



Universidad Veracruzana



RESULTADOS DEL MODELO DE INTERVENCIÓN CON MICROEMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE TEOCELO, VERACRUZ



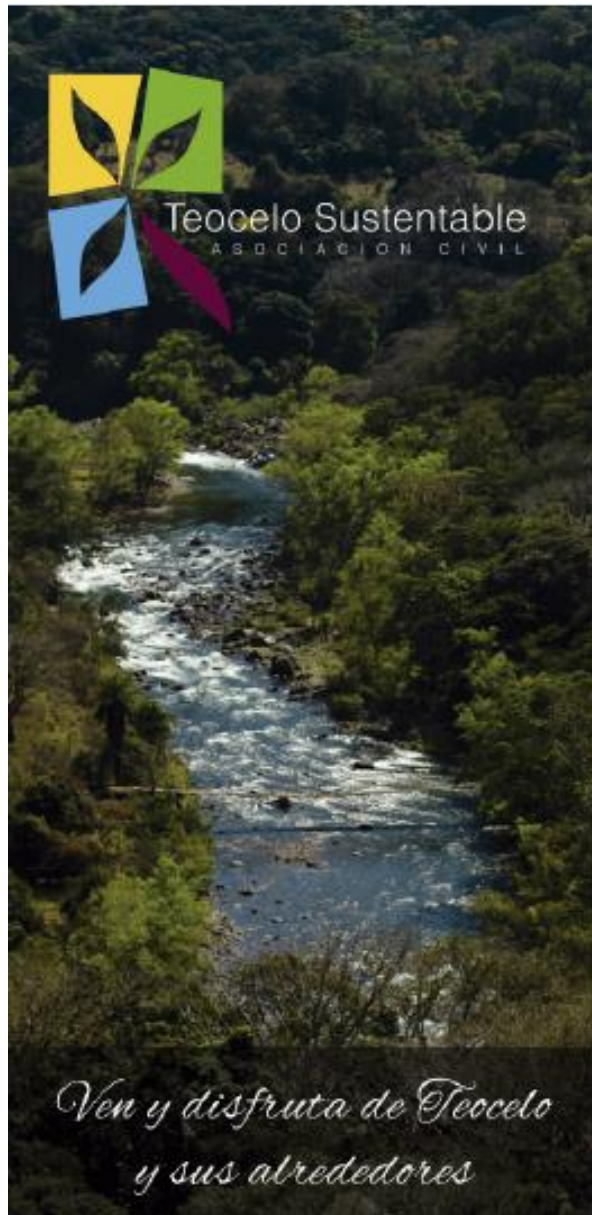
Antecedentes

□ La firma del **Convenio** entre la Universidad Veracruzana y el Ayuntamiento de Teocelo, Veracruz, fue el inicio de una serie de acciones académicas encaminadas a contribuir con el desarrollo sustentable del Municipio.



□ La intervención del Programa de Diversificación Productiva (DIPRO UV) fue fundamental, ya que planteó la necesidad de constituir una **Asociación Civil** denominada “Teocelo Sustentable AC”, que agrupara a los actores económicos del municipio y garantizara la calidad y sustentabilidad de sus productos y servicios.

Proyecto multidisciplinario



La problemática del Municipio se abordó mediante la implementación de un proyecto multidisciplinario, único en su tipo, que involucró alrededor de **90 académicos, 400 estudiantes de 34 programas educativos**, de facultades como la de Arquitectura, Agronomía, Derecho, Nutrición, Ingeniería en Alimentos, por mencionar algunas.

Sistema Universitario de Mejora Empresarial



El Sistema Universitario de Mejora Empresarial (SUME) de la Facultad de Contaduría y Administración fue invitado como parte del grupo multidisciplinario, por lo que con base en un **diagnóstico preliminar** realizado por DIPRO UV que mostró la **carencia de conocimiento básicos** para la administración de sus empresa, diseñó e implementó un **programa de capacitación** y asesoría con el objetivo de **posicionar** en el **mercado regional** sus productos y generar **un impacto económico** que les permitiera el crecimiento de sus empresas.

Por parte de la UV:

Rosario Valencia Castillo, Asesora de la Rectoría

Mario Fernández Sánchez, Coordinador General de DIPRO UV

Académicos de la Facultad de Contaduría y Administración

- 1. M.A. Jorge Rafael Olvera Carrascosa**
2. M.A. Suzel Gómez Jiménez
3. L.C. Luz Gabriela Navarro Domínguez
4. M.A. Minerva Parra Uscanga
5. M.S.I. Jorge Iván Ramírez Sandoval
6. L.C. Lorena Hernández Trejo
7. M.A. José Vicente Díaz Martínez
8. M.A.F. Margarita Altamirano Vásquez
9. M.A. Arturo Marín Osorno
10. Dr. Jerónimo Ricárdez Jiménez
11. M.T.E. María Luisa Velasco Ramírez
12. L.S.C. A. Socorro Guadalupe Bonilla Hernández

Estudiantes de Gestión y Dirección de Negocios

1. David Alberto Muñoz Palencia
2. Daniel Eduardo Aburto González
3. Víctor Hugo Barradas Moscoso
4. Jeannette Citlali Hernández Clemente
5. Sareth Torres Ortega
6. Adriana Lagunes López
7. Fernando Sangabriel Dاوزón
8. Christopher Gómez Deseano
9. Miguel Ángel Ramírez Medel
10. Jesús López Sánchez
11. Daniel Landa Castillo

Resultados del Diagnóstico

- ❑ Giros preponderantes: **comercial e industrial**; constituidos **P.F.** y comercio informal.
- ❑ Se generan **empleos directos**, **60%** hombres y **40%** mujeres, y **sólo 25%** está dado de alta en el Seguro Social.
- ❑ Son **negocios familiares** ubicados en la **propia residencia** del dueño con los servicios básicos (agua, electricidad y gas), teléfono y, en su minoría, internet.
- ❑ El dueño de la empresa es quien **toma las decisiones** y realiza la **planeación**, principalmente es a **corto plazo**.
- ❑ Más del **90%** de las empresas carecen de un **plan de negocios** y **manuales administrativos**.
- ❑ Las áreas funcionales están reducidas a **producción, compras y ventas**.
- ❑ **Carecen de financiamiento** por parte del Gobierno o alguna institución financiera.
- ❑ Los principales sectores a los que van dirigidos sus productos son el **medio bajo y medio alto**, el **50%** de sus **ventas** son de **temporada**, el **segundo y tercer trimestre** son **temporada alta** y el resto constante durante el año.

Resultados del Diagnóstico

- ❑ Más del **77%** de las **ventas** se hacen **directamente** con el cliente y el resto, a través de un intermediario, siendo la manera de dar a conocer sus productos, la **publicidad de boca en boca**, por lo que se limita el conocimiento de sus productos a otras regiones.
- ❑ Determinan el precio de sus productos con base en el **costo unitario** más una **utilidad deseada**; sin embargo, **no identifican** la totalidad de sus **costos**.
- ❑ Sólo el **8%** de las empresas cuenta con una **página de internet**.
- ❑ Las **vacantes** se dan a conocer por medio de **anuncios** afuera de la empresa o bien por recomendación de **familiares y amigos**.
- ❑ Para la **selección del personal**, se realiza una **entrevista**, se analiza la solicitud de empleo del interesado para su selección, se le da inducción y **sólo** el **33% capacita** a los **empleados**.
- ❑ La **comunicación** fluye a través de la **vía informal**, en segundo término por vía telefónica y sólo el **42%**, acostumbra realizar **actividades sociales** fuera del lugar de trabajo.
- ❑ Los **sueldos y salarios** se establecen con base en su **producción**, de acuerdo a las **tarifas** manejadas en el **mercado local** y los **incentivos** que emplean son principalmente **bonos, aguinaldos y ascensos**.

Resultados del Diagnóstico

- ❑ La mayoría cuentan con **inventarios**, tanto de materia prima como de producto terminado, pero sólo el **33%** maneja algún **método para administrarlo**.
- ❑ Los **activos fijos** con los que cuentan son, principalmente, **maquinaria para la producción y herramientas de trabajo**.
- ❑ Las **transacciones diarias** las realizan en **efectivo o depósitos en cuenta**, el **83%** cuenta con **registros contables**, elaborados por ellos mismos en forma de entradas y salidas.
- ❑ **No** existe un **calendario** para la **administración del dinero**, sino que aprovechan las oportunidades presentadas para adquirir sus insumos y **no** llevan un **control** adecuado de sus **finanzas**.
- ❑ Únicamente el **42%** de las empresas **reparten**, conscientemente, **utilidades** entre los socios.
- ❑ Los **clientes perciben** a la empresa como una organización que considera sus **quejas**, con **horario accesible**, con personas **amables** y que dan **respuesta a sus requerimientos**.
- ❑ Más del **70%** de las empresas ofrecen **productos** que **no dañan** el **ambiente**, **separan residuos, ahorran energía y agua**, pero ninguna está implicada en **programas** que beneficien a **proyectos sociales u ambientales**.



AGROINDUSTRIA



Quesos, pasteles y zarparrilla



Nieves y helados

Barbacoa y venta de ovinos



Mole en pasta



Botanas alimenticias



Vinos, licores y zarparrilla

Licores y zarparrilla



Producción de huevo



Mole, pastas de chile y vinos

<http://www.teocelosustentable.com>

ARTESANOS



Artesanías de barro
"LAS FLORES"

Artesanías de barro
sin plomo



Artesanías de
plata y café



Bordados a mano



GLOBOS MARTÍNEZ

Globos
aerostáticos

<http://www.teocelosustentable.com>



CAFETICULTORES



Café La Asunción



Café Don Rivas



Café Tío Chino



Café de Finca



Café La Herradura



Café Don Felipe

<http://www.teocelosustentable.com>

FABRICANTES DE MUEBLES DE BAMBÚ



Muebles



Muebles



Compra-venta de
bambú

<http://www.teocelosustentable.com>



SERVICIOS



Farmacia



Abarrotes



Antojería



Club Deportivo



Fotografías antiguas



Hotel



Restaurante



Renta de cabañas

<http://www.teocelosustentable.com>



Refaccionaria Brito



Teocelo Sustentable
ASOCIACION CIVIL

Programa de Capacitación

1. Sensibilización y motivación (4 horas).
2. El “emprendedor sustentable” en el contexto actual(4 horas).
3. Proceso administrativo y toma de decisiones (2 horas).
4. Planeación estratégica en los negocios y la sustentabilidad (4 horas)
5. Organización de la empresa sustentable (2 horas)
6. El arte de dirigir el negocio (2 horas)
7. Importancia del control en las organizaciones sustentables (4 horas)
8. Contabilidad básica para las organizaciones sustentables (4 horas)
9. El ámbito fiscal en la microempresa (2 horas)
10. Calidad en el servicio (2 horas)
11. El arte de vender (2 horas)
12. El uso de las redes como estrategia de ventas (6 horas)
13. Evaluación de curso



MÉTODO Y MATERIALES

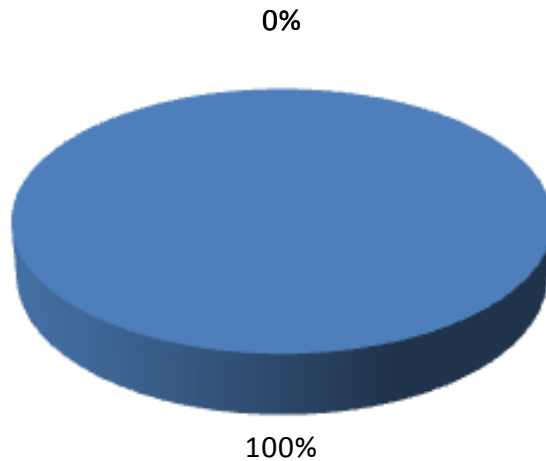
Se procedió a implementar la evaluación del mismo, con un instrumento de **7 preguntas**, encaminadas a recopilar las opiniones relativas a:

- Pertinencia de la **intervención** de la UV a través del SUME.
- Aprendizajes** aplicados en su empresa, metodología y desarrollo del curso.
- Necesidades** futuras de capacitación y apoyos que el SUME pudiera proporcionarles.
- En las preguntas se separaron las variables por cada módulo impartido.
- Se lograron aplicar 17 instrumentos de un total de 26.

También se obtuvo retroalimentación con ellos en la **“Ceremonia de entrega de reconocimientos”**, donde mostraron en todo momento su agradecimiento por el apoyo obtenido de la Universidad Veracruzana y su satisfacción por haber participado en el Curso Taller.

Resultados

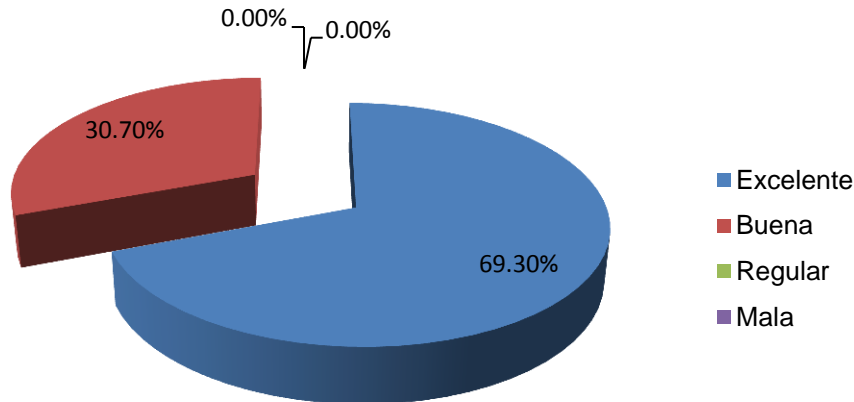
Considera usted que la intervención de la Universidad Veracruzana a través del Curso-Taller fue:



- a) Adecuada ya que los temas abordados son de vital importancia para mi formación como director de mi negocio y me permitieron establecer herramientas de mejora.
- b) Considero que los temas abordados fueron importantes, sin embargo, no eran los temas prioritarios para la problemática que vivo en mi empresa.
- c) Insuficiente, ya que los temas vistos no me permitieron llevar a la práctica estrategias concretas.

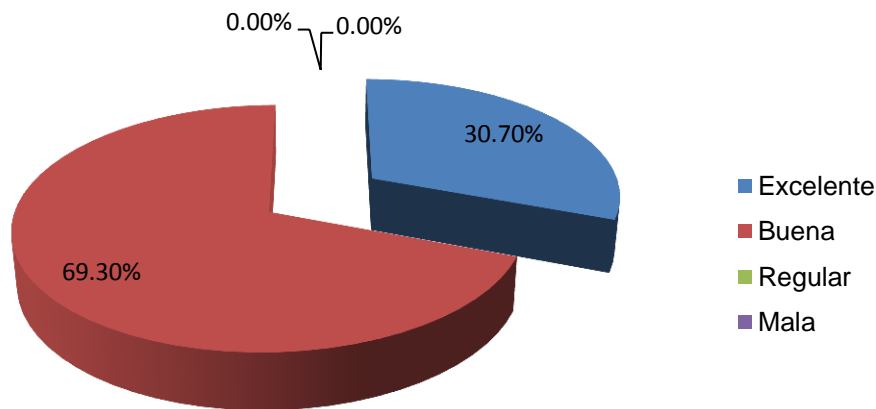
Los empresarios consideraron que la intervención de la Universidad Veracruzana fue **excelente**.

La participación de los académicos que impartieron el curso taller.



El **69%** consideró que la participación de los **académicos** fue **excelente**.

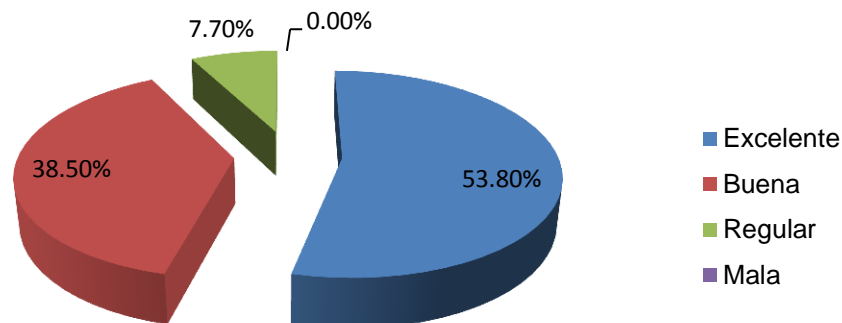
La participación de los estudiantes que colaboraron en el curso-taller fue:



Respecto a la participación de los **estudiantes**, el **69.30%** la consideró buena y un 30.70%, excelente.

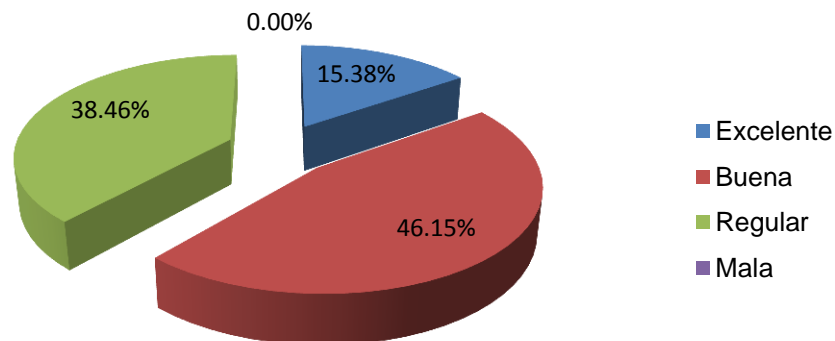
La **organización del curso**, el **53.80%** lo consideró **excelente**, el 38.50% buena y un 7.70% regular.

La organización para el desarrollo del Curso-Taller fue:

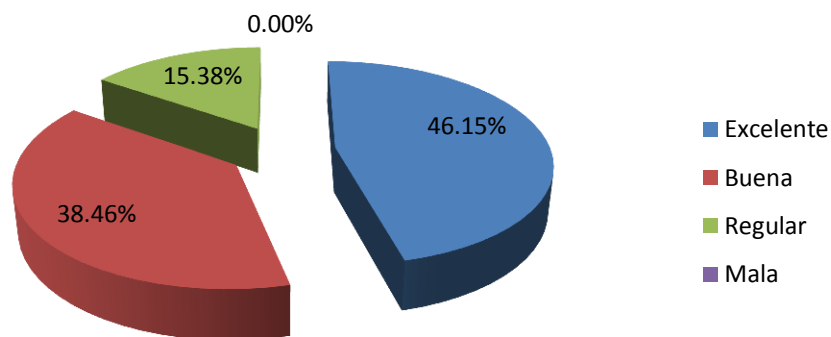


En cuanto a las **instalaciones**, a un **46.15%** le parecieron **buenas**, excelente sólo a un 15.38% y regular a un 38.46%

Las instalaciones donde se desarrolló el curso le parecieron:

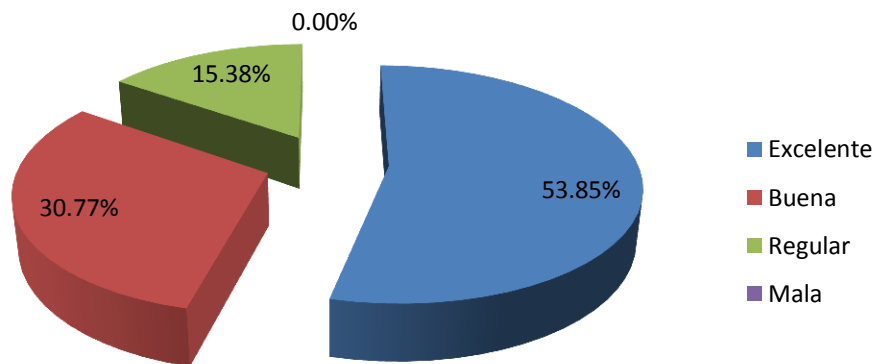


El material didáctico utilizado en el curso le pareció:



El **material didáctico** que se utilizó, a un **46.15%** le pareció **excelente**, 38.46% bueno y sólo a el 15.38%, le pareció regular.

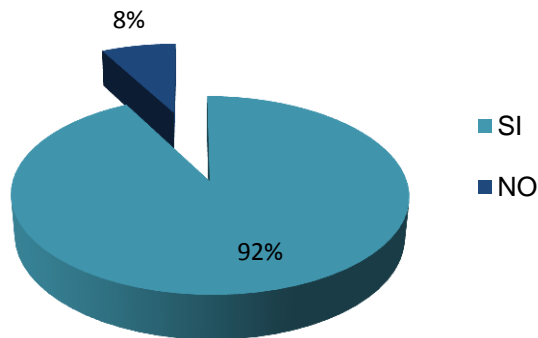
El horario y días previstos para la impartición del Curso-Taller se adecuaron a usted de forma:



El **horario** y días de capacitación, a un **53.38%** le pareció **excelente**, el 30.77% lo consideró bueno y el 15.38%, regular.

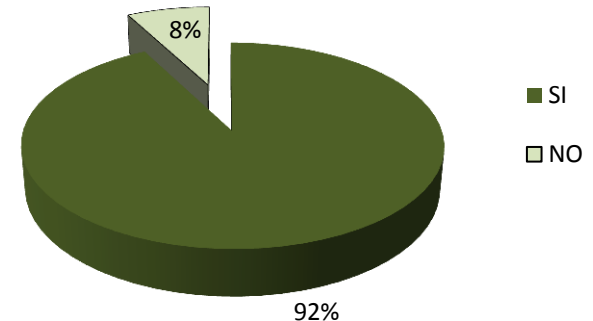
¿Considera importante aplicar estrategias referentes a este tema en su negocio?

Módulo 1. Sensibilización y motivación



Respecto a este módulo, los empresarios comentaron que fue elemental para su negocio, ya que les ayudó a hacer mejor su trabajo, resolvieron algunas de sus dudas y reconocieron dónde fallaron. Entendieron que el estar **motivados y satisfechos, les ayuda a ellos y a su personal, para brindar una mejor atención al cliente.**

Módulo 10. Calidad en el servicio



Los empresarios aprendieron que es importante aplicar estrategias de calidad para obtener mayores beneficios. Entendieron que deben supervisar, ofrecer productos de calidad y que **no sólo se venden productos, sino también servicios.**

Módulo 2. El “emprendedor sustentable”

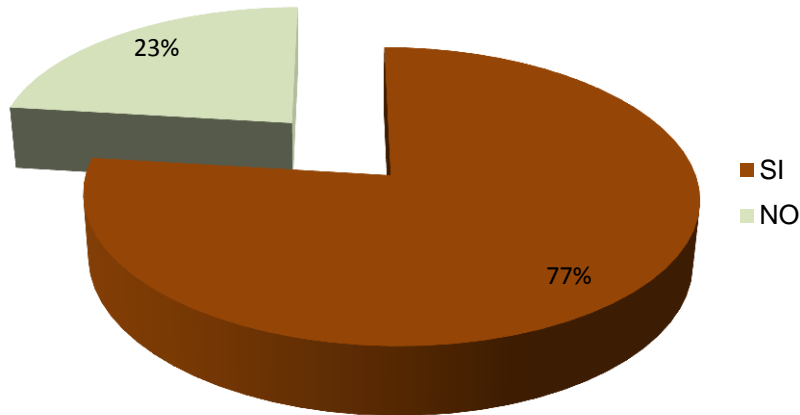
Módulo 5. Organización de la empresa

Módulo 6. El arte de dirigir el negocio.

Módulo 7. Importancia del control.

Módulo 8. Contabilidad básica

Módulo 11. El arte de Vender.



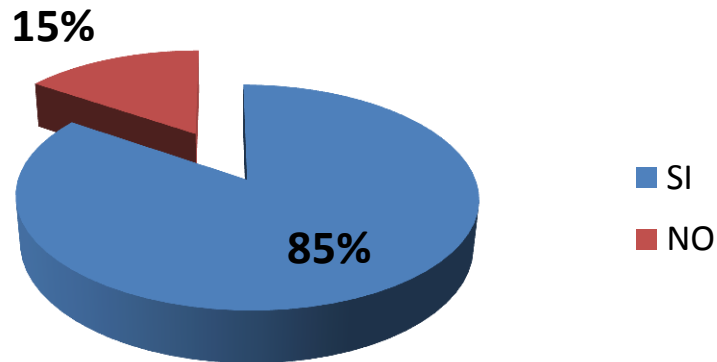
En el módulo de “emprendedor sustentable” algunos empresarios comentaron que se debe de estar actualizado, promover sus **productos bajo un enfoque sustentable, que es necesario el cuidado del medio ambiente y del entorno.** Respecto de la organización de la empresa, comentaron que les ha ayudado a trabajar más rápido, tener mejor estructurada la empresa y, entendieron, que **aunque el negocio sea pequeño es necesaria para su desarrollo.**

Por lo que se refiere al arte de dirigir el negocio, mencionaron que hay que tener contento al cliente mediante un buen servicio, que **sin dirección no hay rumbo y que para ver resultados, primero se debe establecer un objetivo.** Asimismo, reflexionaron, respecto a la importancia de estar motivados para alcanzar el éxito en sus negocios.

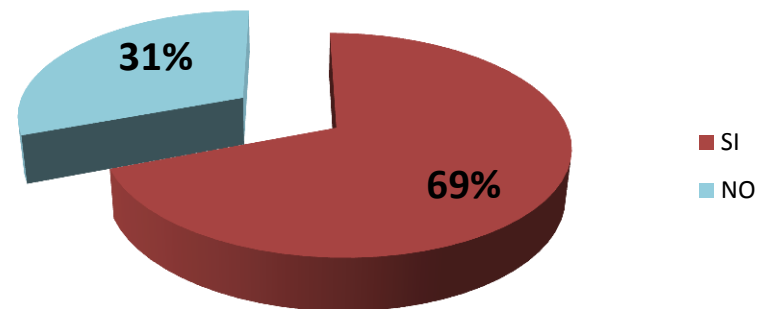
Para ellos, fue muy importante el tema de **control y** el entender los **aspectos contables de las organizaciones,** ya que reconocen que es **difícil** llevar un **orden** tanto en sus **registros** como en su **estructura,** pero se debe aplicar en la empresa para saber si se han cumplido **los objetivos.**

Llegaron a la conclusión de que el arte de vender es un **don, que se debe seguir cultivando** y, que lo más importante, es saberlo aplicar con una atención adecuada y **servicio especial a los clientes.**

Módulo 3. Proceso administrativo y toma de decisiones



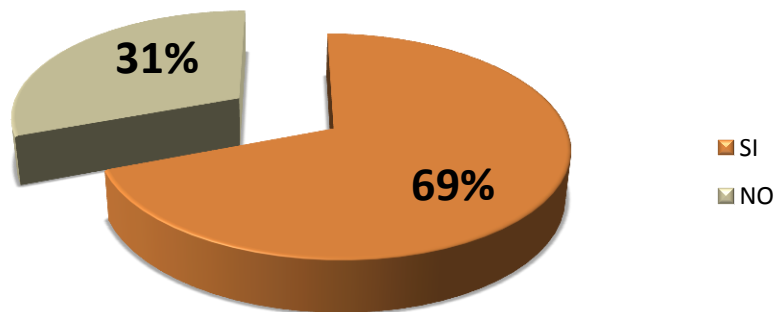
Módulo 4. Planeación estratégica en los negocios y la sustentabilidad



En este rubro, comentaron que este tema les ayudó en la administración y desarrollo de su negocio, ya que se **sienten más seguros al dirigir su negocio, se comunican mejor, el tomar buenas decisiones y tener un control.**

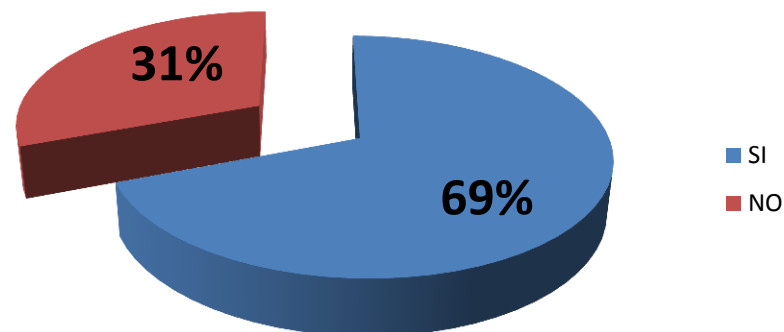
El tema de la planeación estratégica en los negocios y la sustentabilidad ayuda a los empresarios, según sus opiniones, a tener una buena administración y cuidar el entorno, que **no hay logros sin una planeación adecuada** y que sólo así obtendrán buenos resultados.

Módulo 9. El ámbito fiscal de la microempresa



Comentan que esa asesoría fue de mucha importancia, ya que **no comprendían muchos conceptos de este tema**. La percepción de uno de ellos hacia el cumplimiento de esta obligación, es que el **fisco los afecta en lugar de apoyarlos**.

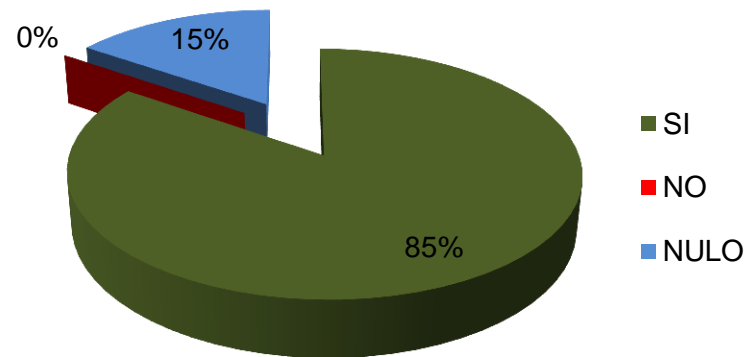
Módulo 12. El uso de las redes como estrategia de ventas



Lo consideran de gran relevancia, ya que el uso de redes **facilita la comunicación con el comprador, les permite estar en contacto con sus posibles clientes y consideran que es una vía efectiva y rápida de dar publicidad** a sus productos o servicios. Es una herramienta novedosa e inteligente, muy importante para impulsar el negocio, ya que perciben que un gran número de personas hacen uso de esta herramienta.

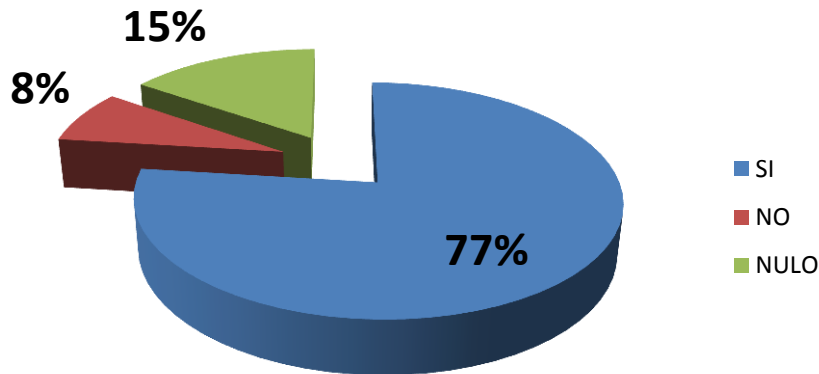
¿Has implementado algunas de las estrategias relativas a los temas abordados en su empresa a partir de la capacitación en el curso-taller?

Módulo 10. Calidad en el servicio



En los resultados que son afirmativos, mencionan que le han dado una **mejora atención y servicio al cliente** para que queden satisfechos y **regresen** al negocio.

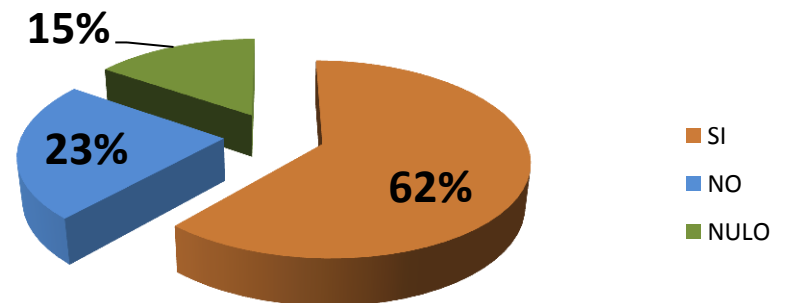
Módulo 3. Proceso administrativo y toma de decisiones



Comentan que **realizan prácticas en pro del medio ambiente y ofrecen productos que cumplen con los requisitos de la marca Teocelo sustentable**, ya que en estos tiempos impera la necesidad del equilibrio con la naturaleza. Se han dado a la tarea de investigar más sobre el tema de control, ya que lo consideran de suma importancia para su negocio.

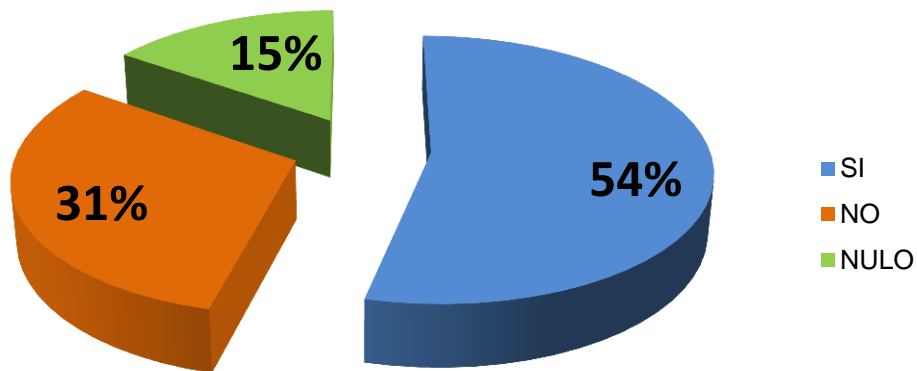
Consideran que administran mejor su negocio, porque han comenzado a tener un **mejor control** en la empresa, llevan **registros más puntuales** y tienen un mejor **manejo financiero**.

Módulo 2. El “emprendedor sustentable” en el contexto actual Módulo 7. El control en las Organizaciones

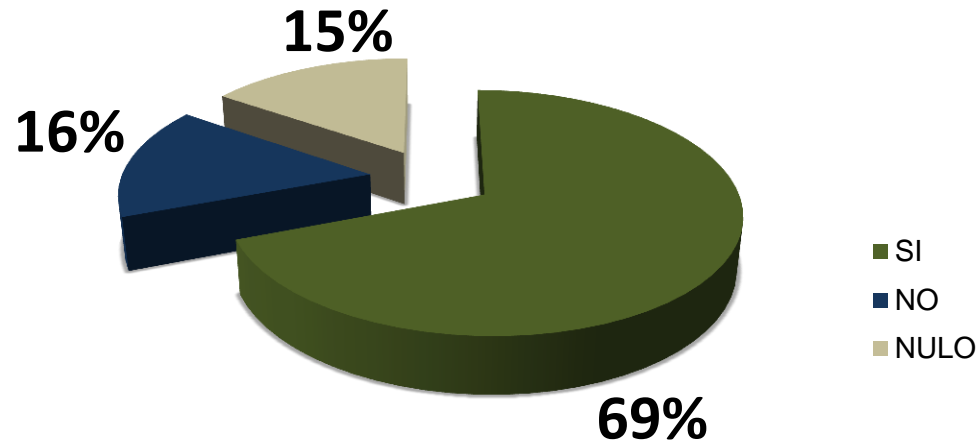


Al 54%, menciona haber iniciado estrategias para mejorar su organización bajo un enfoque sustentable; sin embargo al **46%** restante, le resulta **difícil** tomar acciones sobre este tema.

Módulo5. Organización de la empresa sustentable



Módulo 6. El arte de dirigir el negocio
Módulo 11. El arte de vender
Módulo 12. El uso de las redes como estrategia de ventas



Dentro de las acciones que han iniciado al respecto, es comprender los requerimientos y necesidades del cliente, así como cuidar la calidad de sus productos y servicios. Comentan que **van a preñdiendo sobre la marcha y que aunque no les resulta fácil, creen necesaria su implementación**. También, algunos han iniciado el proceso de creación de su **página web** y los que ya contaban con ella, **aprendieron a administrarla** y ya obtuvieron resultados positivos

PROPUESTAS

- Aún cuando consideraron adecuadas las instalaciones, comentaron que ellos **deberían implementar al interior de la Asociación, una estrategia** que incluya un espacio con instalaciones adecuadas para que ellos recibieran cualquier tipo de capacitación.
- El **material didáctico** que se **proporcionó a los empresarios** fue cubierto por los académicos; sin embargo, como podemos observar en los resultados, éstos se mejorarían si se considera una pequeña aportación por parte de los empresarios, como parte de los costos de la operación normal de la Asociación.

- De acuerdo a los resultados, los módulos que tuvieron una aplicación práctica inmediata fueron: **calidad en el servicio, proceso administrativo, el arte de vender y el uso de las redes sociales como estrategia de ventas**, lo que denota que es el aspecto prioritario para los empresarios. Esto nos indica la necesidad de una capacitación personalizada en este aspecto y reforzar la formación relativa a la **mercadotecnia**, siendo necesaria la integración de un nuevo taller exclusivo a este aspecto.
- Dentro de los aspectos sugeridos por los participantes, están la **asesoría personalizada y motivar desde la asociación, a un mayor número de sus integrantes**, con la finalidad de crear lazos comerciales entre ellos, que permitan potencializar sus ventajas a nivel individual. Lo anterior, puede lograrse a través de los servicios especializados que proporciona el SUME en sus instalaciones, como seguimiento a esta primera etapa de capacitación.

Sesiones de Capacitación



Sesiones de Capacitación



Sesiones de Capacitación



Presentación de Página Web Teocelo sustentable



Presentación de Página Web Teocelo sustentable



Productos Marca Teocelo Sustentable



Entrega de reconocimientos





www.tarjetas.com

M.A. Suzel Gómez Jiménez, suzgomez@uv.mx

M.A. Minerva Parra Uscanga, mparra@uv.mx

L.C. Lorena Hernández Trejo, lohernandez@uv.mx