

HACIA LA SOCIOGÉNESIS DE LAS MICRO EMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS

Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

Luisa Renée Dueñas Salmán



Primera edición: Diciembre, 2021.

Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

© Luisa Renée Dueñas Salmán.

© Plaza y Valdés S.A. de C.V.
Alfonso Herrera No. 130, Int. 11,
Col. San Rafael, Ciudad de México,
C.P. 06470, Delegación Cuauhtémoc.
Teléfono: 50.97.20.70
www.plazayvaldes.com.mx
arabellapyv@gmail.com

Calle Murcia 2, Colonia de los Ángeles.
Pozuelo de Alarcón 28223, Madrid, España.
Teléfono: 91 812 63 15
madrid@plazayvaldes.com
www.plazayvaldes.es

Portada: Edgar Josué García López en colaboración de CIMMA de la UPSLP

Fotografía de exteriores: René Dueñas y Edgar Josué García López

Fotografía de interiores: Luisa Renée Dueñas Salmán

Formación y corrección: Carolina Herrera Moreno

ISBN: 978-607-8788-39-2

Impreso en México / Printed in Mexico

**Creo que a la empresa familiar
hay que disfrutarla, no sufrirla.**
Andrea Grobocopatel

A
Linda y René,
Max y Josué.

ÍNDICE

Presentación	17
Edgar Josué García López	
Prólogo	21
Jesús Galindo Cáceres	
Introducción	27
Capítulo 1. La necesidad de estudiar las micro empresas familiares potosinas y la forma de abordarlas	33
Las Mipymes como objetos de estudio: de la problematización a las líneas de acción.....	34
Indicios de metodología de investigación en la vida social para empresas	37
Sobre el diseño del estudio y los informantes.....	40
Determinar una muestra precisa	42
El encuentro con las micro empresas familiares	43
Nuevas formas de hacer investigación en el sector empresarial	45
Capítulo 2. Ingeniería en Comunicación Social, fundamentos y propuesta metodológica	47
Introducción a la Ingeniería en Comunicación Social	47
Ingeniería en Comunicación Social como programa metodológico	52
Un acercamiento a la Comuniconomía	55
Pertinencia de la Ingeniería en Comunicación Social	56

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

Capítulo 3. La importancia de las micro empresas familiares en el entorno actual	59
Las organizaciones, las empresas y las empresas micro	59
La empresa familiar	62
Relevancia de las empresas familiares y micro empresas	66
Estudiar a las micro empresas familiares es una tarea urgente	72
Capítulo 4. La situación de las micro empresas familiares potosinas desde la Ingeniería en Comunicación Social	77
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde la observación y transectos.....	80
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las entrevistas semi estructuradas en micro empresas familiares	81
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: identidad de la empresa	84
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: producción.....	86
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: recursos humanos.....	92
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: finanzas.....	95
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, estrategia de producto.....	97
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, estrategia de precio.....	101
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, estrategia de plaza.....	103

Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, estrategia de promoción.....	106
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, comportamiento del consumidor....	107
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia; mercado y clientes, segmentación....	108
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia, investigación de mercados.....	109
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia; competencia y proveedores.....	110
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde las áreas funcionales de la empresa: mercadotecnia; atención y servicio a clientes.....	111
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde el rol de la familia en el desarrollo empresarial.....	112
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde sus logros.....	115
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde sus problemáticas.	116
Propuestas para las micro empresas familiares potosinas desde los familiares y colaboradores	118
Diagnóstico de las micro empresas familiares potosinas desde expertos en estas organizaciones.....	119
Los programas narrativos de las micro empresas familiares potosinas.....	125
Capítulo 5. Aproximación a los Comunimétodos de las micro empresas familiares potosinas.....	127
Comunimétodos para micro empresas familiares	127
a) Comunimétodo sobre la instalación e identificación de micro empresas familiares.....	129

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas

Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

b) Comunimétodo sobre elementos de identidad empresarial y corazón ideológico.....	131
c) Comunimétodo sobre funciones de producción en micro empresas familiares	132
d) Comunimétodo sobre funciones de recursos humanos en micro empresas familiares.....	134
e) Comunimétodo sobre funciones de finanzas en micro empresas familiares...	136
f) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la estrategia de producto en micro empresas familiares.....	137
g) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la estrategia de precio en micro empresas familiares.....	139
h) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la estrategia de plaza en micro empresas familiares.....	141
i) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la estrategia de promoción en micro empresas familiares.....	142
j) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la actividad de análisis del comportamiento del consumidor en micro empresas familiares.....	144
k) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la actividad de segmentación en las micro empresas familiares.....	145
l) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la actividad de investigación de mercados en micro empresas familiares.....	147
m) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en el aspecto de competencia y proveedores en las micro empresas familiares.....	149
n) Comunimétodo sobre funciones de mercadotecnia en la actividad de atención y servicio a clientes en las micro empresas familiares.....	150
ñ) Comunimétodo sobre el rol de la familia en el desarrollo empresarial en las micro empresas familiares.....	152
o) Comunimétodo sobre logros y problemáticas del desarrollo empresarial en micro empresas familiares.....	153

p) Comunimétodo sobre micro empresas familiares desde la opinión de expertos.....	155
q) Comunimétodo sobre micro empresas familiares en nacimiento.....	156
r) Comunimétodo sobre micro empresas familiares en crecimiento y desarrollo..	158
s) Comunimétodo sobre micro empresas familiares en riesgo de cierre.....	159
t) Comunimétodo sobre la opción de micro empresas familiares.....	160
Últimas apreciaciones sobre comunimétodos.....	161
Reflexiones finales.....	163
Referencias documentales.....	169
Glosario.....	179
Índice de gráficas.....	189
Índice de figuras.....	189
Índice de tablas.....	190
Índice de imágenes.....	191
Anexo 1.	
Guía de observación.....	193
Anexo 2.	
Guía de entrevista semi estructurada para recopilación de información en investigación de campo en micro empresas familiares.....	194
a) Guía de entrevista semi estructurada para recopilación de información en investigación de campo en micro empresas familiares.....	196
b) Guía de entrevista semi estructurada para recopilación de información en investigación de campo con expertos en micro empresas familiares.....	203

Presentación

Acompañar Mipymes familiares para tejer redes de apoyo

El libro que el lector tiene en sus manos es producto de varios años de experiencia en el ámbito de las Mipymes familiares, en su fundación, desarrollo, gestión e investigación. Renée Dueñas es una empresaria nata, pero también, como se diría en el fútbol, cuenta con un pie educado, lo aprendió en casa y lo reprodujo pronto con creces; prácticamente se ha dedicado a los negocios desde que era niña, primero junto a su primera familia nuclear y luego en solitario... y luego en su familia nuclear de nuevo.

No debe ser sorpresa para nadie que el primer libro, completamente de su autoría, sea sobre microempresas familiares, del cual ya ha escrito varios artículos y capítulos de libros. Eso es lo que ella es, es su naturaleza, lo lleva en el ADN, pero además está convencida, porque lo ha comprobado, que las microempresas familiares son el motor económico de este país, hacen circular y crecer el dinero. Las conoce bien y las entiende, al menos eso creía hasta que se dio cuenta de que todavía no podía responder una pregunta clave: ¿por qué su ciclo de vida es tan corto?

Renée es una académica comprometida con la docencia, pero también es curiosa; comprendió que la única manera de formar a otros era convirtiéndose en una especialista interdisciplinaria; comenzó leyendo los trabajos de otros al tiempo que se formaba en contabilidad, administración, mercadotecnia e investigación participativa. Cuando no le fue suficiente, su curiosidad la llevó hacia la investigación para generar información de primera mano, donde se acercó a las ciencias sociales, y al parecerle insuficiente se siguió hacia la intervención, la transdisciplinariedad, la cibercultur@ y la complejidad; de pronto estaba parada frente a la Ingeniería en Comunicación Social, donde otra vez su indagación la llevó a querer conocerlo todo, profundizar en todo, cuestionarlo todo, aprenderlo todo; entró, se formó como ingeniera social, y después ya nada fue igual.

Si bien es impresionante su curriculum formativo, el de su trabajo de campo no se queda atrás; desde comunidades campesinas a pequeñas cooperativas urbanas, de micro emprendedores a grandes corporativos; interviniendo

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

diversas organizaciones no lucrativas, colectivos sociales, empresas familiares, franquicias, entre otros. Todo lo que fuera necesario para responder sus preguntas.

Pronto se dio cuenta que las coordenadas que marcaban las microempresas familiares requerirían de más recursos y más compromiso, habría que conocer la dinámica familiar y la dinámica de las empresas por separado y posteriormente lo que de ellas se generaba, se entretrejía y se promovía. Este es el primer resultado del camino que aquí les he resumido.

Para este proyecto Renée ha sabido combinar su pasión por la docencia con su interés por la investigación y la intervención social, ha logrado lo que pocos consiguen a lo largo de toda una carrera: formarse a través de posgrados, formar a otros en la universidad, capacitar a emprendedores; a todos los involucra durante sus procesos de intervención, consolida grupos, teje redes, todo sincrónicamente, es decir, ha sido capaz de tener un pie en la academia y el otro en el ajo, allí donde todo ocurre. La clave de todo ello ha sido, quizá, saber hacer redes, andar acompañada un camino que normalmente se marcha en solitario; lo ha hecho bien.

Este libro se escribió en varios escenarios, Renée se instaló en su cuartel para leer y escribir, pero también se armó de una grabadora, una cámara, una libreta y un bolígrafo. No es este un texto de entrevistas, es un producto del acompañamiento que hizo, durante años, con micro empresarios y sus familias; en sus casas, sus espacios de trabajo, sus colaboradores, sus proveedores y sus clientes, no fue fácil, no siempre, no al principio. Recorridos largos, horarios extraordinarios, situaciones tensas, inauguraciones, clausuras, cambios de estafeta generacional, proyectos en quiebra, proyectos en consolidación, obtención de apoyos, etcétera. Al inicio fue complicado reunir a los empresarios de la muestra representativa, después hubo un momento en que no había suficiente tiempo para atender a todos los que llegaban, producto de un efecto “bola de nieve”, a quienes Renée había acompañado, quienes sentían que estaban aprendiendo algo, que estaban creciendo, traían a otros y estos a otros tantos. La red se extendió.

Por otro lado, fiel a la naturaleza incluyente e integradora de la autora, la estructura del libro es muy didáctica, pretendiendo ir de lo más sencillo a lo más complicado, intentando no dejar a nadie atrás, y aunque si bien es cierto que para su mayor aprovechamiento se debe tener un antecedente teórico y conceptual, la mayoría de las veces Renée se toma el tiempo de explicar detalladamente a qué se refiere con cada apartado que escribe.

En cinco capítulos se recorre sintéticamente el panorama de las Mipymes en el país, el estado y la ciudad; se introduce a la Ingeniería en Comunicación Social y se presenta un modelo de acción. Este último capítulo, el del modelo de acción, o el de los Comunimétodos, es el que resume las estrategias, consejos, técnicas y acciones que los implicados en el estudio realizan, promueven o proponen para comenzar, crecer o consolidarse en el mercado, para evitar estancarse y prorrogar el cierre; respondiendo así no sólo a la pregunta inicial de ¿por qué mueren tan jóvenes las microempresas familiares?, sino también otra de mayor relevancia: ¿qué se puede hacer al respecto para evitarlo, o adaptarse y mantenerse productivamente activo?

Lo que el lector ha de encontrar a continuación es un documento histórico que no tiene antecedente, en su primer bloque, un retrato panorámico de la situación actual de las microempresas familiares en una ciudad del centro de México, que desafortunadamente no difiere mucho de otras ciudades y otros países. Por lo que no solamente es un texto de y para San Luis Potosí, sino para cualquiera que se encuentre en condiciones similares.

En el segundo apartado presenta una introducción a la Ingeniería en Comunicación Social y su pertinencia en el ámbito de las microempresas.

Un tercer momento lo dedica a exponer con claridad el esquema metodológico que se siguió en esta investigación – intervención, lo que hace posible que se replique en otros espacios; esperando que el estudio, su metodología y sus resultados, posteriormente se puedan complementar, comparar y actualizar, siempre con aplicación inmediata.

Para el bloque final aporta un modelo de acción que sintetiza las experiencias de los implicados en el estudio y las ordena para disposición de otros, de todos. 21 categorías de comunimétodos descritos a detalle para su fácil seguimiento. Justamente el valor de la Ingeniería en Comunicación Social radica en no ofrecer resultados descriptivos, sino más bien modelos de acción, propuestas de cambio, mundos posibles; este es un ejemplo de esta ingeniería aplicada, con el que, por cierto, se inaugura en el Gicom esta línea de acción, no en el papel, en la práctica.

Por último, este libro pudo no haberse publicado nunca, porque en la dinámica de quien lo escribe todos entran, o por lo menos deben tener esa oportunidad, nunca es suficiente y cualquier dato puede cambiarlo todo. En alguna ocasión, regresando de una larga y pesada jornada de trabajo de campo, a bordo de un taxi comenzó a platicar con el chofer para romper el hielo, en un momento de la conversación le preguntó si podía sacar su grabadora y registrar la charla, ese fue el informante informal número 42, además de los casos de base; esos

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

datos se sumaron a otros, los que obtuvo en la parada del autobús, en la plaza, en el supermercado; pequeños datos paralelos, que, sin ser casos complejos, fueron oro molido porque hicieron el sistema de información más completo. Los sistemas de información basados en casos (simples y complejos) son la piedra angular de la Ingeniería en Comunicación, y Renée es ingeniera social, es curiosa, es apasionada y es incansable. En su momento se tuvo que poner un alto, pero estoy seguro que este solamente es el primero de muchos materiales que están por venir. ¿Cómo lo sé? porque he tenido la fortuna de acompañarla en gran parte de lo que aquí he descrito.

Adelante, que el texto les sea útil para construir y fortalecer sus redes.

**Edgar Josué García López
San Luis Potosí, mayo 2021**

Prólogo

Reconstruyendo la cultura empresarial en México

La figura de la empresa en México es central para su sustentabilidad económica y social. La empresa mexicana no es sólo la gran empresa con grandes naves industriales y largas listas de trabajadores asalariados, la empresa mexicana prototípica es pequeña, familiar, con unos cuantos integrantes que se conocen de muy cerca e incluso viven juntos. La proporción en número de empresas y su tamaño, es por completo inversa, pocas empresas con muchos trabajadores, y muchas empresas con pocos; sobre esta imagen el punto siguiente es que son muchísimos más los trabajadores que están operando en pequeñas empresas que en grandes. Lo anterior da una visión de lo que es el mundo empresarial mexicano desde la perspectiva del número de trabajadores y su efecto en la ecología familiar. Otro tema es el dinero.

La distribución y concentración del dinero también es inversa. La pequeña empresa tiene más trabajadores en forma general, pero menos capital. La gran empresa en su acumulado tiene menos trabajadores, pero más capital. El dinero se concentra en las grandes empresas en forma general y se atomiza en las pequeñas. Esta situación expresa con claridad el escenario del mundo contemporáneo que vivimos en nuestro país: muchos con poco, pocos con mucho.

La Ingeniería en Comunicación Social tiene una enorme tarea en este contexto situacional. Su operación posible es urgente, puede apoyar a las grandes empresas para que les vaya todavía mejor, o puede apoyar a las pequeñas empresas para promover su sustentabilidad y desarrollo a mediano y largo plazo. El Gicom, Grupo Ingeniería en Comunicación Social tiene recursos tecnológicos para los dos escenarios, su vocación social configura su estrategia de trabajo en estos dos vectores empresariales; sería demasiado simple asegurar que la articulación de estos dos frentes es imposible. El Gicom propone un modelo de trabajo en donde la curva de distribución de los dos frentes se asocia para tomar una forma más homogénea.

Un probable camino es diversificar las operaciones empresariales, distribuyéndolas en un número mayor de empresas, buscando el efecto de adelgazar, sin desfavorecer de todo, a las grandes organizaciones, y de aumentar la presencia del capital en las pequeñas y las medianas empresas. Al mismo tiempo en que se aumenta el número de trabajadores integrados a esta diversidad así promovida.

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

Esta estrategia podría entenderse en la dirección de cómo enriquecer a las pequeña y medianas empresas, multiplicando su número de operaciones y agentes, ajustando a las grandes en este movimiento. En todo este escenario posible lo primero es que la cultura empresarial popular se empodere, que los actores y agentes de las medianas y pequeñas empresas tengan mayor capacidad de gestión y desarrollo.

El tema de las Pymes y Mipymes, las así llamadas en forma sintética medianas, pequeñas y micro empresas, está en la agenda de la Ingeniería en Comunicación Social desde sus antecedentes en los años setenta. Muy pronto apareció el asunto como tema de interés general, tan vigente entonces, como ahora, vinculado, por supuesto, a la sustentabilidad de la vida familiar en forma grupal y colectiva de los sectores populares urbanos, siempre mayoritarios en la demografía urbana del país.

Como puede observarse, la dimensión microeconómica de la vida popular urbana es el centro de esta visión sobre la vida mexicana contemporánea. Partiendo de lo importante que es la sobrevivencia y desarrollo de los sectores populares urbanos, el asunto crece hasta tener una perspectiva nacional prioritaria. Para el Gicom este asunto siguió siendo un tema prioritario cuarenta años después de aquellos primeros esbozos de atención, estudio e intervención.

En la primera década del siglo veintiuno el tema de la pyme y Mipymes volvió con fuerza a la agenda del Gicom. El diagnóstico realizado en la Ciudad de México mostraba que las pequeñas empresas, y sobre todo las microempresas, tienen una vida muy corta. El diagnóstico mostraba que la cultura empresarial de este tipo de empresas carecía de la consistencia suficiente y necesaria para garantizar sustentabilidad y desarrollo a mediano y largo plazo; lo interesante es que también había casos exitosos. Así que la agenda del programa metodológico Gicom se enfocó en explorar la sistematización del éxito y del fracaso, para construir mejores modelos de operación micro empresarial.

Aun entendiendo la importancia del asunto, con los antecedentes mencionados, no hubo entre los agentes del programa Gicom quién se encargara de redondear un primer esquema de trabajo. Por lo que el encuentro con Renée Dueñas fue una de las mejores cosas que le han pasado al Gicom, una persona con una formación y una trayectoria pertinentes, que tomó el liderazgo en el asunto y lo llevó a un primer esquema de trabajo después de varios años de estudio diagnóstico.

La ciudad de San Luis Potosí, como otras ciudades de México, tiene una configuración popular urbana muy fuerte, y una presencia de Pymes y Mipymes también relevante. La situación de observar y explorar el tema en esta ecología era un reto, pero también una oportunidad. Todo lo que se estudiara en estas condiciones sería pertinente como modelo de operación para todas las ciudades del país. El compromiso entre Gicom y Renée fue inmediato.

Renée venía de una formación con un perfil profesional de contabilidad, administración de empresas, con un énfasis mercadotécnico y de especialidades sobre metodologías de intervención social y organizacional; aunado a su historial como emprendedora en negocios familiares desde temprana edad. Todos sus campos de acción y formación son parte de un programa de trabajo posible en Ingeniería en Comunicación Social, son desde la perspectiva Gicom formas de Ingeniería Social y de Ingeniería en Comunicación Social. Aun así, la estrategia de articulación entre sus intereses e intenciones con el concepto y operación de la Ingeniería en Comunicación Social fue una tarea delicada, necesaria, pero complicada.

Lo anterior, porque cuando Renée se acercaba a la Ingeniería en Comunicación Social, asociando su conocimiento organizacional, parecía que en realidad se alejaba, lo que incluso causaba conflictos, sin embargo, al final del camino demostró que tenía muy clara la factibilidad de aplicar la perspectiva del Gicom en las empresas y organizaciones que delimitaban su objeto de estudio, tal como se puede observar en este texto.

La metodología de trabajo del Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social está hecha para apoyar proyectos de intervención en curso, es decir, tiene la vocación de ajustarse a lo que los actores y agentes de la intervención están operando sin la presencia Gicom. Esta costumbre, esta estrategia de trabajo, facilita la relación de este particular programa metodológico con cualquier proceso de intervención social.

Al inicio de este proceso de investigación e intervención no se lograba percibir si además de haber un proyecto con fines académicos, también se buscaban resultados reales en la práctica empresarial., condición que parecía complicar todo el movimiento tradicional de articulación Gicom-mundo social en proceso de intervención. Sin embargo, la propia naturaleza del Grupo desarrolló una cultura de adaptación donde se delimitó y manifestó claramente el perímetro entre ambos campos posibles.

Lo importante era empezar al proceso de observación, registro y sistematización de información sobre el marco situacional Mipymes en San Luis Potosí. El Gicom trabaja con sistemas de información ordenados en modelos de operación situacional, es decir, el cómo la gente hace lo que hace en sus diversos espacios tiempos de la vida social, como las Pymes. La metodología utilizada por Renée resultó de un pequeño ajuste desde la administración de empresas y mercadotecnia con los protocolos de trabajo metodológicos existentes en el grupo, lo cual no significó ningún problema, la diversidad enriquece cuando el programa general constructivo, y metodológico es sólido, capaz de asimilar la diferencia y catalizar la novedad. Así empezó a trabajar Renée, y así siguió todo el camino, con una lógica de tipos y de registros etnográficos y pragmáticos que fueron sedimentando la información sistematizada. Más adelante se distinguieron diferencias entre los diversos casos particulares estudiados, resultando con los primeros descubrimientos y las primeras hipótesis formuladas un proyecto que marchó con viento a favor hasta el final.

Hacia la Sociogénesis de las micro empresas familiares potosinas Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones

Los resultados están a la vista, Renée hizo un gran esfuerzo de formalización de información; de acuerdo con la metodología Gicom ese esfuerzo es individual, depende del ingeniero, de su compromiso y su entusiasmo. El ingeniero en particular es el que está en el campo concreto de observación e interacción en el mundo social real, es quien tiene contacto directo con los informantes, con la gente que forma parte constitutiva del marco situacional bajo observación. En estas condiciones el ingeniero sólo necesita de pares interlocutores críticos que le ayuden a percibir algo que al estar ahí le ha pasado de largo. El propio ingeniero es el que ordena sus observaciones y crea los sistemas de información que son revisados y comentados posteriormente con otros compañeros ingenieros.

La metodología Gicom siempre trabaja en grupo y redes de grupos, este fue el caso también: Renée se integró a un grupo de trabajo Gicom en San Luis Potosí, formó parte de un seminario de estudios a lo largo de todo el proceso de su trabajo con las Mipymes. Asimismo, recibió retroalimentación de su trabajo por parte de sus compañeros de grupo, cada uno con proyectos distintos, y por otra parte también interactuó con la red Gicom, con ingenieros de otros grupos trabajando en otras partes del país, que también aportaron y recibieron contribuciones a su trabajo. Así opera la metodología de trabajo Gicom. De esta manera Renée nunca estuvo sola, todo su trabajo fue realizado en compañía de otros ingenieros que comentaban su proyecto y sus propios proyectos. La interacción entre todos los ingenieros que forman de esta red permite que lo que cada uno descubre aporte a los demás, y que todos los demás aporten al propio proyecto.

Es cierto que, por otro lado, Renée también vivió en parte su proyecto en solitario, no hubo otros proyectos sobre Pymes o Mipymes que le permitieran un vuelo en parvada. Este será el primer referente a futuro para el trabajo sobre organizaciones y empresas de parte de cualquier miembro de la red Gicom, forma en que opera este sistema de trabajo.

Nuestra ingeniera social confirma que las Mipymes tienen una vida corta, pero propone que, dado que dicha característica es parte de su naturaleza, lo que hay que desarrollar son estrategias que se muevan bajo esa condición. En ese sentido, lo que hacía falta era mayor comunicación, es decir, mejor circulación de información sistematizada sobre la experiencia de este tipo de empresas, en particular con otras experiencias similares; para sintetizar y configurar una propuesta sólida, viable y factible que les ayude a empoderarse a todas mediante el conocimiento de errores y aciertos de diversos casos, sin tener que descubrirlos o vivirlos forzosamente en carne propia. Este es el resultado de ese trabajo.

Por otro lado, la metodología Gicom tiene el dedo puesto en el siguiente punto: publicar el trabajo es tan importante como haberlo hecho. Que los micro empresarios

accedan a esta sistematización es clave. Que todas las experiencias Mipymes y Pymes formen parte de un gran sistema de comunicación en donde el intercambio de información y experiencia las empodere. Por supuesto que la información que contiene este libro está sujeta a revisión y a contrastación con otras fuentes, casos y experiencias, es lo que se espera. Todo ello enriquecerá el sistema de información, acción que es el corazón del programa Gicom. Pero, por otra parte, lo que es un hecho es que la propuesta de este texto ya tiene un potencial constructivo inmediato. Es desde ahora un referente obligado en el ámbito de la gestión de las microempresas familiares.

Usted tiene en sus manos un reporte de trabajo de gran calidad, útil, que aporta información y experiencia sistematizada. Un libro de texto para ser parte de diversos tipos de actividad asociados al emprendedurismo social. La lectura del libro en sí misma es una gran experiencia para ser vivida. Que tenga usted una gratificante vivencia al leerlo, que se llene de ideas, de imágenes, de preguntas. Adelante con la lectura.

Jesús Galindo Cáceres
Vallejo, sábado 24 de abril de 2021

*HACIA LA SOCIOGÉNESIS DE LAS MICRO EMPRESAS
FAMILIARES POTOSINAS
Ingeniería en Comunicación Social de las organizaciones*

Se terminó de imprimir en diciembre 2021.

El tiraje consta de 1,000 ejemplares