plural, respetuosa, con la opción de tramar un nuevo paradigma social, con las posibilidades de que el hombre tiene para alcanzar un mundo mejor (Contreras, 1996), construyendo Cultura de Participación (García, 2014). Puede ser el momento de pensar interdisciplinariamente.

La concepción de interdisciplinariedad construida por una academia envuelta en su cotidianidad, suele limitarse a generalidades en torno del empleo de varias disciplinas, sin considerar las potenciales interacciones de las mismas, señala Lenoir (2013). La interdisciplinariedad se ha basado en las interacciones sociales externas, dado que está pensada como la búsqueda de respuestas operacionales provenientes de preguntas



planteadas en el seno de la sociedad; con interacciones eficaces tejidas entre dos o más disciplinas y sus conceptos, sus procedimientos metodológicos y sus técnicas.

Sin embargo, la interdisciplinariedad exige la creación de enfoques integradores y no la imposición de una simple postura, con objetivo de instaurar puntos de convergencia y resaltar la complementariedad entre los saberes, no la marcación de diferencias; en ningún caso puede convertirse un fin en sí misma, puesto que lo que persigue es el desarrollo de los procesos cognitivos integradores y la integración cognitiva de saberes adquiridos. Pedroza (2006) por su parte expone que la interdisciplinariedad aparece como fuente de renovación y de innovación de la organización universitaria; y por supuesto se puede extender la idea a las organizaciones en general; superando el aislamiento de los espacios, permitirá la flexibilidad y movilidad y sin dejar de lado la realidad de una política de racionalización de los recursos económicos. Los alcances de la interdisciplinariedad trascienden hacia aspectos sociales, significando reformas de pensamiento, reformas de la sociedad, reformas de cómo estudiar las Ciencias Sociales, al tiempo que se desempeña un trabajo de integración de los procesos de formación y el mejoramiento.

Al realizar proyectos interdisciplinariamente será posible provocar un proceso de renovación en las organizaciones, en el caso, en las microempresas será necesario confluir con formas de estudio y trabajo integradores y contar con voluntad, responsabilidad y formación constante. Es prioritario romper con arquetipos y esquemas tradicionales de hacer negocios y con justificación subrayada en las MIPYMES, se requiere que las opciones y alternativas sean analizadas, repensadas, rediseñadas para encaminar hacia la supervivencia, crecimiento y desarrollo de sus recursos y objetivos, con la meta específica de encontrar alguna propuesta que se adapte a las particularidades de éstos, involucrando a los miembros relacionados directa indirectamente y que además se contribuya con la comunidad, la sociedad y el país. Las metodologías cualitativas pueden ser la base para la comprensión, construcción y análisis de los datos empíricos en la investigación (Covarrubias, Rodríguez y Zenteno, 2010), como entendimiento de la complejidad social, pero también hay otras formas, no sólo en su estudio y comprensión, si lo que se quiere es



impactar directamente en el desarrollo y transformación de la MIPYMES: La Ingeniería Social.

### **La ingeniería en comunicación social en las empresas.**

La base para sintetizar una ingeniería social es la cultura de investigación asentada en una cultura científica; como señala Galindo (2013), la ciencia se provee de dos configuraciones que la empoderan ante el mundo: las cosas que observamos y el método para construir ese sentido a partir de la investigación sistematizada. Bajo una mirada Piagetana, menciona el autor, se puede apreciar que la vida humana va detrás de la acción y que la organización cognitiva viene detrás. La observación deberá entender como el inicio del proceso constructivo del conocimiento, como la base del método científico, con elementos individuales, psicogenéticos, colectivos, grupales y sociogenéticos. La investigación busca entender y aprovechar su composición y organización e intenta expandirla y enriquecerla.

La información es el objeto de pensamiento en que la observación científica se concentra, apoyándose del registro, descripción, sistematización, análisis, organización y síntesis en conocimiento de lo observado. El método, metodología y tecnologías de investigación trabajan sobre informaciones observadas; la cultura de investigación se compone de las formas configuradas de la observación para sintetizar conocimiento sobre algo que parte del mundo de la acción y que regresa al punto de partida con más recursos y conocimiento: así se asocia la ciencia con la ingeniería y entonces con este procedimiento la ciencia de lo social se relaciona con la ingeniería de lo social y a la ciencia de la comunicación social con la ingeniería de la comunicación social.

A partir de configuraciones sociales descritas y entendidas desde la comunicación se puede comprender una ciencia de la comunicación general, y no reducida a una serie de modelos que pretenden explicar los flujos de información de manera simple; la Comunicología es una propuesta científica sobre la comunicación social que permite observar cómo suceden

las posibilidades de convivencia. Al contar con conocimientos de este tipo, se puede intervenir en el actuar con la ventaja de tener conocimiento de ello para modificar lo que se hace y obtener otras ventajas de diversos tipos, lo cual será el resultado de la Ingeniería en Comunicación Social. La Ingeniería en Comunicación Social podrá intervenir en cualquier configuración de lo social desde una perspectiva de comunicación, para ello sus requerimientos básicos son el trabajo conceptual y el trabajo técnico constructivo con la comunicación social; en síntesis, se trata del desarrollo de una ciencia de la comunicación y del impulso de una ingeniería para el desarrollo científico a través de técnicas operativas de construcción, de creación y de administración de la comunicación en su sentido más amplio.

El programa metodológico general de la ingeniería social se compone de paquetes tecnológicos en análisis y síntesis de información con el diagnóstico de problemas y el diseño de soluciones, una de las razones por las cuales se considera pertinente estudiar a las MIPYMES desde la Ingeniería en Comunicación Social. El diagnóstico de problemas supone una mirada sobre un campo específico de la vida social para observar cómo está compuesta y cuál es su organización sobre una dimensión espacio-temporal; eso es lo que percibe el ingeniero y sobre lo que hace sus juicios, todo depende de las condiciones de aproximación al objeto problematizado. El diagnóstico depende de la situación antecedente, como un pre-diagnóstico que identifica situaciones susceptibles de detonar posibilidades de intervención originadas por diversas causas. El ingeniero se aproximará al escenario objeto por su iniciativa y su finalidad de intervenir en alguna situación social, lo cual puede derivar de una demanda profesional o personal.

La Ingeniería en Comunicación Social parte de la información que la comunicología observa y construye de las visiones estructuradas de las expresiones de la vida social, sus operaciones y configuraciones; y según las tendencias, procesos y figuras observadas, primero del presente a pasado y después apuntando hacia el futuro, podrá acentuar su atención en alguna para reducir las o mantenerlas (Galindo, 2013). Esta Ingeniería ha de observar lo que une o separa en la gente, construyendo sus observaciones para el

diagnóstico y determinando qué es lo que impide que el sistema social siga adelante. A partir de aquí es importante la sistematización de casos concretos y el análisis de casos especiales para la integración de un conocimiento práctico que permita potenciar la visión teórica-metodológica en sinergia con la experiencia sistematizada, como un especie de vademécum: la Comuniconomía, entendida como la estandarización de problemas y soluciones en modelos construidos de tipificaciones tanto de problemas como de soluciones asociadas. El ingeniero depende de la calidad y cantidad de información disponible para el diagnóstico, en cada caso las condiciones y las circunstancias condicionarán las posibilidades de intervención y los resultados.

Lo que sigue en el programa metodológico de la Ingeniería en Comunicación Social es el diseño de soluciones en donde se decide la forma y el sentido de la intervención. El diagnóstico expone la situación o estado del sistema observado, con información ordenada respecto a trayectorias, tendencias y tensiones; ahí es el momento en que el ingeniero debe decidir sobre el futuro de su objeto de estudio, señala Galindo (2013); a partir del escenario y de las necesidades, pero sobre todo de lo que se pretenda conseguir, se deberá promover lo que convenga. La información se configurará en un discurso comunicológico, interdisciplinariamente, retratando la configuración de manera sistémica y dinámica, y enfocando los cursos de acción hacia alguna meta deseable.

Para cerrar el proceso se cuenta con la aplicación técnica de la intervención que es la ejecución práctica del diseño de acción. El ingeniero va a presentar sus alternativas favoreciendo, apoyando y reduciendo la intensidad de las diferentes opciones, beneficiando aquella con mayor probabilidad de cambio deseado por todos a través de la intervención, posteriormente le seguirán las posibilidades que son más costosas y complicadas. Al momento de decidir cuál será el curso de la intervención, el ingeniero social ha de considerar los aspectos ético, político, social, moral, de poder y de forma técnica lo que conviene más al sistema observado, por lo tanto tendrá que negociar, mediar, acordar e intervenir incluso desde sus propias líneas de dirección y conducta.

Partiendo del escenario que describe la Secretaría de Hacienda (2013) al respecto de que la mayoría de las MIPYMES fracasan dentro de los tres primeros años de vida, y de la necesidad de que éstas tengan una mayor planeación y visión a largo plazo, es que la Ingeniería en Comunicación Social se visualiza como un programa metodológico para intervenirlas, y así conocer los escenarios actuales, proyectar escenarios y sistematizar experiencias en modelos de acción aplicables a tipologías diversas y casos concretos. Entonces parece factible profundizar como se desenvuelven en su contexto y su capacidad de adaptación a los cambios económicos, políticos y sociales, generando herramientas para conocer los motivos por los cuales las empresas no logran una proliferación y una solvencia a largo plazo; para posteriormente fomentar acciones que contribuyan al establecimiento, desarrollo y consolidación de las microempresas. Este es de manera general el programa metodológico de Ingeniería en Comunicación Social de las MIPYMES.

Un primer estudio se está realizando en la capital de San Luis Potosí, donde se están empezando a observar microempresas con un relativo nivel de éxito o bien que se hayan fundado en el año 2000 y que sobrevivan hasta la fecha. Ahí se ha comenzado a conformar la guía de observables, la estructuración de configuraciones, la identificación de tensiones y la disposición de recursos; el programa está en marcha.

El estudio de las microempresas se resume en conocer su desarrollo y trayectoria, cómo se desenvuelven en cada situación y cómo llegan a vincularse con su entorno; en identificar aspectos de trayectos de vida de quienes han iniciado microempresas en su pasado, en su presente y cómo se ven en su futuro; así como para describir las relaciones, elementos y tipos de otras microempresas con las que se co-desarrollan. Ésta es una investigación sobre la explosión demográfica de este tipo de organizaciones dentro de la economía mexicana, que desde la experiencia de quien suscribe, ya se ha convertido en un fenómeno contemporáneo dentro de la actividad social del país.

Echar a andar el programa metodológico no ha sido sencillo, ha resultado ser un proceso que no se termina y que es evolutivo, por lo tanto tiene que cambiar continuamente; sobre

todo si se considera, como dice Morín (1990), que la acción de observar un fenómeno es una forma de vida en la que se debe participar sin fronteras disciplinarias y que marca un rumbo cognitivo en el que se está invitado a actuar multifacéticamente. Resulta entonces en un estudio de lo complejo, en una forma o metodología de acción cotidiana donde se estudian y analizan objetos de estudio interdisciplinariamente y se busca proponer estrategias viables para el crecimiento científico como para el social. Habrá que pensar la experiencia empresarial como un sistema complejo.

Algunos de los conceptos que empiezan a constituir el marco conceptual para la delimitación de observables en el proceso metodológico de la Ingeniería en Comunicación Social de las MIPYMES se enuncian enseguida como una noción inicial del proceso; la descripción de cada uno de ellos se está trabajando en otros textos próximos a publicarse, siendo el caso de conceptos como identidad, espacio y relaciones familiares. Al respecto el concepto de identidad imaginada propuesto por Uribe (2005), con el que se está explorando la percepción que tienen microempresarios de sí mismos, si es que se saben o se sienten empresarios; con la finalidad de identificar posteriormente si este hecho es un factor determinante en la situación y problemática de las microempresas. El espacio es otro aspecto considerado en estas primeras aproximaciones ya que en su mayoría las microempresas mantienen a la familia como el eje motor de su administración y transforman su casa-habitación en el establecimiento de producción o venta en las organizaciones microempresariales. Los miembros de la familia que no suelen participar en la actividad comercial suelen ver afectados sus costumbres, su actividad cotidiana, en algunos casos ve transformarse sus lugares en lo que Augé (1992) denomina *no lugares*, con todas las implicaciones que esto conlleva; lo que también resulta de interés para este programa.

Por otro lado resulta relevante en el análisis del nacimiento, crecimiento, consolidación y muerte de los negocios, las relaciones entre padres e hijos, y el impacto que tienen éstas en la toma de decisiones. Por consiguiente es necesario identificar si los empresarios padres escuchan a los hijos u otros miembros de la familia en la búsqueda de nuevas opciones o

mejoras del negocio; cómo se reconstruye y distribuye la familia a partir del núcleo empresarial; si se consideran solo un núcleo familiar que tiene un pequeño negocio o como núcleo económico y productor de la sociedad y economías mexicanas. De igual forma se están indagando las relaciones que co-existen entre la estructura microempresarial y el ambiente donde se desarrollan éstas; y cómo mutuamente han ido modificándose; cómo enfrentan la competitividad en la globalización; esto con la finalidad de señalar tendencias y reconocer etapas de desarrollo en la organización del negocio.

A partir del trabajo de García Canclini (1999), se está considerando la perspectiva de comprender más la naturaleza, desarrollo y comportamiento de la actividad empresarial en el mundo, cómo se ha ido transformando la actividad de transacciones y del mercado mundial, los acuerdos y convenios, y su impacto en la economía pero también en la cultura. Los efectos y dependencias producidas, las redes de trabajo, los recursos para hacer posible la comunicación e intercambio, las consecuencias, agravamientos y conflictos derivados. Entender a la globalización redefiniendo estrategias que provoquen la competitividad del microempresario local de determinado municipio o comunidad, y además cómo se modifica según su postura coexistiendo entre las tensiones locales y globales de sus ecologías.

Para poder complementar la observación se están analizando casos documentados de situaciones similares en otros entornos, desde distintas posturas o filosofías, buscando comunes denominadores y señales diferenciadoras para entender el comportamiento social de estas unidades económicas y hacer propuestas de negocios estratégicas y efectivas, lo cual ha exigido una exploración de la trayectoria del desarrollo de microempresas en otras entidades del país en los últimos 15 años; así como una revisión de las políticas públicas que han impactado en el desarrollo de las MIPYPPES en este país, estén vigentes o no; con la finalidad de describir la situación actual del desarrollo económico de México.

Conforme avance el programa de Ingeniería en Comunicación Social de MIPYPPES se estará en posición de detallar hallazgos; por ahora la intención del presente artículo ha sido evidenciar la necesidad de colocar a la micro, pequeña y mediana empresa como objeto de

estudio de la investigación social y administrativa, al proceso interdisciplinario como el paradigma necesario y a la Ingeniería en Comunicación Social como el programa metodológico adecuado para la construcción de modelos de acción que ayuden a reducir el nivel de mortandad de las MIPYPER en un país donde estas organizaciones representan un alto porcentaje del crecimiento económico nacional. El camino es largo, pero el proceso está en curso.

### **Conclusiones.**

Dentro del reconocimiento de oportunidades para el estudio interdisciplinario de los negocios, se identifica que se pueden plantear problemas de la vida real como problemas de interés para las ciencias sociales y no sólo para las administrativas; lo que conlleva largos procesos de acreditación y reconocimiento, en ocasiones infértiles, ante la comunidad académica, de sus contribuciones sustantivas a campos especializados del saber.

Como investigador social se puede contribuir al cumplimiento legítimo de los compromisos de la ciencia frente a la sociedad, reorientando el rol del intelectual o el científico, redefiniendo el sentido práctico del conocimiento y desarrollando una cultura de participación que involucre a las instituciones, grupos y agentes necesarios para la construcción de políticas públicas a favor de una ciencia social aplicada y no sólo interpretativa.

El proceso de construcción de objetos de estudios tiene que generar diversos caminos de ida y vuelta y viceversa entre el sujeto y el objeto. Hay que entender las causas y razones de la familia, de la comunidad, de la economía, para poder producir soluciones que contribuyan con el desarrollo social, intentando nuevas alternativas y posibilidades. Al realizar proyectos interdisciplinariamente se abren posibilidades para provocar procesos de renovación en las organizaciones, en el caso de las MIPYPER, con enfoques integradores y eficaces. Se requiere romper con los paradigmas y esquemas tradicionales de hacer



negocios en este tipo de entidades, así como re-pensar opciones y alternativas que procuren la supervivencia, desarrollo y crecimiento de sus recursos y objetivos con la meta de poder identificar alguna propuesta que se adapte a las particularidades de éstos, involucrando a los miembros directos, como la familia y la comunidad, e indirectos, como los proveedores, el contexto externo, las circunstancias no controlables.

Debido al peso económico que tienen las MIPYMES en México es esencial seguir fomentando su nacimiento y crecimiento, encontrado áreas de oportunidad efectivas basadas en el conocimiento de las causas de su éxito o fracaso y no sólo describiendo el trayecto que han seguido en su proliferación. La Ingeniería Social en general y la Ingeniería en Comunicación Social en particular, pueden ser consideradas por una de sus caras como sistemas de conocimiento y por la otra como programas metodológicos; bajo esa naturaleza están trabajando constructivamente por un tránsito hacia realidades posibles; para ello están logrando modelos aplicables a diversos procesos de la vida social; y por ahora ha llegado el momento de comprobar su aplicabilidad en el campo de las MIPYMES, y para el caso de estudio específico actual en las microempresas.

Esta comunicación es el primer avance de un programa de trabajo en investigación sobre MIPYMES desde la Ingeniería en Comunicación Social, significa la presentación pública de un programa de trabajo que, desde el Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social (GICOM) y el Observatorio de Participación y Vida Cotidiana, se desarrolla con el objetivo de reducir los costos inevitables en materia económica, social, estructural, política, cultural y de salud organizacional que conlleva la tendencia que parece condenar históricamente a las microempresas a una muerte prematura.

**Referencias documentales.**

Anzola, S. (2002). Administración de pequeñas empresas. México: Mc Graw Hill Editorial.

Augé, M. (1992). Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona: Editorial Gedisa.

Belausteguigotia, I. (2003). Empresas familiares; su dinámica, su equilibrio y consolidación. Segunda edición. México: Mc Graw Hill.

Cámara Nacional de la Industria de Transformación, 2006, Pequeña y mediana empresa en México: condiciones, relevancia en la economía y retos de política. México: CANACINTRA.

Contreras, O. (1996). “Las ciencias sociales y la vida real”. En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. II, núm. 4, diciembre, pp. 137-149. México: Universidad de Colima. En la red: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31600408> Consultado el 8 de marzo de 2014.

Diario Oficial de la Federación, (2013), DOF, México.

Dueñas, L., Pérez, D., Prieto, O. y Vargas, A., (2013). Una mirada cuantitativa de las MIPYMES y su relevancia en la actividad nacional. En Memorias del IX Congreso Internacional sobre Gestión, La Habana, Cuba.

Galindo, J. (2013). Metodología de la Ingeniería en Comunicación Social, en Chávez Méndez, Covarrubias Karla y Uribe Ana. –coord- Metodología de investigación en ciencias sociales. Aplicaciones prácticas, Universidad de Colima, México.

García Canclini, N. (1999). La globalización imaginada. México: Editorial Paidós.

García, E. (2014), Introducción a la Cultura de Participación. Participación, currículum y sociedad. México: UCEM-GICOM

García, H., (2013), Investigación interdisciplinaria de sistemas complejos: lecciones del cambio climático, Interdisciplina, Volumen 1, Número 1, Septiembre-Diciembre 2013, UNAM-CEIICH, México.

Garza, J. (2000). Administración contemporánea. Segunda edición. México: McGraw Hill.

Giménez G. (1996). “Territorio y Cultura”. En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Número 4, Época II, Vol.1I, Universidad de Colima.

González, P. (1992). Paradigma y Ciencias Sociales. Discurso Doctorado Honoris Causa. En la red: <http://148.206.53.230/revistasuam/dialectica/include/getdoc.php?id=385&article=405&mode=pdf> Consultado el 1 marzo de 2014

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2009). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE): “Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los establecimientos, Censos Económicos 2009” Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx> y [http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf). Consultado 26 de junio de 2013.

Lenoir, Y. (2013). “Interdisciplinariedad en educación: una síntesis de sus especificidades y actualización”. Vol. 1, Núm. 1, Revista Interdisciplina. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México (CEIICH-UNAM), México. En la red: <http://132.248.129.5/cursoOJS/index.php/Interdisciplina/article/view/575> Consultado el 20 de marzo de 2014.

Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, última reforma publicada el 18 de enero de 2012 consultada en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/ldcmpme.htm> Consultado el 22 de Junio de 2013.

Morin, E. (1990). Introducción al pensamiento complejo. España: Gedisa.

Ortiz, R. (1998) “Ciencias Sociales, globalización y paradigmas”. En Ortiz, R. (1998), Otro Territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo. Colombia: Convenio Andrés Bello.

Pedroza, R. (2006). “La interdisciplinariedad en la universidad”. Tiempo de Educar, Vol. 7, Núm. 13, enero-junio, Universidad Autónoma del Estado de México. En la red: <http://www.redalyc.org/pdf/311/31171304.pdf> Consultado el 28 de marzo de 2014.

Programa Estatal de Competitividad e Innovación, Morelos. Capítulo 9: La Política de Fomento Competitivo a las PyMEs, México.

Rodríguez, J. (2010). Administración de Pequeñas y Medianas empresas. Sexta edición. México: Cengage Learning Editorial.

Secretaría de Economía (2013), Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME), Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Consultada en <http://www.economia.gob.mx/>, <http://www.sistemaemprendedor.gob.mx/>, <http://www.fondopyme.gob.mx/>, <http://www.inadem.gob.mx/> Consultado el 25 de junio de 2013.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público, (2013) <http://www.shcp.gob.mx>, Consultado junio 2013.

Uribe, A. (2005). “México imaginado. Recepción cultural, telenovelas e inmigrantes”. En Estudios sobre las culturas contemporáneas, Época II, Volumen XI, Número 21, junio. México: Universidad de Colima.

---

<sup>1</sup> Luisa Renée Dueñas Salmán. Doctorante en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, UNAM-CEIICH-UAC. Especialidades en Investigación Participativa por la Universidad Complutense de Madrid y en la Metodología Socioeconómica para el Análisis y Gestión de Organizaciones, ISEOR, Francia. Profesor Investigador Tiempo Completo en la Universidad Politécnica de San Luis. Miembro del Cuerpo Académico Desarrollo Local y Competitividad Empresarial y miembro del Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social. Ha publicado sobre estudios empresariales, Cultura de Participación y educación. Experiencia profesional en el área académica y comercial, emprendedor de una MIPYME desde 2004. E-mail: [lureds@hotmail.com](mailto:lureds@hotmail.com)

<sup>2</sup> Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), por medio del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2013), en el Censo Económico 2009 “Micro, pequeña, mediana y grande empresa estratificación de los establecimientos”.