



**Universidad Autónoma de Querétaro**

**Facultad de Contaduría y Administración**

**Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA EVITAR LA MIGRACIÓN EN  
CAMARGO, PEÑAMILLER**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de:

Lic. En Negocios y Comercio Internacional

**Presenta:**

Ladislao Trejo Martínez

**Dirigido por:**

M.C.E Jorge Gabriel Villarreal Alcalde

Centro Universitario.

Querétaro, Qro.

Fecha: Agosto 2021.



Universidad Autónoma de Querétaro  
Facultad de Contaduría y Administración  
Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional

**TÍTULO: PLAN DE NEGOCIOS PARA EVITAR LA  
MIGRACIÓN, EN CAMARGO, PEÑAMILLER**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de  
Licenciatura en Negocios y Comercio Internacional

**Presenta:**

Ladislao Trejo Martínez

**Dirigido por:**

M.C.E Jorge Gabriel Villarreal Alcalde

**SINODALES**

M.C.E. Jorge Gabriel Villarreal Alcalde.  
Presidente.

  
Firma.

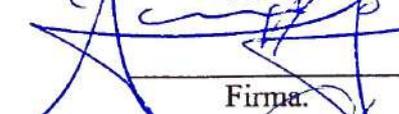
Dra. Jovita Georgina Neri Vega.  
Secretario.

  
Firma.

M en A. Marco Antonio Torres Tello.  
Vocal.

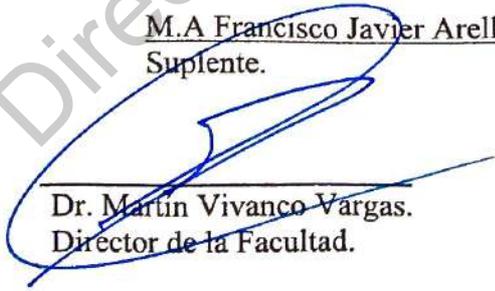
  
Firma.

Dr. Jair de Jesús Chacón Peña.  
Suplente.

  
Firma.

M.A Francisco Javier Arellano Rocha.  
Suplente.

  
Firma.

  
Dr. Martin Vivanco Vargas.  
Director de la Facultad.

Centro Universitario  
Querétaro, Qro.  
Fecha: Agosto 2021.

## RESUMEN

Hoy en día, el emprendimiento ha sido algo característico en todos los lugares del país, sin embargo, las herramientas de planeación y desarrollo empresarial aún no son un tema muy conocido para todos los emprendedores que existen para la infinita modalidad de negocios que surgen. Aquí es donde la investigación en el plan de negocios ve un área de oportunidad.

El desarrollo de un propio plan de negocios enfocado en un solo caso de estudio que en base a Prieto Sierra C. podemos encontrar en su obra literaria más actual de 2017 sus premisas para partir e integrar nuestro propio plan de negocios con los elementos que encontremos esenciales de acuerdo a las actividades de la comunidad de Camargo.

Se han considerado la participación de familias expertas en el aprovechamiento de los recursos naturales que nos han brindado información de su experiencia para hacer más seguro el desarrollo del plan de negocios que será la herramienta de planeación a moldear y entregar para los habitantes de Camargo.

A través de la investigación, se plasma una alternativa para el desarrollo empresarial, que con la creciente falta de empleos permita a los habitantes de la región la integración de un producto final que compita en el mercado y muestre niveles de rentabilidad que no los encamine a migrar para la búsqueda de oportunidades.

Palabras Clave: Plan de negocios, Recursos naturales, Migración, y Desarrollo económico.

## **ABSTRACT.**

Nowadays, entrepreneurship has become a characteristic in all places of the country. However, planning tools and business development are not a very known topic for every existing entrepreneur in the infinite modalities arising in business. After considering all mentioned, this research takes place.

The development of an own business plan focused in an only study case that based on authors like Prieto Sierra C. we find in his most current work of 2017 its premises to start and integrate our own business plan with elements we consider essential, according to the activities in the community of Camargo.

There has been considered the participation of the expert families on the exploitation for natural resources and they provided us their experience to insure the development of the business plan that will be the planning tool to mold and deliver to the habitants in Camargo.

Through the present research, we show another path for business development within the rise of unemployment allows the inhabitants the emerge of a product which will be on sales in gives them the profitable income instead of looking for other resources out of town.

Key words: Business Plan, Natural Resources, Migration, and Economic development.

Dirección General de Bibliotecas UNQ

## DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mis padres.  
A su incomparable esfuerzo por enseñarme a ser mejor.

A Dios.  
A sus enseñanzas que mantienen mi fe.

A todos los habitantes de Camargo.  
A la reserva de la biósfera Queretana.

A mis amigos.

## **AGRADECIMIENTOS.**

Quiero agradecer en este trabajo a todos aquellos que me apoyaron, motivaron y acompañaron durante esta experiencia que me permitió mostrar mis habilidades hacia Universidad y a la sociedad.

A Don Máximo Martínez por bríndame asilo, su conocimiento y todos esos recorridos conociendo gente y los hermosos lugares de la Sierra Gorda Queretana. Gracias por su amistad.

A mis profesores que siempre mostraron interés y motivación para dejar en alto mi carrera, a la Universidad, y a donde quiera que vaya.

A mis amigos cercanos, que les interesó la investigación y me acompañaron en aquellos recorridos de recopilación de información.

Por último y más importante a las personas que siempre han demostrado todo su amor, apoyo y tantas virtudes que no habrá ningún texto que las pueda abarcar que claro son mis padres Rosa María, Policarpo, mis hermanos, Miguel Ángel y Paulina. Gracias por todo.

Dirección General de Bibliotecas UNQ

## TABLA DE CONTENIDO

SINODALES.....	ii
RESUMEN.....	i
ABSTRACT.....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 Revisión de la literatura.....	12
2.2 Estado actual.....	12
2.3 Aproximación Teórica.....	12
2.4. Función del plan de negocios.....	12
2.4.1. Función administrativa o interna.....	12
2.4.2. Función financiera.....	12
2.5. Tipos de plan de negocios.....	13
2.5.1 Plan de negocios para una empresa en marcha.....	13
2.5.2. Plan de negocios para una empresa nueva.....	13
2.5.3. Plan de negocios para inversionistas.....	13
2.5.4. Plan de negocios para administradores.....	13
2.6. Fases de un plan de negocios.....	13
.....	14
2.6. El plan de negocios como herramienta de planificación.....	14
2.7. Elementos del plan de negocios.....	16
2.7.1. Resumen ejecutivo.....	16
2.7.2. La descripción del negocio.....	16
2.7.3. Descripción del producto.....	16
2.7.4. Misión.....	17
2.7.5 Visión.....	17
2.7.6. Perfil del cliente y mercado potencial.....	17
2.7.8. Plan de mercadotecnia y ventas.....	18
2.7.9. Sistema de negocio y organización.....	18
2.7.10. Programa de implementación.....	19
2.7.11. Plan de recursos Humanos.....	19

2.7.12. El plan financiero.....	20
2.7.13. Aspectos legales.....	20
2.7.14. Oportunidades y riesgos.....	21
2.8. Migración. ....	21
2.8.1. Concepto de migración. ....	22
2.8.2. Tipos de migración. ....	22
2.8.3. Migración en México.....	22
2.8.4. Cifras actuales de migración en México.....	23
2.9. Desarrollo económico.....	24
2.10. Globalización.....	28
2.11. Proyectos Rurales. ....	29
2.12. La investigación.....	29
2.13. La investigación cualitativa.....	29
2.13.1. Categorización en la investigación cualitativa.....	29
2.13.2. Desarrollo de la investigación cualitativa.....	30
2.14.3. Criterios para la obtención de información.....	31
2.14.4. Instrumentos de la investigación cualitativa.....	32
2.14.5. Interpretación de resultados.....	35
2.14.6. Informe final de la investigación.....	35
2.15. La investigación cuantitativa.....	36
2.15.1. Planteamiento del problema.....	36
2.15.3. Justificación de la investigación.....	36
2.15.4. El marco teórico.....	36
2.15.6. Alcances del estudio cuantitativo.....	37
2.15.7. Hipótesis cuantitativa.....	39
2.15.8. Diseño de investigación cuantitativo.....	39
2.15.9. Diseños experimentales.....	39
2.15.10. Diseños no experimentales.....	40
2.15.11. La muestra.....	40
2.15.12. Recolección de datos cuantitativos.....	41
2.15.13. Análisis de datos cuantitativos.....	41
2.15.14. Reporte de Resultados del proceso cuantitativo.....	42
2.16. Los procesos Mixtos de investigación.....	42
<b>CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD DE CAMARGO.....</b>	<b>44</b>

3.1. Importancia del plan de negocios para Camargo, Peñamiller desde otros autores. ....	44
3.2. Camargo. ....	45
<b>CAPÍTULO IV. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN. ....</b>	<b>48</b>
4.1. Justificación. ....	48
4.2. Planteamiento del problema. ....	48
4.3. Objetivo general. ....	48
4.4. Objetivos particulares. ....	49
4.5. Definición del universo. ....	49
4.6. Variables. ....	50
4.7. Variables Independientes. ....	50
4.8. Variables Dependientes. ....	50
4.9. Hipótesis. ....	51
<b>CAPITULO V. METODOLOGÍA. ....</b>	<b>52</b>
5.1. Enfoque de la investigación. ....	52
5.2. Alcance. ....	52
5.2. Recolección de datos en campo (Procedimiento). ....	52
5.4 Herramientas. ....	53
5.4 Procedimiento. ....	54
5.5 Procesamiento de información. ....	54
5.5.1. Frecuencias relativas y absolutas. ....	54
<b>CAPÍTULO VI RESULTADOS Y DISCUSIÓN. ....</b>	<b>55</b>
6.1. Primer acercamiento. ....	55
6.2. Segundo acercamiento. ....	55
6.3. Desarrollo de los productos. ....	59
6.4. Retroalimentación en el ejido. ....	62
6.5. Recopilación de resultados. ....	64
6.6. Resultados. ....	64
.....	68
<b>PROPUESTAS Y CONCLUSIONES. ....</b>	<b>70</b>
Propuesta de plan de negocios. ....	70
Justificación del plan de negocios. ....	72
Calidad. ....	72
Responsabilidad social. ....	73
Prueba con caso práctico. Orégano de Camargo. ....	73

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS (TABLA8). .....	75
Cierre. ....	77
BIBLIOGRAFÍA. ....	79
ANEXOS. ....	82
Anexo I. Guía para hacer entrevistas. ....	82
Anexo II Encuesta a los pobladores sobre productos de la región. ....	83
Anexo III. Autorización para realizar el trabajo de investigación en el ejido. ....	86
Anexo IV. Primer acercamiento a la comunidad en 2018. ....	87
Anexo V. Directorio de Contactos. ....	88

### ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1. Herramientas de Planificación. A partir de Prieto Sierra, C. (2017). ....	15
Tabla 2. Principales criterios de segmentación. Por Prieto Sierra, C. (2017). ....	18
Tabla 3. Principales escuelas económicas. Elaboración propia. ....	28
Tabla 4. Formulación de hipótesis en estudios cuantitativos con diferentes alcances. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006). ....	39
Tabla 5. Valoraciones utilizadas para la interpretación de respuestas. Elaboración propia a partir de Escala de Likert. ....	53
Tabla 6. Análisis de estadística descriptiva. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	54
Tabla 7. EL plan de negocios. Elaboración propia. ....	71
Tabla 8. Resultados del desarrollo de plan de negocios con orégano. Elaboración propia. ...	74

### ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. Fases de un plan de negocios. De Prieto Sierra, C. (2017). ....	14
Gráfico 2. Oportunidades y riesgos en los negocios. De Sierra, C. P. (2017). ....	21
Gráfico 3. Porcentaje de la población migrante internacional según lugar de destino, ....	23
Gráfico 4. Saldo neto migratorio de la población de 5 y más años por entidad federativa. INEGI, México (2018).). Recuperado el 12 de septiembre de 2020. ....	24
Gráfico 5. Propósito de los estudios correlacionales. En base a Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006). ....	38
Gráfico 6. Proceso para efectuar análisis estadístico. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006). ....	42
Gráfico 7. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	64
Gráfico 8. . Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	65
Gráfico 9. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	66
Gráfico 10. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	66

Gráfico 11. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	67
Gráfico 12. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	68
Gráfico 13. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	69
Gráfico 14. Elaboración propia a partir de Anexo II. ....	69

## ÍNDICE DE IMÁGENES.

Imagen 1. Representación de una muestra como subgrupo. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006). ....	40
Imagen 2. Cosecha de orégano y damiana en Camargo.....	57
Imagen 3. Acaparamiento de las especias para su secado. ....	58
Imagen 4. Desarrollo del orégano. Izquierda “antes” y a la derecha “después”.....	60
Imagen 5. Contacto con MARS México.....	61
Imagen 6. Retroalimentación de los habitantes al autor.....	63

Dirección General de Bibliotecas UAQ

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.

La importancia del uso de herramientas de planeación, se ha convertido en un tema que puede marcar el rumbo del emprendimiento empresarial al permitir el perfeccionamiento y formalidad de plasmar una idea hacia la sociedad que, con un soporte documentado, podrá ir dando forma a lo largo del tiempo.

Por ello, en la investigación se realizaron visitas, en las cuales se obtuvo información sobre los habitantes que nos mostraron la manera en que subsisten de los recursos naturales en la región y resaltando las problemáticas al comercializar su producto. También, es notable su deseo de obtener una mejor rentabilidad y posicionamiento comercial para obtener el reconocimiento de los productos de la Sierra Gorda de Querétaro

Al conocer los puntos clave y características de los productos, se desarrolla la propuesta de plan de negocios, que es dado a conocer, a los habitantes interesados con un caso práctico, mediante un enfoque cuantitativo y alcance exploratorio, muestra los resultados de cómo llegar a incursionar en un mercado que necesita calidad y métodos innovadores, que muestren al emprendedor como descubrir los clientes potenciales para su actividad económica al usar el plan de negocios.

Dentro del desarrollo del plan de negocios hay tres momentos clave: El primero, investigar sobre los productos principales y cómo se obtienen, transforman y venden. El segundo, realizar un caso práctico donde se hace contacto con clientes potenciales y sus requisitos para comprar el producto. Tercero la retroalimentación de los habitantes para saber su opinión de los resultados de la investigación y el plan de negocios.

Ya que de la mano se hicieron encuestas para conocer de manera más exacta las tendencias y el comportamiento de su mercado actual, nos podemos dar cuenta que habrá un punto donde ya no parezcan rentables los productos y puede llevar a las personas de la región a migrar en busca de otras oportunidades para subsistir, dejando de lado la oportunidad que ofrece el territorio.

Al concluir las labores de investigación, tenemos como resultado el presente trabajo dividido en seis capítulos y cinco anexos.

Donde destacan como sustento teórico de la investigación el segundo capítulo, conformado en su principio por la teoría de nuestro objeto clave, “El plan de negocios”. Del cuál estipulamos sus funciones, usos aplicables y tipos de plan de negocios para cada situación que se presenta dentro del entorno empresarial. Es importante mencionar las diferencias que tiene de otras herramientas de planeación y esperamos que quien tenga en sus manos el texto comprenda que las herramientas de planeación se conforman entre sí para dar origen a un emprendimiento formalizado y concreto que puede asegurar la prosperidad de un negocio.

Para éste capítulo también destaca la presencia de sustento teórico para los efectos que el plan de negocios pretende atacar en un futuro; la migración. La cuál encontramos que la comunidad de Camargo en su conjunto de situaciones actuales, muestra los elementos que conllevarán en un futuro a la presencia de migración en busca de nuevas oportunidades.

Para establecer lo anterior, el capítulo III, describe el caso de estudio que es la comunidad de Camargo y sus habitantes. Manifestando la importancia de la implementación de un plan de negocios que se adecue a las características de la biósfera en este lugar.

Ahora, en el capítulo IV, donde se manifiestan las intenciones y alcance de la investigación, así como los objetivos con los que partimos a realizar la metodología expuesta en el capítulo V. Involucrándonos en el estudio cuantitativo con enfoque exploratorio con todas las etapas, procesos y resultados de las expediciones hechas en la comunidad para recopilar información, que al final con ayuda de los mismos pobladores se llegaron a conclusiones mostrando los datos expuestos por el investigador.

Finalmente cumpliendo el objetivo de la investigación, se muestra un esquema de plan de negocios, el cual, cumplió con una serie de evidencias y desarrollo de producto para comprobar el alcance del plan de negocios, consiguiendo también el interés de los pobladores en conocer más acerca del resultado final del presente trabajo.

Dirección General de Bibliotecas UNQ

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

### **2.1 Revisión de la literatura.**

A continuación, las herramientas teóricas que sustentan este trabajo, se darán a conocer en esta parte.

### **2.2 Estado actual.**

Las comunidades alejadas enfrentan como todas las demás, problemáticas de desarrollo y crecimiento que pueden ser: de carácter económico, social, político y cultural. Para la propuesta ya mencionada en el capítulo anterior, este trabajo tomará en cuenta la región de la reserva de la biósfera que es Camargo, municipio de Peñamiller, que cuenta con una gran riqueza en recursos naturales de los que día a día los habitantes utilizan en su vida cotidiana y la riqueza mencionada, se refleja en la abundancia que les permite disponer de ellos.

Es por esto, que a lo largo de este trabajo, se propondrá la integración de un plan de negocios que se enfoque en integrar las actividades de explotación en sus recursos naturales de los que la población subsiste en su día a día y pueden tener una integración positiva en el mercado exterior.

### **2.3 Aproximación Teórica.**

Un plan de negocios, es una herramienta que plasma la configuración y funcionamiento de una organización impulsada por una idea, compromiso o proyecto. Permite establecer las premisas para ejecutar o poner en marcha las acciones a corto, mediano y largo plazo para la consolidación de la organización.

### **2.4. Función del plan de negocios.**

Un plan de negocios sirve para brindar información a lo que una idea u oportunidad de negocio tengan para que, puesta en marcha se resume en dos funciones de acuerdo a Villarán, K. W. (2009).

#### **2.4.1. Función administrativa o interna.**

Permite identificar tanto los puntos fuertes y débiles de la empresa, posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y a su vez, es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes, de los cuales la información servirá para evaluar el entorno, reconocer oportunidades, organizar los recursos, determinar escenarios y posibles resultados para la toma de decisiones.

Esta función del plan de negocios es para dirigir el “día a día” de la organización e ir manteniendo la visión y misión por la cual la organización se unió.

#### **2.4.2. Función financiera.**

La información del plan de negocios servirá también para ser comunicada con agentes externos a la organización; tendrá que estar enfocada hacia una visión a largo plazo y presentarse ante clientes o inversionistas según se necesite. Esto, con el fin de vender la idea y manifestarla a los grupos de interés

## **2.5. Tipos de plan de negocios.**

El plan de negocios, tiene la facilidad de adaptarse a diferentes situaciones y contextos por los que una organización esté pasando, para la toma de decisiones a largo plazo. Estas decisiones impactan en cuatro tipos principales:

- Una empresa en marcha,
- Una empresa nueva.
- Inversionistas o administradores.

Pues su función del documento siempre buscará comprobar la viabilidad del negocio.

### **2.5.1 Plan de negocios para una empresa en marcha.**

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además, deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva. La razón principal es, que las empresas en marcha suelen integrar nuevos negocios a su operación y la decisión de si es integrado o se rechaza. puede ser evaluada.

### **2.5.2. Plan de negocios para una empresa nueva.**

Para las organizaciones emergentes se convierte en una herramienta de diseño e investigación de la idea inicial pues en ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados; las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la organización.

### **2.5.3. Plan de negocios para inversionistas.**

No sólo las organizaciones que buscan integrarse a un mercado utilizan esta herramienta. Aquí, los inversionistas podrán enfocar su interés al conocer la idea y forma de organización que solicita su apuesta para la idea.

### **2.5.4. Plan de negocios para administradores.**

El plan de negocios para los administradores, debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, estrategias, políticas, procesos, programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Villarán, K. W. (2009).

## **2.6. Fases de un plan de negocios.**

De acuerdo a Prieto Sierra, C. (2017). El plan de negocios, es un proyecto que, para ser realizado tiene que pasar por cuatro fases (Gráfico1):



Gráfico 1. Fases de un plan de negocios. De Prieto Sierra, C. (2017).

## 2.6. El plan de negocios como herramienta de planificación.

“Plan”, se encuentra como un término de carácter integral que expresa lineamientos, objetivos y decisiones que son parte de conseguir una misión, visión desencadenados por un mecanismo de pasos conectados para lograr lo que fue el principio de una idea.

Es necesario separar el plan de negocios de otras herramientas de planeación, que tienen un enfoque específico, pues se tienen otras con diferentes alcances y enfoques para plasmar la información. Por ejemplo, un plan estratégico, un estudio de factibilidad o evaluación de proyectos. A continuación, en la Tabla 1, se mostrarán las diferencias entre los anteriores con los demás conceptos que pueden tener relación, ya que es importante mencionar que en cada herramienta de planificación, es posible que dependiendo de la organización que las utiliza, puedan dar origen al desarrollo de otra. Ya sean:

- Un plan de negocios a un plan estratégico.
- Un plan estratégico a un estudio de factibilidad.
- Un estudio de factibilidad a una evaluación de proyectos.

También, es posible que en una sola organización, se fomente el desarrollo de todas las herramientas mencionadas para tener el diseño de negocios completo.

Herramienta.	Objetivo.	Alcance.	Enfoque.
Plan de negocios.	Identifica la viabilidad de un negocio y da a conocer su idea de una organización.	Entorno de la organización. Análisis interno. Análisis de mercados. Plan financiero.	Análisis del impacto del modelo y plan de negocio en un mercado para su viabilidad económica.
Plan estratégico.	Evalúa disponibilidad y cómo se usarán los recursos.	Fortalezas. Oportunidades. Debilidades. Amenazas.	Futuro de la organización y proceso administrativo.
Estudio de factibilidad.	Determinar la viabilidad de una inversión en cuanto a sus objetivos principales.	Estudio de mercado. Oferta. Demanda. Aspectos técnicos. Planes financieros.	Elementos técnicos y operativos de la organización.
Evaluación de proyectos.	Encontrar si existe rentabilidad económica y financiera en un proyecto de inversión.	Utilidad. Liquidez. Cobertura.	Información con indicadores de gestión y desempeño económico.

Tabla 1. Herramientas de Planificación. A partir de Prieto Sierra, C. (2017).

## **2.7. Elementos del plan de negocios.**

### **2.7.1. Resumen ejecutivo.**

Todo proyecto debe comenzar con una presentación, la cual servirá de preámbulo para dar a entender la estructura de la organización y lograr despertar la curiosidad de los inversionistas, mostrando el potencial del proyecto.

Entre el contenido del resumen ejecutivo se debe abordar lo siguiente:

- Nombre del proyecto o empresa.
- Estructura de la organización (participantes, accionistas y fundadores).
- Tipo de negocio (Producción, servicios, o comercio).
- Necesidades que la empresa pretende cubrir o satisfacer en el mercado.
- Innovación.
- Productos.
- Clientes.
- Impactos positivos y negativos.
- Retorno sobre la inversión inicial.

Con estos aspectos, el resumen ejecutivo dará una introducción del proyecto concreta para entender y empezar con el siguiente elemento de nuestro plan de negocios.

### **2.7.2. La descripción del negocio.**

En este punto se debe enfatizar el valor que el cliente obtendrá en función de las necesidades que pueden ser cubiertas por la empresa, que darán oportunidad en el mercado a los participantes del plan de negocios. Por lo cual, las preguntas ¿Qué hacemos?, ¿cómo lo hacemos? Y ¿cómo generamos ingresos? Determinan el desarrollo de la organización.

### **2.7.3. Descripción del producto.**

Para determinar el mejor valor que obtendrá el cliente por el producto respecto a la demás oferta en este elemento del plan de negocios, se definen dos aspectos:

- Un producto innovador
- Un modelo innovador de negocios.

Un producto innovador, destaca al ser diferente a los demás en la oferta del mercado, ya que sus características más relevantes proporcionan una mejor experiencia de compra. En cambio, un modelo innovador de negocios, integra al producto dando un valor adicional dentro de la operación de venta para concluir la experiencia del comprador con la organización.

Es necesario también en esta parte del plan, dar a conocer que el producto es viable en el mercado, por ello de acuerdo a Sierra, C. P. (2017). En su modelo de plan de negocios propone lo siguiente:

- Definir bien qué producto o servicio será.
- Explicar qué necesidades cubre.
- Describir la causa que define la viabilidad del producto.
- Plantear las ventajas de su adquisición.
- Vincular el producto con la innovación.

#### **2.7.4. Misión.**

Para una organización, el identificarse, darse valor y conocerse a sí misma es importante; para ello, el desarrollo de una misión como herramienta que va proyectar su relación de la empresa con los demás clientes, la distinguirán de sus competidores y será una declaración abierta de su ideal principal. Los elementos de la misión son:

- Realismo.
- Coherencia.
- Difusión.
- Evolución.

#### **2.7.5 Visión.**

Identificarse en la misión, es conocer el presente; ahora en este punto se define la meta para alcanzar, la cual será marcada por el trayecto y las actividades que en él se realizarán. Los elementos para nuestra visión serán los siguientes:

- Persuasión (inspiración).
- Realismo en los propósitos, para que puedan ser logrados.
- Considerar todos los escenarios posibles, ya sean buenos o malos.
- Difusión y ser comunicada.

#### **2.7.6. Perfil del cliente y mercado potencial.**

De acuerdo a la publicación de C. João Paulo en 2014, afirma que, la segmentación de mercado, permite una mejor adaptación del producto contra un segmento definido de población; es decir, que los esfuerzos de negocios en clientes que realmente tengan un enfoque de sus necesidades a lo que la organización puede ofertar. Dentro del modelo de plan de negocios de Prieto Sierra, C. (2017), el cual será de elección para el desarrollo de este trabajo; encontramos cuatro criterios generales para dividir la investigación de mercado para el plan de negocios en la Tabla 2 de principales criterios de segmentación.

Geográfica.	División del mercado por áreas territoriales como: países, estados, ciudades o cualquier región.
Demográfica.	Clientes definidos por factores como: sexo, edad, actividad económica, religión, etc.
Psicográfica.	La organización se enfoca en características como: valores, actividades, actitudes y hasta deseos que motiven su comportamiento.
Mercados de Consumo.	Enfocado en los aspectos más particulares que hacen que el cliente busca al adquirirlo como: la experiencia, forma de uso o frecuencia de compra.

*Tabla 2. Principales criterios de segmentación. Por Prieto Sierra, C. (2017).*

### **2.7.8. Plan de mercadotecnia y ventas.**

Para planear se necesitan decisiones, decisiones que se deben estructurar dentro de estrategias y tácticas donde se especifica cómo y cuándo se harán. De acuerdo con Thompson I. (2006), un plan de mercadotecnia es una "estructuración de lo que piensa lograr y cómo lo va a conseguir. Esto, incluye un conjunto de estrategias, tácticas y acciones sucesivas y coordinadas destinadas a alcanzar los objetivos definidos".

Definiendo lo anterior, Prieto Sierra, C. (2017). Liga el plan de mercadotecnia con la segmentación de mercados, partiendo del perfil de cliente definido, resaltando los elementos necesarios para un plan de mercadotecnia eficaz.

Análisis de competencia: describir a los contrincantes de mercado con un producto similar.

- Precios: costo del producto con el desglose de costos y derogaciones necesarias. Así también las diferentes modalidades de planes de crédito, descuentos y promociones que puedan surgir para el producto.
- Publicidad y promoción: Representar los detalles de la imagen de la organización con su ubicación y plan de promoción.
- Canal de distribución: indicar puntos de venta, con su ubicación y alcance de cada uno en el mercado.
- Proyección de ventas: escenarios donde se ponga a prueba la rentabilidad del producto a corto y mediano plazo.
- Distribución: definir las actividades y costos relativos a distribución y suministro del producto.
- Plan de ventas: descripción sobre la sección denominada sistema de negocio.

### **2.7.9. Sistema de negocio y organización.**

Cada empresa cuenta con sistemas, que son un conjunto de reglas, cosas o principios de alguna materia que contribuyen entre sí para definir algún determinado objeto (RAE). Dentro de la organización que se pretende abordar, definiremos en esta parte del plan de negocios el cómo llegará a los clientes el producto final.

La finalidad de la organización o su razón de ser esta constituido en la satisfacción de necesidades, que para llegar a satisfacerlas, estos enlaces serán base para recursos de la organización:

- Proveedores del servicio y materia prima. Un proveedor para el plan de negocios, tendrá el lugar como aquella persona, o empresa con capacidad de satisfacer las necesidades de la nuestra y en este punto del plan de negocios se deberá listar que cantidad de materia prima o servicios serán requeridos por la organización del mencionado.
- Producción y operaciones. Bajo la definición de productividad de Arnoletto, E. J. (2012), es el empleo óptimo de todos los bienes y recursos de la empresa de manera que se conviertan en exumos para satisfacer un mercado. Este punto del plan de negocios aborda costos y capacidad de la productividad para generar el costo-beneficio de la operación.
- Servicios de venta. Torres Morales, V. (2015). Nos indica que el panorama de las ventas va enfocado a las técnicas utilizadas para esta labor, el de dirigir los recursos naturales de la organización al cliente y es lo que este último aspecto del sistema de negocio y organización implica.

#### **2.7.10. Programa de implementación.**

En este elemento del plan de negocios, se especifica de los medios esenciales para el arranque de la organización. Por ello se deben expresar los financiamientos e inversiones necesarias para obtener los ingresos y sobre todo, quién llevará a cabo estas acciones. Para ello, tomamos en cuenta el uso del diagrama de Gantt (Henry L Gantt), quién fue un ingeniero industrial pionero en la administración de proyectos; desarrolló esta herramienta que sirve en la gestión de proyectos, pues permite identificar cada actividad que se está efectuando, teniendo una visión general de los recursos que se destinan, evitando así, periodos de ocio en la producción. Después de tener lo anterior en cuenta ¿qué contemplará un diagrama de Gantt a desarrollar?

- Financiamiento. El financiamiento es un monto de capital destinado a cubrir una parte de los bienes y servicios que la organización necesita.
- Infraestructura o construcción de la misma.
- Adquisición de mobiliario y equipo.
- Compra de materias primas. O insumos necesarios para el inicio de operación.
- Contratación de personal.
- Periodos de pruebas antes de operación.
- Inicio formal de operaciones.

#### **2.7.11. Plan de recursos Humanos.**

Fernández Sánchez, E. (2013). Define el reclutamiento como, el proceso para atraer a los candidatos potenciales de manera oportuna, en cantidades suficientes y con las cualidades apropiadas; así la organización pueda satisfacer sus necesidades de trabajo dentro de sus actividades.

Los aspectos a cubrir para un plan de recursos humanos en el plan de negocios serán los siguientes:

- Presentación de los responsables del proyecto.
- Cantidad de personal.
- Organigramas. Perfil de los puestos clave mediante una descripción de las competencias y funciones del personal.

#### **2.7.12. El plan financiero.**

La planeación, nos permite tener el enfoque de lo que se quiere hacer, los autores Morales Castro, J. A. y Castro. Arturo, M. (2015) definen la planeación financiera, como la acción de establecer la manera de cómo se lograrán las metas; además, representa la base de toda la actividad económica de la empresa, define el rumbo que tiene que seguir la organización para mejorar en términos de rentabilidad, financiamiento y gastos. En las proyecciones del plan financiero los presupuestos serán indispensables, ya que un presupuesto, permite la coordinación general.

El plan financiero de nuestro plan de negocios tendrá los siguientes componentes:

- Pronóstico de ventas.
- Plan de personal.
- Presupuesto general de gastos de producción, operación y administrativos.
- Presupuesto financiero de egresos, ingresos, flujo neto, caja inicial, final y mínima.
- Presupuesto de desarrollo.
- Plan de financiamiento.
- Estado de resultados. Informe que representa los datos financieros de la operación durante un periodo.
- Estado de flujo de caja. Presentación de cuánto dinero entrará y saldrá de la organización.
- Balance general. Estado financiero que indica las ganancias de la empresa y describe los activos y pasivos de la misma.

#### **2.7.13. Aspectos legales.**

En esta sección del plan de negocios, se aborda la importancia en definir y adoptar aspectos legales que le darán forma a la organización dentro de la jurisdicción mercantil del país. El beneficio de esto, es para la operación en el territorio nacional y se dé la posibilidad para alianzas mercantiles que amplíen los horizontes de la organización. El mercado, también es posible que demande para la operación, ciertos permisos y solicitudes para regular la actividad económica, entonces es por eso que los siguientes aspectos serán necesarios en nuestra planeación:

- Personalidad jurídica. Paredes Sánchez, L. E. (2015). La personalidad jurídica se define como la aptitud para ser sujeto de derechos y obligaciones. Sólo la ley puede otorgar, quitar y definir las obligaciones y derechos en esta aptitud para las organizaciones. Esta personalidad jurídica está regulada en el país por la ley general de sociedades mercantiles.
- Porcentajes de derecho sobre las utilidades por los accionistas o socios.
- Permisos. Condiciones de operación para las actividades en un territorio.

- Patentes. Derechos sobre una invención o desarrollo proporcionados por el estado para la explotación legal de terceros.
- Alianzas estratégicas.

#### 2.7.14. Oportunidades y riesgos.

Este último punto de nuestro plan de negocios es para reconocer el peor caso posible con los riesgos principales de la actividad económica, éstos son factores que se pueden encontrar en el entorno de la organización o comunidad donde se desarrolla. La importancia de reconocer estos riesgos y oportunidades nos permitirá analizar, si es factible el futuro de la organización.

Sierra, C. P, maneja un esquema de oportunidades y riesgos a tener en cuenta en el siguiente gráfico (Gráfico 2.).

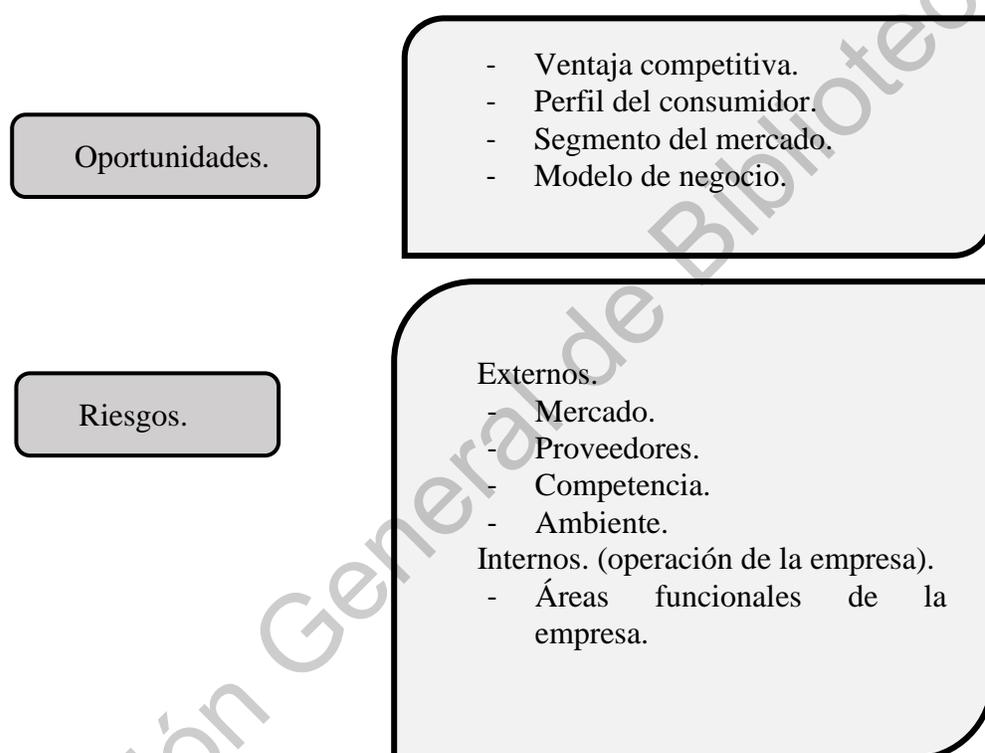


Gráfico 2. Oportunidades y riesgos en los negocios. De Sierra, C. P. (2017).

#### 2.8. Migración.

A lo largo de la historia del ser humano, el fenómeno de la migración ha estado presente y como un factor decisivo para las transformaciones sociales, es por eso que el presente trabajo determinará si el plan de negocios es viable en la comunidad de Camargo si ellos pretenden seguir en el territorio ahora que la actividad de la minería será restringida para la extracción de mercurio el cuál, este elemento forma parte importante de los ingresos de las familias de ésta y otras comunidades cercanas.

### **2.8.1. Concepto de migración.**

Dentro de la demografía, que es la ciencia que estudia los datos estadísticos de las poblaciones humanas según su estado o distribución, la migración se define como una forma de movilidad física de las personas que conlleva un proceso de entrada y salida de las mismas, dentro de un territorio. Susino, J. (2016).

Teniendo en cuenta que la migración es un proceso que implica el traslado de las personas entre territorios, el autor Velasco Ortiz, L. nos hace la observación de los aspectos primordiales para entender que es un proceso estructural y progresivo que transforma los contextos sociales, tal es el caso de la comunidad de Camargo.

Dentro de este proceso se incluyen dos actores posibles:

Los inmigrantes. Que son personas procedentes de otro lugar que llegan al territorio presente.

Los emigrantes. Son aquellos que establecen una salida de su territorio a otro.

### **2.8.2. Tipos de migración.**

Dentro de la migración humana encontramos diferentes aspectos para hablar del término, ya que pueden ir desde motivos del comportamiento humano, que en su propio contexto se describe una situación diferente de la razón de este proceso y es por eso que también consideramos la opinión de Susino, J. que engloba cuatro tipos de migración.

- Migración pendular. “De ida y vuelta”, implica cortas distancias para los humanos ya que forma parte de su día cotidiano.
- Migración ocasional. Que implican también regresar a su punto de origen en periodos un poco más prolongados y motivos de ocio.
- Migración de temporada y temporales. Dependiendo de cada persona se vuelven más duraderos, pero aún tienen su retorno determinado por sus acciones a cumplir. Pueden ser de trabajo o vacaciones.
- Migraciones duraderas. Éstos no implican una fecha de retorno o ni una posibilidad de retorno segura. La distancia es variable y puede determinar el cambio de residencia total.

### **2.8.3. Migración en México.**

La migración en México por necesidad de trabajo, ha estado presente desde la formación de fronteras. Esto, después de la independencia y cuando el presidente Antonio López de Santa Anna, quien permitió que los territorios del norte fueran ocupados por las familias estadounidenses de origen anglosajón e irlandés en el Valle del Pecos.

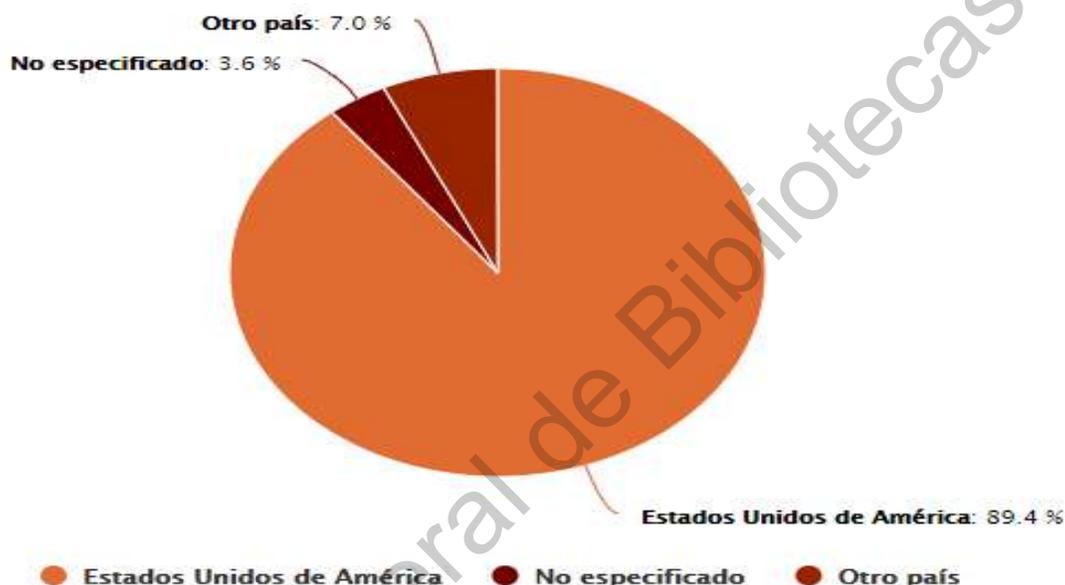
Este suceso influyó en el crecimiento de Estados Unidos de América, para que entre los años 1830 y 1850 cuando fue el desarrollo del ferrocarril, del que brotó la necesidad por mano de obra. Este problema se resolvió con la contratación de diferentes habitantes en México y centro América y así la historia de la migración contemporánea en México empezó durante la Revolución Industrial.

Treinta años después, entre 1885 y 1990, el gobierno de México comienza la apertura comercial, por su necesidad de país capitalista al querer estar integrado en los medios de producción internacionales, donde la globalización se vuelve un factor determinante para que las fronteras se abran para el paso de mercancías y así mismo, el flujo de personas se incrementa a los demás países con los que se van desarrollando acuerdos internacionales.

#### 2.8.4. Cifras actuales de migración en México.

Tal como en la historia de la migración mexicana, actualmente las cifras de los migrantes a Estados Unidos como principal destino con un 89.4%. (Gráfico 3).

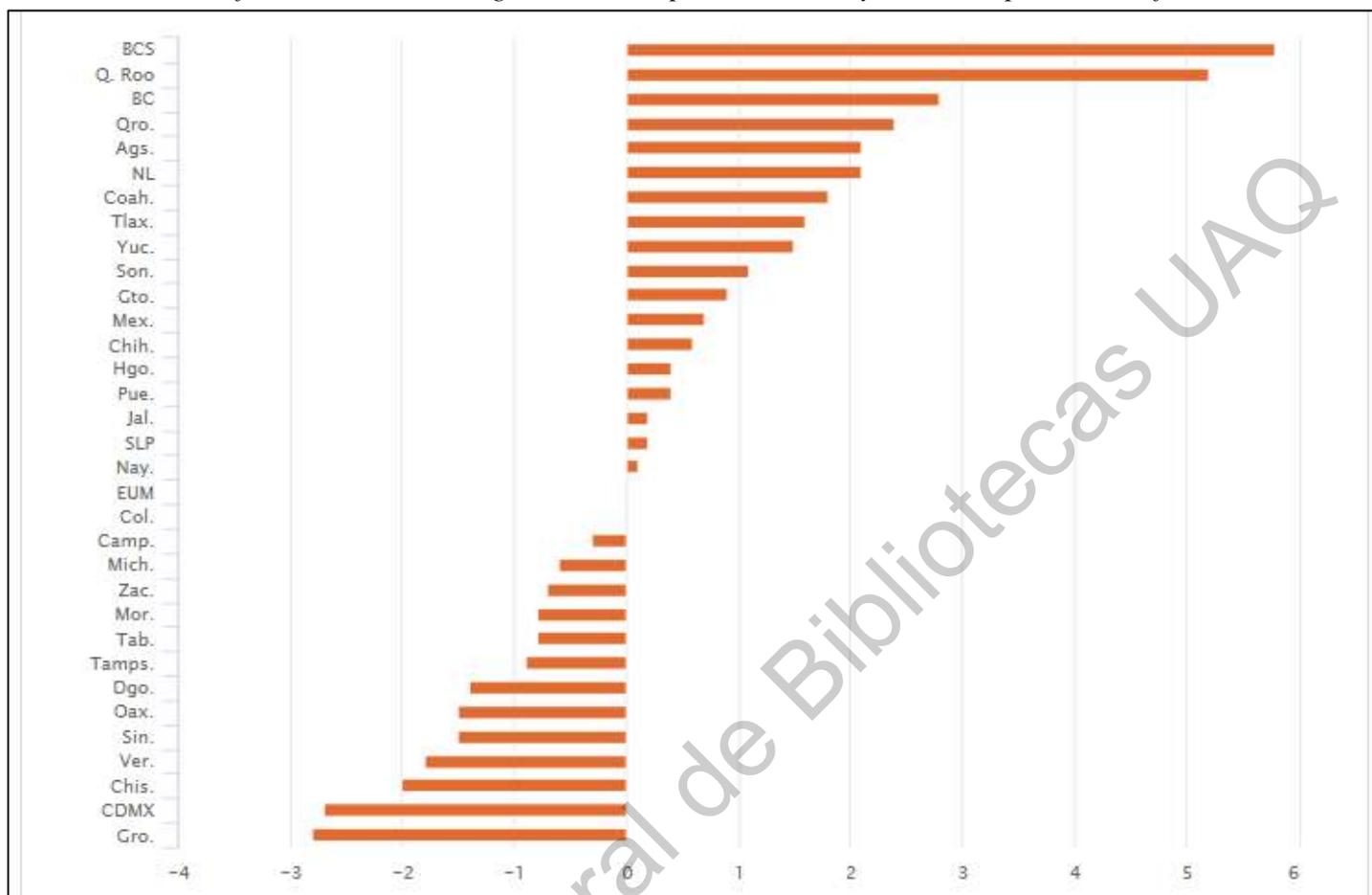
Gráfico 3. Porcentaje de la población migrante internacional según lugar de destino,



INEGI, México (2010). Recuperado el 12 de septiembre de 2020.

En el panorama por estados, México cuenta con cifras de saldos migratorios positivos. Un saldo migratorio positivo indica que la población aumenta con inmigrantes y cuando el saldo migratorio es negativo, indica que la población del estado disminuye con los emigrantes. De acuerdo al INEGI en México los saldos migratorios se comportan de la siguiente manera. (Gráfico 4).

Gráfico 4. Saldo neto migratorio de la población de 5 y más años por entidad federativa.



INEGI, México (2018.). Recuperado el 12 de septiembre de 2020.

De las cifras anteriores en el Gráfico 4, podemos inferir que con la situación actual en la que se presenta este trabajo, a nivel internacional, la tendencia migrante sigue siendo igual a la de los inicios de la historia migrante mexicana. Y por estados el caso se vuelve aún más particular, pues los estados fuertes en generación de empleo mantienen un saldo neto migratorio positivo que es muy significativo. Es el caso con Baja California Sur y Baja California que comienzan a despertar un despliegue como destino turístico y Quintana Roo que también es un fuerte destino turístico se diferencian de Querétaro y Aguascalientes que su principal fuente de empleo actualmente es por la industria de manufactura que han despuntado diferentes ramos como el aeronáutico, automotriz y logístico de transporte.

## 2.9. Desarrollo económico.

Teniendo en cuenta, que el empleo es un factor decisivo en el interés de la gente para emigrar y buscar empleo en ciertos territorios, por eso a esta investigación se suma el desarrollo económico que es un término que implica crecimiento, calidad y capacidad.

Ya que la presente, pretende ser utilizada en el desarrollo económico, debe permitir y estar enfocada a la generación de riqueza en base a su capacidad productiva y potencial de sus recursos de una manera sostenible, ya que son de las características principales para el desarrollo económico.

Adam Smith en 1776, planteó que para las grandes naciones el acaparamiento de recursos, territorio y gente son factores clave para su prosperidad y crecimiento económico. Adam Smith es considerado uno de los padres de la economía actual, sus trabajos pertenecen a la época de la escuela económica clásica que fue la que empezó abordar estos temas de análisis de riqueza; una escuela de pensamiento económico o corriente de pensamiento económico, está formada por conjuntos de ideas de lo que debe ser, en cuanto a la economía.

Estas escuelas han ido cambiando a lo largo del tiempo y sin duda, han tenido impacto en su tiempo, al definir las y representarlas históricamente encontramos que aún hoy en día, tenemos influencia desde la economía medieval como la primera escuela o corriente de pensamiento económico hasta la neoliberal y el sistema de globalización, que son las que marcan nuestra actualidad.

Las principales escuelas económicas con sus respectivos aportes en la historia son representadas en el siguiente gráfico de elaboración propia (Gráfico 5).

Siglo VI a.c.	Siglo XVI.
Economía Medieval.	Escuela de Salamanca.
Influenciada por los griegos, quienes afirmaban que la economía se centraba en la satisfacción de las necesidades del hogar y la administración del mismo (oikonomía, oikos de casa y nomos de ley).	Basada en potenciar la riqueza de los estados a base del descubrimiento de América. Comienzo de los términos de inflación y diferentes valores del dinero en cada país.
Personajes.	Personajes.
Aristóteles, Platón, Santo Tomás de Aquino, Antonio de Florencia, Ibn Jaldún.	Francisco de Vitoria, Tomás de Mercado, Domingo de Soto, Luis de Molina.

Siglo XVII	Siglo XVIII
Mercantilismo o Liberación	Fisiocracia.
<p>Sistema político influenciado durante el Colonialismo, donde el estado acumulaba riqueza con metales preciosos, se desarrollaron cuotas y regulaciones. La prosperidad se veía reflejada en una balanza de pagos positiva.</p>	<p>Como respuesta al mercantilismo, sostenía la idea de que, el estado no debía intervenir para un buen funcionamiento de la economía y afirmaba que la tierra era la única fuente de riqueza.</p>
Personajes.	Personajes.
Jean Baptiste Colbert.	Francois Quesnay.
Siglo XVIII	Siglo XIX
Economía Clásica.	Economía Neoclásica.
<p>Los economistas clásicos se oponían a la intervención del gobierno con cuotas y regulaciones, ya que la economía funcionaba sola. Creía que el libre mercado asignaría de manera óptima los recursos.</p>	<p>Los empresarios empiezan a dar mayor importancia a la utilidad y satisfacción del cliente. Un bien con mayor demanda tendrá mayor valor (ley de oferta y demanda). Empiezan los modelos matemáticos de costos y utilidad.</p>
Personajes.	Personajes.

Adam Smith.	William Stanley, Alfred Marshall, Carl Menger, Leon Warlas.
Siglo XX	Siglo XX
Marxismo.	Keynesianismo
Destaca el problema del capitalismo, al ocasionar desigualdad y marca al comunismo como la mejor forma de gobierno.	Se basaba en aumentar el gasto público para evitar crisis por baja demanda, aumentando la producción y empleo.
Personajes.	Personajes.
Karl Max, Friedrich Engels.	John Maynard Keynes.
Siglo XX	Siglo XX
Escuela de Chicago.	Institucional.
Enfocada en rechazar el Keynesianismo, estudiando los hábitos de consumo, el racionalismo de los individuos al consumo y propuso la privatización, concesiones y reducir la burocracia.	Establece la importancia de las instituciones sociales con los individuos para formar el comportamiento económico teniendo interacción en su día a día con sus normas e impulsando la ética en los negocios.

Personajes.	Personajes.
Milton Friedman, George Stigler.	Thorstein Vleben, John R. Commons, Clarence Ayres, Adolf Berle.

*Tabla 3. Principales escuelas económicas. Elaboración propia.*

El desarrollo, que usualmente la asociamos con una evolución o cambio progresivo. Este caso no es la excepción, ya que la investigación busca ese efecto en el ámbito económico al implementar el plan de negocios.

Globalmente México forma parte del FMI (Fondo Monetario Internacional), este organismo resalta que la finalidad de su organización, se centra en garantizar un crecimiento económico sostenible. Mediante la cooperación monetaria internacional, el comercio internacional y promoviendo el empleo, gracias a la institución del Banco Mundial. También la CEPAL (Comisión Económica Para América Latina y el Caribe), un organismo internacional enfocado a los países de América Latina, nos muestra que en su estrategia para el desarrollo económico se contempla un plan llamado: “Cooperación Técnica”. Este organismo, considera aplicar para el desarrollo de su plan de desarrollo económico las labores analíticas, normativas, de desarrollo y gestión del conocimiento, para construir un desarrollo más próspero.

Es por eso que abordamos como referencia los principios de organismos internacionales, que han demostrado en sus acciones que los proyectos basados en estudios específicos, pueden ser la diferencia para un desarrollo como el que se busca para moldear, para el caso de estudio que a continuación se describe para el plan de negocios de la presente investigación.

### **2.10. Globalización.**

Para las corrientes económicas anteriores, la globalización estaba presente con antecedentes desde la escuela de Salamanca, ya que los países conquistadores empezaban a efectuar el intercambio cultural y colonial con sus expediciones. Pero no fue hasta los acuerdos de Bretton Woods en julio de 1944 donde se manifestó un nuevo orden económico basado en políticas de libre cambio que permitirían una relación comercial pacífica entre las naciones. Con estos acuerdos también se logró la creación del Banco Mundial y Fondo Monetario Internacional como organizaciones financieras de este fenómeno tan importante que da sus inicios a la historia moderna de la globalización.

### **2.11. Proyectos Rurales.**

Para la presente investigación, definiremos un proyecto como la representación de una idea en escritos, cálculos y dibujos que dan forma a un plan que se quiere ejecutar (RAE).

Complementando la definición, para la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura), los proyectos rurales consisten en la destinación de recursos que dan un proceso de desarrollo para una o varias comunidades. Estos proyectos se basan en las ventajas competitivas de la localidad, que darán solución a las prioridades básicas que tenga la población involucrada.

En México, actualmente existe el organismo FOCIR (Fondo de Capitalización e Inversión Rural) que mediante los Fondos de Inversión de Capital Agronegocios (FICA), permiten el desarrollo y consolidación de inversión para complementar a las empresas del giro anterior.

La investigación, es un proceso constituido por diversas etapas, pasos, fases, que interconectadas de manera lógica, buscan demostrar la verdad de un objeto mediante la indagación y el análisis. Este proceso lleva dos tipos de enfoques, el cuantitativo y el cualitativo. Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018).

### **2.12. La investigación.**

#### **2.13. La investigación cualitativa.**

Del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. (2014) hacen mención del método deductivo como base para la recopilación de los datos en una investigación cualitativa, este método se basa en el positivismo lógico que, con hechos empíricos como registros narrativos, observación de los fenómenos, la entrevista y la participación activa.

Sus registros se hacen de la siguiente manera:

- Observar las acciones que se producen, sin jueces, ni variables de antemano para que el investigador registre todo de su propia parte y registre toda interacción.
- Realizar las mismas interacciones en iguales condiciones y circunstancias de observación.
- Utiliza herramientas de registro como rúbricas, diarios de campo, bitácoras etc. Con esto podemos inferir que un investigador cualitativo estudia la realidad en su contexto natural derivada de la observación continua y rutinaria de las situaciones problemáticas.

#### **2.13.1. Categorización en la investigación cualitativa.**

El enfoque cualitativo tiende a generar una categorización para el ordenamiento conceptual de los datos, ya sea antes o después de recolectarlos, para predefinir o definir los hallazgos. Del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. (2014) nos presentan cómo hacer la categorización en la investigación cualitativa y se especifica qué se debe hacer después de los antecedentes recopilados en el marco teórico para tener definiciones claras de los conceptos a utilizar en la segmentación.

- Definición operacional: define cada categoría de cada contexto especializado y enfatizando cómo se encuentran definidos en la realidad según las teorías encontradas por investigaciones anteriores.
- Formulación de los tópicos para las entrevistas: definir los temas que se tienen que abordar en la entrevista, ya que servirán como guía de conversación y permitirá una charla más abierta a diferencia de la formulación de preguntas cerradas.

La investigación cualitativa no tiene un protocolo rígido a seguir y agrupa trabajos de esa misma particularidad y se caracterizan por lo siguiente:

- Asume una postura política ante la sociedad sin creer en la neutralidad científica, conciben el quehacer científico como una manifestación social dentro de un entorno y genera manifestaciones que inciden en el mismo.
- Intentará tener una representación integral de la realidad que se involucre en los niveles individual, grupal, social e histórico.

### **2.13.2. Desarrollo de la investigación cualitativa.**

#### **2.13.2.1. Problemática.**

Hernández León, R. A. (2011) plantea cinco etapas para el proceso de investigación cualitativa, dentro de las cuales la primera es la situación problemática que es derivada de la falta de conocimiento. Para comenzar, se tiene que reconocer que hay una problemática que está afectando la vida económica o social de una institución o comunidad y que la solución es de interés común. El investigador deberá recopilar toda la información que exista de ello y establecer una estrategia adecuada.

#### **2.13.2.2. Preparación previa.**

Se comienza a hacer una investigación de los más afectados por el problema, ya sean personas, sectores económicos y sociedad. A quienes les interesa resolver la problemática. En esta etapa se comienza también la investigación bibliográfica sobre indagaciones anteriores hechas por expertos, de forma que la situación actual se pueda comprender y decidir si es viable de manera científica y económicamente.

#### **2.13.2.3. Planeación y ejecución.**

Durante la creación de este tipo de trabajos se mantiene un esquema flexible en cuanto a la metodología de investigación aun así se recomienda mantener uno propio con los elementos necesarios que harán a la investigación más ejecutable y realista.

Presentación.

Hoja con los datos del trabajo, presentador, institución, fecha y lugar de acuerdo a los marcados por la institución.

Introducción.

Presentación de la problemática, dificultades y los antecedentes de la misma con una expresión general del todo.

Marco teórico.

Síntesis de los resultados investigados y alcanzados por investigaciones realizadas con autores expertos en el tema. Estos conocimientos se presentan ordenadamente y definiendo el rumbo que tomará la investigación.

Experiencia y rol del investigador.

Orientación breve de la epistemología de los objetivos que se proponen para entender el punto de vista desde la experiencia del investigador y por qué este problema para el desarrollar determinado rol en el escenario local.

Planteamiento del problema.

Descripción del problema enfrentado.

Objetivos de la investigación cualitativa.

Preguntas concretas basadas en lo que se quiere lograr, éstas deben estar relacionadas con el objeto de estudio y con una justificación de la utilidad que tendrán (¿Qué se va investigar? ¿Para qué?).

### **2.14.3. Criterios para la obtención de información.**

Hernández León, R. A. (2011) advierte que la fiabilidad de la información definirá la calidad de los resultados; es por eso que los criterios que tiene en cuenta son los siguientes:

- Obtener información en el momento oportuno y por estructuras teóricas verificadas.
- Cómo observar. El trabajar con variables propias para afrontar los datos de una manera totalmente nueva y definir mejor el problema.
- Repetir observaciones. Grabar entrevistas, filmar escenas, fotografía, anotaciones, y conservar pruebas para la credibilidad.
- Descubrir estructuras significantes dando prioridad a las conductas que permiten identificar al fenómeno. Esta información se puede obtener de manera verbal entre miembros de un grupo.
- Investigadores del trabajo. Dirigir la investigación por un proceso mental por una sola persona, aunque otras aporten información o su forma de pensar.
- Cómo obtener los datos. Los investigadores cualitativos no utilizan instrumentos diseñados para obtener datos. Lo hacen conviviendo en grupo y utilizando el momento adecuado.
- Forma de procesar los datos. La mejor forma de analizar los datos es en el momento que se obtienen, teniendo mayor vivencia del comportamiento en grupo.
- Contaminación de los datos. Evitar ser parte de un grupo que estudia para evitar transformar su mentalidad acorde a la del grupo que se investiga, y evaluar por completo él mismo la información.

#### **2.14.3.1. Selección de la muestra e informantes clave.**

La calidad de la muestra que se estudia influye en los resultados obtenidos, debido a que la información tiene que ser analizada en el marco que se generó, es importante para ello describir el contexto en que los datos fueron registrados y al igual que en la investigación cuantitativa los datos pueden ser seleccionados por técnicas probabilísticas y no probabilísticas. Para el uso de técnicas probabilísticas, es necesario tener definida la población y delimitar el grupo para generalizar los resultados cuando la población sea homogénea. Es por esto que las investigaciones cualitativas por lo general no utilizan estos métodos; la muestra se enfoca en los casos más significativos que representan a los informantes clave.

#### **2.14.3.2. Cómo compenetrar el grupo.**

Aprender el cómo funciona la organización es importante para el investigador, ya que la posición que adopte influye en la reacción del grupo hacia él. Conocerlos es la mejor acción para obtener la información de sus ideas e interpretar sus acciones con más profundidad.

#### **2.14.3.3. A quién observar.**

Seleccionar a los informantes más capaces es imprescindible, para evitar distorsionar la información, debido a que cada persona que llegue a observar un fenómeno tendrá una opinión muy diferente. Definiendo lo que se necesita obtener, marcará un rumbo para seleccionar qué grupo será estudiado y marcará los intereses del investigador.

#### **2.14.3.4. Métodos de la investigación cualitativa.**

El conocer las características y composición del grupo estudiado dirigirá el proceso de investigación a usar el lenguaje, que es concebido como el revelador o encubridor del pensamiento humano. Para una investigación cualitativa los fenómenos se tienen que observar en su totalidad y no a través de ellos, es por eso que los investigadores utilizan métodos interactivos y no interactivos.

Los métodos interactivos facilitan una relación investigador-participante como la entrevista y la participación.

Los métodos no interactivos implican menor interacción entre investigadores y participantes como la observación y la información obtenida por otras personas.

### **2.14.4. Instrumentos de la investigación cualitativa.**

#### **2.14.4.1. Observación participativa.**

El primer requisito es que el investigador sea parte del grupo que se estudia; lo que permitirá tomar nota de los hechos y reorientar la observación hacia los sujetos de mayor interés. Así mismo, con su formación socio-cultural y las organizaciones no formales que existen. La actividad se refleja en las notas de campo, conocer los mitos, leyendas, costumbres, tradiciones, motivaciones y todo lo que hacen para introducirse en el grupo. Observar los eventos sociales de religión, fiestas o juicios también es importante para enmarcar la estructura socio-cultural.

Qué observar.

- Quien está en escena.
- Identidad y características relevantes.
- Cómo ser parte del grupo.
- Qué está sucediendo.

- Qué hacen y dicen entre sí.
- Elementos repetitivos y ocasionales.
- Recursos empleados y asignados.
- Contextos diferentes.
- Cómo se relacionan y vinculan los individuos.
- Estatus y rol de cada uno.
- Qué decisiones toman y por quién.
- Qué organizaciones subyacen.
- Contenido de las conversaciones.
- Qué temas son comunes y cuáles no son frecuentes.
- Qué lenguaje se utiliza.
- Qué proceso reflejan sus conversaciones.
- Cuál es el marco físico donde están los participantes.
- Quién habla.
- Quién escucha.
- Escenarios y entornos físicos que forman los contextos.
- Recursos tecnológicos y naturales.
- Qué sensación se recibe.
- Con qué frecuencia se reúne el grupo.
- Cómo enfrentan su pasado presente y futuro.
- Cómo surge y es orientado el cambio.
- Qué reglas rigen su organización.
- Cómo se relacionan con otros grupos.
- Cuál es su historia.
- Qué símbolos tienen.
- Qué significado atribuyen a su comportamiento.

#### **2.14.4.2. La entrevista.**

En este tipo de investigaciones la entrevista se hace en forma de dialogo, en forma coloquial, sin estructura y puede aportar mucho más dependiendo de los objetivos de la investigación. Los informantes claves en las entrevistas por lo general tienen posiciones favorables dentro del grupo y poseen acceso a información que no está al alcance del investigador.

Entrevista bibliográfica.

Relatos destinados a concretar historias profesionales, encaminada a determinar el paso de las personas por las etapas de su vida profesional, principalmente enfocada a su desempeño laboral.

La entrevista a profundidad.

Cuando se pretende conocer a fondo un tema en especial se hace este tipo de entrevista con alguien especializado en el tema o un estatus especial, en esta se busca descubrir en vez de verificar, también la etiología, alguna motivación, saber su interacción directa y el significado de sucesos por su misma conversación. Las preguntas deben ser abiertas para recopilar más información. Se recomienda hacer una preparación previa para la entrevista, elegir un cuestionario en forma de guía con temas especiales y registrarse en todos los medios posibles para estudiar sus gestos, expresiones o analizar el diálogo.

Notas de campo.

Es recopilar lo vivido en el campo por el investigador para hacer una descripción física a detalle, sin olvidar pormenores esenciales del contexto o escenario sin olvidar particularidades del contexto esenciales con reflexiones, interpretaciones, sentimientos y todo lo que sucede durante la observación.

Análisis de documentos.

La fuente más objetiva para la investigación: éstos pueden tener diferentes orígenes como documentos históricos, cartas, periódicos, autobiografías, historial clínico, artículos, fotografías, testamentos etc. Estos documentos dan la posibilidad de hacer inferencias sobre el tema a estudiar; el análisis se recomienda hacerlo de una manera cuantitativa y utilizando instrumentos de carácter sistémico para transformar datos en unidades y hacer una descripción del contenido para posteriores categorías.

#### ***2.14.4.3. Cronograma de ejecución.***

Un cronograma de ejecución, es una segmentación de actividades, acorde al tiempo planeado de una investigación; ya que la investigación cualitativa se va adaptando a las circunstancias y a los hallazgos de información, puede ser difícil ajustar las etapas. Aún con esta dificultad se necesita elaborar un programa bien estructurado para la destinación de recursos en la investigación, los informantes y a los investigadores que participan.

#### ***2.14.4.4. Anexos.***

En los anexos de la investigación debe aparecer toda la información adicional sobre distintos aspectos que ayuden a comprender lo que dio origen a los resultados de la misma y todo lo que la facilitó como: instrumentos, cuadros, gráficos y lo que se pretenda utilizar en el transcurso del proceso.

#### ***2.14.4.5. Categorización de la información.***

La categorización de la información comienza una vez iniciada la ésta, se presenta como un proceso mental al principio donde se interrelacionan las partes entre sí, haciendo posible el análisis e interpretación de la información para dar calidad y veracidad a la investigación.

Al reflexionar sobre la situación vivida, la categorización se puede hacer utilizando una palabra clave de varias ideas interrelacionadas; no se recomienda hacer especulaciones previas para evitar esquemas precipitados con posibilidad de fallas. En conclusión, categorizar las ideas en base a la generación de conceptos, nos permite establecer un origen del problema y así poder hacer las categorías y subcategorías, decretando un criterio conclusivo.

### **2.14.5. Interpretación de resultados.**

El proceso de la interpretación y análisis de resultados conlleva a un proceso dialéctico, es decir, que consiste en un proceso de diálogo y discusión confrontando los diferentes razonamientos ya que cada hecho puede cambiar el curso de los demás y la apreciación del fenómeno. En base a que no se han establecido procedimientos para este paso en la investigación cualitativa, Hernández (2011) nos comparte su hallazgo de tres niveles descriptivos los cuáles después de hacer una síntesis inferimos lo siguiente:

Descripción normal.

El primer nivel donde se realiza una descripción detallada del fenómeno partiendo de la información procesada y categorizada de acuerdo a los fundamentos de la investigación; ya que este nivel brinda toda la información para que el lector genere sus propias conclusiones y se hagan valiosos aportes a la investigación.

Descripción endógena.

En el segundo nivel, se hace una descripción de las características internas del fenómeno con la información obtenida durante la investigación en base a teorías ya existentes.

Teorización original.

Éste tercer nivel continúa, cuando se hace un análisis más profundo donde las categorías se relacionan entre sí, aquí se empiezan a encontrar regularidades formando nuevo conocimiento y así una nueva teoría también. Las hipótesis elaboradas podrán ir guiando este nivel de análisis para evitar caer en teorías exógenas que son originadas en alguien más y así se podría llegar a reestructurar la teoría existente. Este nivel reafirma que un cúmulo de datos sobre la práctica social no es suficiente para elaborar una teoría, se necesita el dominio completo del conocimiento precedente para una buena práctica de la creatividad.

### **2.14.6. Informe final de la investigación.**

Esta parte final será la que refleje la fiel investigación para comunicar a la comunidad científica y en general a todos los interesados en los resultados. El éxito dependerá de su capacidad de informar, por lo que también puede tener como objetivo convencer a un jurado y a los lectores de la validez de la información para que posteriormente, surja la posibilidad de continuar con otro investigador de retomar la investigación.

Los requerimientos para la presentación de resultados en el informe son presentados así:

- Cumplir las exigencias de la institución a la que corresponde la investigación respetando normas y estilo establecidos.
- Usar terminología científica y expresar las ideas claramente evitando lenguajes rebuscados.
- Mantener la idea principal de acuerdo con los elementos fundamentales de diseño evitando las incoherencias y las dispersiones.
- Tener presente a quién va dirigido el informe, para que esté al alcance de todos y lograr su comprensión.
- Argumentar sólidamente los resultados obtenidos.
- Prever los posibles cuestionamientos.
- No pensar en lo absoluto ni creer que se ha llegado a un conocimiento acabado.

## **2.15. La investigación cuantitativa.**

En el enfoque cuantitativo el investigador realiza preguntas de investigación específicas, sobre un plan de estudios delimitado en el cuál revisa lo investigado anteriormente. Sobre la base de la revisión de la literatura hace un marco teórico donde desarrolla una teoría sobre la que nace su hipótesis que, mediante los diseños de investigación apropiados, se probará si es verdadera. Si la hipótesis es congruente, el investigador recopila los resultados a su favor para continuar sobre esa misma hipótesis, de lo contrario se descarta y se buscan nuevas teorías para obtener datos numéricos de los objetos y fenómenos participantes que se estudian. Estos datos numéricos obtenidos son analizados de manera estadística. Es su gran diferencia del método cualitativo que a continuación definiremos el proceso de la investigación cuantitativa.

### **2.15.1. Planteamiento del problema.**

Una vez concebida la idea del tema, el investigador deberá localizar la esencia del problema para poder formar un concepto comprensible, para saber qué es lo que pretende la investigación y uno de los elementos del planteamiento del problema son los objetivos.

#### **2.15.2.1 Objetivos.**

Los objetivos deben expresarse con claridad, donde se estipula que problema intentan resolver y de qué manera se piensa que el estudio ayudará a resolverlo; otros objetivos pueden estar dirigidos a comprobar una teoría o aportar evidencia empírica en favor de ella. Los objetivos utilizan palabras clave como “analizar”, “determinar” y “evaluar” para dar pie al siguiente punto que son las preguntas de investigación.

#### **2.15.2.2. Preguntas de investigación.**

Puede resultar que el planteamiento de objetivos no sea suficiente, por eso es necesario generar preguntas que complementan de manera directa al problema que se estudia. Cualquier pregunta que se formule de forma general a situaciones no concretas, conducirá a diferentes tipos de dudas sobre la investigación, es por eso que las preguntas deben estar enfocadas a las respuestas que se pretenden encontrar y con situaciones que se puedan cuantificar de manera precisa.

### **2.15.3. Justificación de la investigación.**

Este apartado de la investigación, justifica el por qué es necesaria la investigación, exponiendo las razones que manifiesten que el tema es importante. También es mencionado el potencial de la investigación ya que si se muestra el por qué es conveniente; si hay algún jurado calificador al ver los beneficios del trabajo puede determinar la trascendencia social y científica.

#### **2.15.3.1. Viabilidad de la investigación.**

La factibilidad o viabilidad de la investigación considera también la utilización de los recursos disponibles ya sean financieros, humanos o materiales que determinan los alcances de nuestra investigación para llegar al contexto donde se realizará la investigación y cuánto tiempo tomará realizarla.

### **2.15.4. El marco teórico.**

Consiste en analizar teorías y antecedentes ya existentes sobre la investigación para exponer y analizarlas cuando se plasmen en el trabajo a forma de compendio escrito; de artículos que describan el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Este apartado

tiene como función sustentar teóricamente una visión donde se sitúa el planteamiento del problema y nos permite el descubrimiento de antecedentes y registros de otros investigadores.

Entre sus funciones destacan las siguientes:

- Prevenir errores que se han cometido en otros estudios.
- Orientar a cómo se va realizar el estudio. Al acudir en antecedentes que ya trataron un problema específico de investigación, nos podemos dar cuenta de qué estudios aplicaron, cómo se ha recolectado datos, en qué lugares y qué diseños utilizaron.
- Amplía el horizonte de estudio o guía al investigador para que se centre en su problema, para evitar desviaciones.
- Documenta la necesidad de realizar el estudio.
- Conduce el establecimiento de hipótesis o afirmaciones que más tarde se someterán a prueba.
- Inspira nuevas líneas y áreas de investigación.
- Provee un marco de referencia para interpretar resultados del estudio.

#### ***2.15.5. Detección de la literatura y documentos.***

Es necesario tener en cuenta las distintas fuentes de conocimiento para una investigación y son las siguientes.

##### ***2.15.5.1. Fuentes primarias.***

Constituyen el objeto de la investigación bibliográfica con artículos o autores de primera mano, pues ellos se dedican a estudiar este fenómeno. Algunos ejemplos de éstas son los libros, antologías, artículos de periódico, monografías, tesis, documentos oficiales, reportes de asociaciones, artículos de conferencias, testimonios de expertos, documentales, videocintas y páginas de internet.

##### ***2.15.5.2. Fuentes secundarias.***

Son listas, compilaciones, resúmenes y referencias publicadas en un área de conocimiento en particular. Es decir, son instancias que reprocessan la información de primera mano que comentan artículos o resumen de cada autor, sin perder la especialización en el tema.

#### **2.15.6. Alcances del estudio cuantitativo.**

El alcance de la investigación depende de la estrategia y métodos utilizados por el investigador, pero hay cuatro tipos de alcance que se pueden abordar: ya sea el exploratorio, el descriptivo, el correlacional y el explicativo; los que a su vez dependen del estado del conocimiento y la perspectiva que se dé al estudio para cada alcance que se quiera llegar.

##### ***2.15.6.1. Alcance Exploratorio.***

El estudio exploratorio se realiza cuando el objetivo es: examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, es decir, que se pretende familiarizarnos con objetivos desconocidos e identificar nuevos problemas y establecer prioridades para investigaciones futuras. Este tipo de estudios se hacen cuando hay un gran riesgo de investigación y requieren más tiempo y paciencia o serenidad por parte del investigador; como alguna nueva enfermedad o el descubrimiento de un fenómeno desconocido.

### 2.15.6.2. Alcance descriptivo.

Teniendo en cuenta el alcance anterior, ahora lo que pretende el alcance descriptivo es especificar las propiedades, características y los perfiles de los fenómenos sometidos al análisis para complementar una descripción más completa. Estos estudios recopilan información sobre los conceptos o variables, pero no es su objetivo identificar cómo se relacionan, aunque también este tipo de estudios ofrecen la posibilidad de predicciones que puedan empezar a manifestarse.

### 2.15.6.3. Alcance para estudios correlacionales.

Este tipo de estudios se hacen asociar variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, es decir, responde a preguntas de relación entre conceptos o categorías.

Pueden ser diferentes tipos de variables, ya que dependiendo del contexto, se darán las relaciones necesarias, por ejemplo en el Gráfico 5 mostramos estas relaciones que pueden resultar:

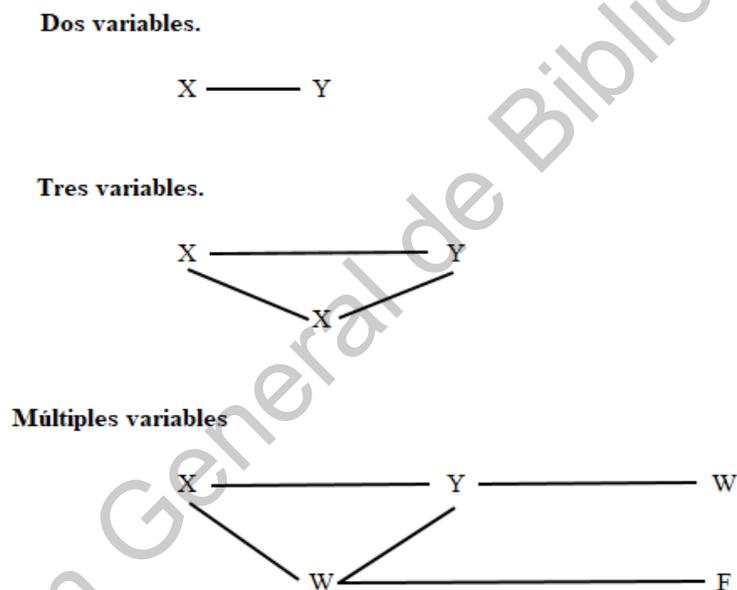


Gráfico 5. Propósito de los estudios correlacionales. En base a Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006).

Su utilidad recae en el conocer cómo se puede comportar un concepto o variable al encontrarse con otras variables y formar una correlación que puede ser positiva o negativa, dependiendo de cada caso. Cuando hay correlación entre las variables quiere decir que éstas fluctúan y se investiga este tipo de correlación para conocer la magnitud de la asociación que permitirá predecir el valor o el comportamiento de un grupo o muestra.

#### 2.15.6.4. Estudios explicativos.

Los estudios explicativos van más allá de la descripción, están destinados a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Este tipo de estudios implican los anteriores tipos de estudios (exploración, descripción y correlación) además de que aporta un sentido de entendimiento para el fenómeno en su generalidad.

#### 2.15.7. Hipótesis cuantitativa.

Las hipótesis son explicaciones tentativas que planeamos comprobar, las cuales explican el fenómeno estudiado y son redactadas a forma de proposiciones las cuales tendrán diferente alcance, ya sea correlacional o explicativo. A continuación, las cualidades de cada alcance de una hipótesis con la tabla siguiente (Tabla 4).

Alcance del estudio.	Formulación de hipótesis.
Explorativo.	No se formulan hipótesis .
Descriptivo.	Se formulan hipótesis para pronosticar un dato.
Correlacional	Se formulan hipótesis correlacionales.
Explicativo.	Se formulan hipótesis casuales.

*Tabla 4. Formulación de hipótesis en estudios cuantitativos con diferentes alcances. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006).*

De la tabla anterior, podemos inferir que dependiendo a nuestro planteamiento del problema será el tipo de tesis que se tenga o no que plantear, pueden ser las hipótesis necesarias y no tienen que ser verdaderas ya que el punto de la investigación es la comprobación en base a una idea o variables determinadas en este punto de la investigación.

#### 2.15.8. Diseño de investigación cuantitativo.

Una vez completados los puntos anteriores, lo siguiente es un diseño de investigación. Un diseño es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación, este plan tendrá como función confirmar si es o no, cierto la relación de la hipótesis con las interrogantes. Dentro de la investigación cualitativa se plantean los siguientes diseños de investigación.

#### 2.15.9. Diseños experimentales.

Un experimento tiene el motivo de hacer o realizar una acción para después observar las consecuencias; su esencia es la manipulación intencional de una acción, para después analizar. Dentro de un experimento existen variables que pueden ser dependientes o independientes, donde las independientes son las causas y las dependientes son los efectos del experimento.

Al realizar el experimento hay dos requisitos para concretar un experimento: el primero es se manipular la variable independiente a modo que se logre crear un efecto para las variables dependientes.

El segundo requisito es, medir y registrar el o los efectos de la variable independiente sobre la dependiente. Esto es importante ya que, de no registrar los resultados, no servirá de nada el experimento para manifestar información confiable; lo mismo pasa si no se asegura una medición exacta de los efectos sucedidos.

#### 2.15.10. Diseños no experimentales.

Este tipo de diseño se postula cuando no se tiene la intención de manipular deliberadamente variables. Más bien tienen la finalidad de observar el fenómeno cuando se encuentra en su contexto natural, ya que no existe manipulación o tratamiento de las condiciones en las que se presenta el fenómeno y solamente se observan las situaciones ya existentes.

Este tipo de investigación, es considerada como parteaguas de más investigaciones cuantitativas y existen dos tipos de investigación para estos diseños.

Empezando con la investigación transeccional o transversal que recolecta información en un solo momento donde describe las variables y analiza su incidencia en otra ocasión.

Segundo el longitudinal o evolutivo, que son diseños desarrollados cuando el investigador tiene el interés de analizar o mostrar información en diferentes puntos del tiempo.

#### 2.15.11. La muestra.

La muestra es un sub grupo de la población que con fines de investigación se recolectan datos para someter a análisis y segmentación de sus unidades de análisis, casos o elementos. Pero para la investigación cuantitativa ¿Quiénes serán las unidades de análisis? En la Imagen 1, encontramos la representación de cómo desarrollar la muestra:

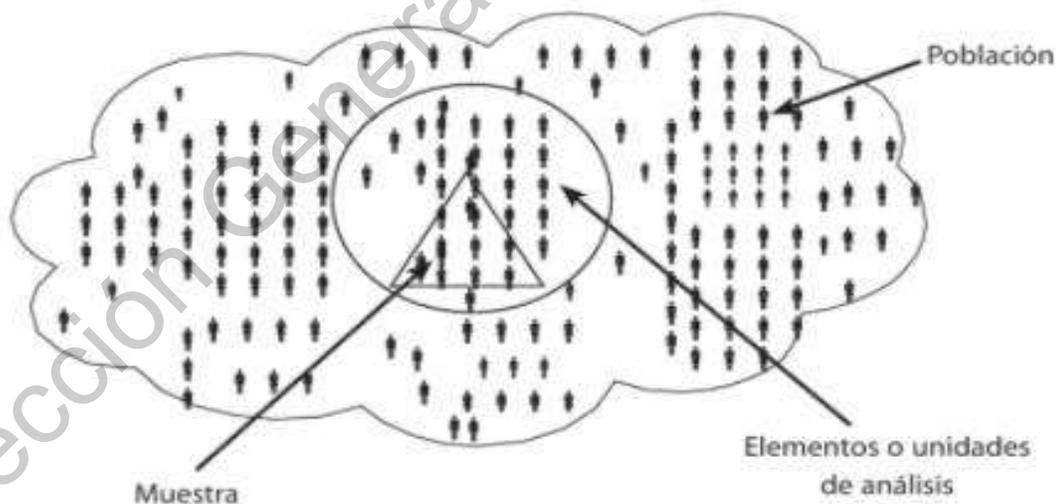


Imagen 1. Representación de una muestra como subgrupo. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006).

Primero se define la unidad de medida (personas, organizaciones, comunidades, animales, eventos, plantas etc.). Esto dependerá del planteamiento del problema a investigar y los alcances del estudio ya que es necesario delimitar una población. Para delimitar una población que son el conjunto de unidades de análisis que nos importan, tienen que reunir ciertas especificaciones que pueden ser características de tiempo y lugar. La siguiente figura pretende dar a entender cómo se selecciona una muestra en base a una población. (Imagen 1).

#### **2.15.12 Recolección de datos cuantitativos.**

Una vez seleccionada la muestra adecuada, para empezar a recolectar datos se elabora el plan para hacerlo con las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las fuentes donde vamos a obtener los datos?
- ¿En dónde se localizan tales fuentes?
- ¿A través de qué medio o método?
- ¿De qué forma serán preparados para análisis?

Esta recolección se hace enfocada a datos medibles que el investigador recolecta y analiza posteriormente con el instrumento de medición adecuado. El instrumento dependerá totalmente de las unidades de análisis de la muestra seleccionada.

#### **2.15.13. Análisis de datos cuantitativos.**

Una vez recolectados los datos y ordenados a forma de que el investigador desarrolle una matriz de datos, que es el documento destinado para almacenar toda la información. Este documento por lo general, agrupado en columnas con información es desglosada en filas y se efectúa el análisis. Actualmente el desarrollo de software ha logrado diversos programas de control y base de datos, que a su mismo tiempo, permiten hacer el análisis cuantitativo de bases de datos muy grandes, es por eso, que ya es poco común hacerlo a mano. Adjuntamos en el siguiente gráfico (Gráfico 6) la mejor manera de realizar el análisis de datos e incluyendo sugerencias de software por los autores del mismo:

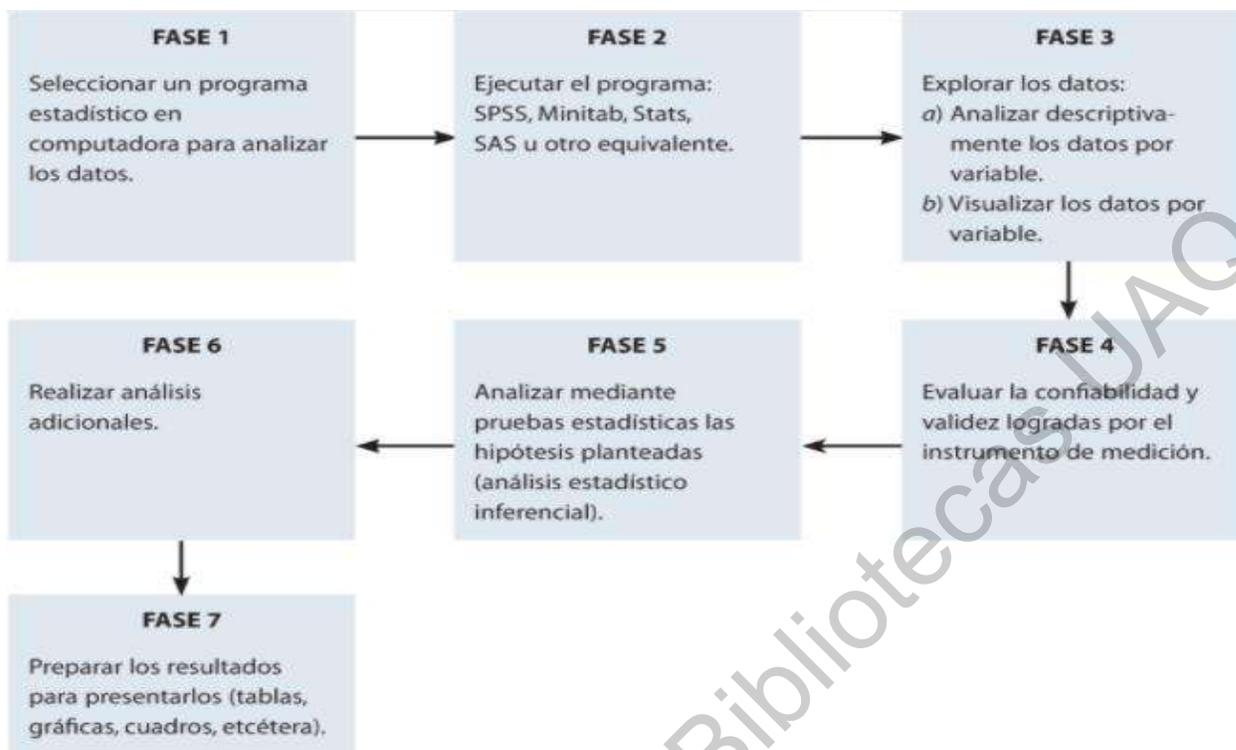


Gráfico 6. Proceso para efectuar análisis estadístico. De Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006).

#### 2.15.14. Reporte de Resultados del proceso cuantitativo.

Una vez llevada a cabo la investigación, es momento de comunicar los resultados para los posibles usuarios. Ya sean elaboradores de políticas, ejecutivos o funcionarios, profesionistas practicantes del ramo o hasta para la opinión pública; de a quién le sea posible llegar al estudio que se hizo. Entonces los elementos del reporte serán los siguientes:

- Portada.
- Índice.
- Resumen.
- Cuerpo del documento.
- Referencias bibliográficas.
- Apéndices.

#### 2.16. Los procesos Mixtos de investigación.

Desde los años 80s se comenzó el debate sobre la legitimidad del método mixto de investigación, pero no fue sino hasta los primeros años del siglo XXI que algunos investigadores consolidaron una estrategia de uso en sus trabajos integrando ambos métodos. Henwood, K 2004, Denzin & Lincoln, 2000, Creswell, Plano, Clark, Guttman, & Hanson, 2003, Tashakkori & Teddlie 2003. Este método es utilizado porque se puede lograr una perspectiva más profunda del fenómeno estudiado y ampliando la creatividad del investigador al apoyar con diferentes tipos de estrategias de análisis

A continuación, se muestra la propuesta de Hernández Sampieri, R. Baptista Lucio, P. y Fernández Collado, C. (2006) en relación a cómo se utiliza el método mixto de investigación, el cual se pretende abordar para el desarrollo de este proyecto gracias al cruce de estos enfoques que han demostrado ser un concepto que dará resultados más acertados y profundos para la investigación.

- Se logra una mejor perspectiva del fenómeno con la indagación cualitativa y el análisis cuantitativo.
- Ayuda a clarificar y formular planteamiento del problema con diferentes teorías.
- Datos más ricos y variados de diversos contextos y métodos de investigación.
- Aumentan las posibilidades de entendimiento de los fenómenos.

Podemos inferir de lo anterior, que el enfoque mixto aporta mayor profundidad, versatilidad, profundidad y riqueza en datos para la investigación. Es importante mencionar también que, es un método que necesita más investigación y ser utilizado por los investigadores para identificar en qué otros aspectos se necesitan complementar los métodos cualitativo y cuantitativo.

Sin embargo, en las investigaciones puede ser posible que los métodos no se complementen al mismo nivel, más bien puede ser la posibilidad de que un método sea más dominante que el otro. En las investigaciones de ciencias sociales puede ser más probable que el método cualitativo tome más control en la forma de los procedimientos, a comparación de las ciencias exactas donde el método cuantitativo llevará la dominancia.

## **CAPÍTULO III. CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNIDAD DE CAMARGO.**

### **3.1. Importancia del plan de negocios para Camargo, Peñamiller desde otros autores.**

La utilización y desarrollo de herramientas para los negocios, ha sido de gran importancia; actualmente tenemos herramientas financieras, contables, de administración y desarrollo en todos los ámbitos económicos, pero la integración de varias en un documento, puede ser clave para la competitividad de una organización de negocios en el mercado.

Como referencia el trabajo “Productos naturistas en Amealco de Bonfil, Querétaro y el Plan de Negocios Estratégico” (Cruz, 2017). Estos tipos de herramientas más conjuntas son de gran trascendencia ya que facultan el perfeccionamiento, funcionamiento y permiten al negocio mantenerse a flote dentro de un mercado competitivo y versátil.

En el trabajo “Importancia del Plan de Negocios para Rentabilidad de Mypymes, Caso: Sector Comercio del Municipio de Querétaro” (Herrera, 2009); enfocado también al estado donde trabajamos, el autor hace mención a microempresarios del sector comercio, los cuales serán los beneficiados de la implementación de un plan de negocios para mantener o mejorar la rentabilidad de su actividad.

En las dependencias internacionales, también se marca la importancia en intervenir con proyectos rurales, durante el transcurso del año 2009 al 2018 el Banco Mundial, interesado en la preservación del medio ambiente y la implementación de tecnología en el ámbito rural aportó US\$ 157.85 millones para que la dependencia nacional SAGARPA, introdujera a los establecimientos existentes al plan de actividades que el Banco Mundial propuso para lograr este aspecto tan importante que es la preservación ambiental.

Al iniciar esta investigación se mostró una inclinación del plan de negocios para ya sea una pequeña o mediana empresa, que son organismos simples en cuanto a plantel humano y recursos pero que se encuentran en todos los sectores productivos y pueden ser objeto de implementa su plan de negocios para integrar con formalidad su estructura, elementos productivos y darse a conocer en nuevos horizontes empresariales.

“Las necesidades de capacitación en el sector de microempresarios son múltiples; sin embargo, los planes de negocio representan una oportunidad, no solo como requisito para acceder a créditos bancarios, sino también para identificar sus procesos internos y externos de negocio, por lo que es importante desarrollar esta tarea de manera eficiente, particularmente, en las microempresas.”

- Ávalos Monge, Ana Lorena, & Murillo Méndez, Vivian Mariela (2013).

Al conocer mejor a las personas del lugar se encontró que la aplicación de un plan de negocios es algo que les serviría de ayuda, además de que formalizar una organización para ellos les resultaría de gran ayuda para evitar barreras burocráticas y de carácter legal que dificultan integrar a la población en un mercado de recursos naturales.

### 3.2. Camargo.

Camargo es una comunidad minera del municipio de Peñamiller del Estado queretano, se encuentra en la transición del semidesierto y la zona boscosa de la Reserva de la Biósfera. El municipio de Peñamiller (zona del semidesierto queretano) es parte de la Reserva de la Biósfera Sierra Gorda Queretana con el 69.7% de su territorio, cuenta con tres, de los siete tipos de vegetación presentes en la Reserva, siguiendo la base fisonómica empleada por Rzedowski (1978):

1. Bosque de encinos (Quercus): siendo las especies características *Quercus mexicana* y *Quercus castanea* entre los 1200 a 2300 msnm.
2. Bosque de Coníferas: destacando el bosque de Pinos en la zona de transición entre el semidesierto y el bosque de pino-encino, entre Peñamiller y Pinal de Amoles, se encuentran bosques de *Pinus cembroides* y *Pinus pinceana* (pino piñonero negro y blanco).
3. Matorral Xerófilo: -Matorral Crasicaule, dominada por cactáceas de tallos carnosos, cilíndricos o globosos como nopales, órganos y biznagas que van entre 1400 y 2500 msnm, las principales especies: *Myrtillocactus geometrizans* (garambullo), *Opuntia imbricata* (cardenche), *Stenocereus dumortieri* (órgano), *S. queretaroensis* (pitayo).

Matorral submontano: estrechamente ligado a los afloramientos de rocas calizas de la parte alta del Municipio, predominando especies como: *Cigarrilla mexicana* (San Pedro), *Cordia boissieri* (trompillo), *Acacia angustissima* (barba de chivo), *Acacia berlandieri* (guajillo), *Acacia micrantha* (mezquitillo), entre otras, se desarrolla entre los 800 y 2200 msnm, Matorral micrófilo: se encuentra en pequeñas proporciones entre los 1300 y 2000 msnm, destacando: *Fouqueira splendens* (ocotillo), *Koeberlinia spinosa* (junquillo), *Larrea tridentata* (gobernadora), *Prosopis laevigata* (mezquite), *Acacia vernicosa* (chaparro prieto) y *Condalia mexicana* (granjero prieto) y Matorral rosetófilo ocupando áreas muy pequeñas del municipio

Peñamiller cuenta con 138 localidades rurales, entre las que destaca la Comunidad de Camargo, dentro de la Reserva de la Biósfera de la Sierra Gorda Queretana, presenta características geológicas, geográficas y climatológicas muy diversas; así como una gran variedad de ecosistemas dentro de su territorio. Derivado de estas condiciones, la región del semidesierto, se caracteriza por su participación en actividades económicas en mayor medida en el sector primario, por la explotación de recursos naturales existentes en la localidad, como lo son una variedad importante de plantas de gran importancia comercial; principalmente se aprovecha el *Lippia graveolens* (orégano mexicano) y *Turnera diffusa* (Damiana) los cuales son vendidos como especias al centro del país. Así mismo, la presencia en los bosques de Pinos piñoneros representan una fuente de ingresos para las comunidades al hacer la cosecha en noviembre de cada año.

La explotación de recursos no renovables como el mercurio y antimonio, es una de las principales actividades económicas de la región, siendo ésta, una región minera de las más sobresalientes dentro del Estado de Querétaro. La existencia de una topografía compleja dentro de la Sierra Queretana, da como resultado vías de comunicación poco cómodas e inseguras para el tránsito, haciendo difícil el acceso a las comunidades y por estas razones se genera un aislamiento a la sociedad que habita en la región; siendo este el caso de la población de Camargo, comunidad que como ejemplo de este aislamiento tiene un rezago educativo, contando únicamente con cuatro instituciones educativas que abarcan hasta el nivel medio superior.

Considerando el nivel educativo y la renta familiar, es posible que éste sea un factor determinante para fomentar el trayecto educativo de los jóvenes en la comunidad; aunque no se pretende generalizar es oportuno tener en cuenta este factor.

La región de la comunidad de Camargo, anteriormente pertenecía a la hacienda llamada “Casas Viejas”, en ella habitaban trabajadores pertenecientes a diversas regiones cercanas, ellos eran trasladados de un lugar a otro de la hacienda por parte de los dueños, a fin de que no se hicieran acreedores de la tierra de esta región. En el proceso de reforma agraria en el estado mexicano fue cedido el territorio que comprende el ejido de Camargo.

En la actualidad, la comunidad cuenta con más de 100 ejidatarios con aproximadamente una extensión de 3000 hectáreas, de las cuales en aproximadamente 2000 más o menos predominan ecosistemas de tipo boscoso, la mayor parte del territorio habitado se encuentra en el semidesierto, en donde sobre sale la vegetación de mezquitales; en las inmediaciones de la comunidad, principalmente en la parte sur se cuenta con plantas aromáticas como el Orégano ( *Lippia graveolens* ) y la Damiana ( *Turnera diffusa* ), y en la zona norte existe el Poleo ( *Mentha pulegium* ). Al Este, colindando con el municipio de Pinal de Amoles destaca el pino piñonero ( *Pinus cembroides* y *Pinus pinceana* ), así mismo se presentan árboles de oyamel ( *Abies religiosa* ) y encino ( *Quercus sp.* ).

Estos recursos forestales representan un valor comercial y constituyen una fuente de ingresos extra para los pobladores, que son colectados por temporadas, siendo la recolección de piñón de octubre a febrero, el orégano en septiembre y la Damiana de julio a noviembre; posterior a la colecta son vendidos a terceros quienes son los encargados de distribuirlos en diferentes mercados.

Los pobladores de Camargo, se abastecen de los recursos vitales de la región, como es el caso del agua, que es extraída del “Manantial Jasso” al noreste del centro de la localidad, dicho líquido se distribuye por un sistema de tuberías a las diferentes viviendas donde es utilizada para diversas actividades, desde el aseo personal y el de la casa, como para consumo humano.

Así mismo, es llevada por un pequeño canal hacia las tierras de cultivo que se encuentran ubicadas a las afueras de la comunidad, donde se siembra frijol ( *Phaseolus vulgaris* ) y maíz ( *Zea mays* ). Cercano a esta zona se encuentran árboles frutales (ej. Higo, zapote blanco, chirimoya, granada, durazno, aguacate, etc.), magueyes donde es extraída el aguamiel para la elaboración de pulque; diversas plantas comestibles como verdolagas, quelites y chayotes, utilizados ocasionalmente como alimentos.

Los pobladores se abastecen de distintos tipos de carne por medio de tiendas locales, las cuales también representan una fuente más de ingresos, algunos pobladores crían a pequeña escala diferentes especies de ganado para su consumo en el hogar.

En los años cincuenta ocurrió un acontecimiento de gran relevancia para la región, pues cuando se estaba construyendo la carretera que llevaría hacia los municipios de Jalpan de Serra y Pinal de Amoles, se encontró la presencia de grandes cantidades de mercurio en uno de los cerros más cercanos a la comunidad, posterior a este hallazgo se observó un gran apoyo en la explotación de este mineral por parte de personas que tenían cierta experiencia en los procesos de extracción de minerales, mismos que habitaban otros municipios como Cadereyta y San Joaquín.

Actualmente la principal fuente de ingresos y en la mayoría de los casos el principal sustento de las familias camarguenses es la mina de mercurio denominada por ellos Mina de Camargo que cuenta con tres diferentes etapas, las cuales se encuentran a distintas elevaciones de las laderas de un mismo cerro, dicha mina lleva en funcionamiento más de 60 años la cual ellos reconocen a esta mina como la única actualmente activa en la región. La mina tiene una concesión particular para su explotación, sin embargo, la forma de trabajo actual en la que se trabaja se realiza de manera individual y únicamente se da un porcentaje de la extracción al concesionario, por esta razón cada uno de los empleados no tienen un patrón y como consecuencia, no existe ningún tipo de prestaciones.

Ahora, la mina se encuentra en una etapa de baja producción ya que, se cuenta con alrededor de 150 mineros los que laboran en ella, una cantidad mucho menor a la que existió en el periodo de 2010-2015 que se reconoce como el mayor auge de ésta mina, en donde generó alrededor de 800 empleos directos y 400 indirectos. Las personas que laboran en este yacimiento o muy cercanas al trabajo de la minería, afirman que estas altas y bajas dentro de la producción de empleos de la misma se deriva de las fluctuaciones en el precio del mercurio; cuando el precio se demerita las ganancias se minimizan y los ingresos dejan de ser suficientes para sostener a sus familias, lo que provoca que los trabajadores abandonen la mina y busquen otro empleo. Esta mina funciona de manera irregular, ya que no cumple con todos los lineamientos necesarios del correcto procedimiento de extracción del mercurio, donde se hace uso de explosivos sin la supervisión, ni consentimiento de la SEDENA, por lo que existe un gran riesgo en el proceso. También la SEMARNAT vigila constantemente sus sistemas de fundición para la obtención del mineral, ya que se usan métodos artesanales (hornos hechos de tabicón, barro y tubos de metal) y que no siguen ningún tipo de lineamiento de emisiones de vapores a la atmósfera, sin embargo, los hornos que sugirió la Secretaría en algún momento, no dieron los mismos resultados a los métodos que han utilizado por años. Aunado a esto, se apreció que muchos de los mineros de la comunidad tienen enfermedades debido al mercurio, principalmente afectados en el sistema nervioso central (SNC), presentando temblores frecuentes en las extremidades, así como algún deterioro en la cavidad bucal.

Si bien la localidad cuenta con un centro de salud pequeño, son pocos los mineros que buscan atenderse para combatir los efectos negativos en su organismo y la población en general en algún momento de su vida tienen que trasladarse a la Cabecera Municipal o a otros municipios para recibir atención adecuada según sea su situación o prefiriendo utilizar la medicina tradicional, que en algunos casos han tenido resultados favorables al combatir estas dificultades en su labor.

## CAPÍTULO IV. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

### 4.1. Justificación.

Las comunidades rurales del estado de Querétaro se han caracterizado por la riqueza natural de sus territorios y por su participación de los habitantes a lo largo de la historia del país. Encontramos al entrevistar a las personas que a la fecha han utilizado el comercio informal y sin planificación como manera de aprovechamiento de los recursos naturales, mostrando una gran oportunidad para desarrollar un plan de negocios que comprenda las necesidades del mercado de los productos que hay en el territorio.

Con el paso del tiempo la población de las comunidades aumenta en conjunto con sus necesidades de mantenerse a la par de los servicios que hay en un ambiente urbano, esto encara a los habitantes de las comunidades rurales a buscar los recursos en otro lugar, o migrar a diferentes puntos, más urbanizados, en busca de un empleo, estudios y oportunidades de subsistencia diferentes.

Es la situación anterior, la que motiva la presente investigación que se desarrolla bajo una metodología cuantitativa, con enfoque exploratorio, muestra que el plan de negocios, tendrá la función de herramienta para ser consultado por los habitantes y tener en cuenta los factores que pueden determinar la competitividad de los productos en el mercado. Con lo consecuente, señalamos en los resultados de las encuestas, el interés de la comunidad en conocer acerca de un plan de negocios, capaz de abarcar las prioridades y áreas importantes que debe cubrir el emprendedor o empresario interesado.

### 4.2. Planteamiento del problema.

Dentro del territorio de la comunidad, se vive un ambiente de incertidumbre para el posicionamiento comercial de los recursos naturales de procedencia temporal, que en virtud de la ubicación geográfica en el ejido esta comunidad de personas, tiene la oportunidad de acceder a ellos.

Basados en las necesidades encontradas en el estudio de las actividades económicas de la comunidad, sus habitantes se topan con las diversas limitantes legales, financieras y de competencia que, sin duda pueden afrontar en un marco de aspectos a cubrir. Con esto nace la idea de implementar el plan de negocios que, mediante la definición de generalidades, aspectos legales, financieros y de marketing para marcar el rumbo de la organización en la comunidad rural.

### 4.3. Objetivo general.

Desarrollar una propuesta de plan de negocios, que contenga la estructura adecuada para ser ejecutable, que contenga los puntos clave para su implementación y permita a los habitantes de Camargo incursionar sus productos de una forma más competitiva en el mercado.

Este documento, tendrá que ser adaptado a las características organizacionales de la comunidad, para despertar interés en los habitantes, propiciar un enfoque a la explotación y preservación de recursos naturales de la región y así, marcar una vía de competitividad para los recursos en un mercado regional o extranjero.

#### 4.4. Objetivos particulares.

El preparar y poner en marcha planes de negocios requiere prepararse respuestas a las siguientes preguntas: ¿Qué quiere conseguir?, ¿Cómo quiere lograrlo?, ¿Qué se necesita? Y en ¿Qué aspectos importantes tienen que centrarse para evitar los errores? Ya que el proyecto requiere la mejor planificación y acorde a Barrow P. 2002 en su obra “Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio”.

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

- Innovar en la propuesta de plan de negocios con su adaptación a las necesidades del contexto rural, mostrando que también es necesaria la gestión de calidad y responsabilidad social.
- Establecer que al dar a conocer los resultados de la investigación con la comunidad, el 15% de las personas en las que los recursos naturales forman parte de su ingreso, estén interesadas en usar un plan de negocios; ésto será la premisa para asegurar que los propósitos de desarrollo incluyan a los habitantes, que se fomente unidad social y no obligue a los habitantes emigrar en busca de trabajo fuera de la comunidad.
- Obtener retroalimentación de los habitantes a cerca del desarrollo del plan de negocios. Con el motivo de obtener mejor información para al momento de darlo a conocer, sea congruente con las capacidades y potencial de la región.

#### 4.5. Definición del universo.

Ya especificado al inicio del presente capítulo (Punto 4.1 Justificación), al ser una investigación con enfoque exploratorio, se elige un muestreo no probabilístico por conveniencia. Ya que el investigador solo tuvo acceso a las personas que mostraron disponibilidad y deseo de participar. No solo los fines exploratorios dieron pauta al elegir este método de muestreo, también influye que al investigar la comunidad de Camargo (Capítulo III), podemos inferir que la población en su mayoría ha tenido relación con el aprovechamiento de los recursos naturales. De las visitas hechas que permitieron una muestra de 16 personas, todos ellos líderes de familia y que accedieron a conocer la propuesta de plan de negocios. Solamente una persona manifestó que los recursos naturales de la región no eran parte de su ingreso familiar.

Para la presente investigación, podemos considerar que todas las personas que se abordaron para la entrevista tenían relación con los temas de importancia para el plan de negocios y esto dio como resultado obtener información veraz y acertada a la realidad del tema de investigación.

#### 4.6. Variables

Para la investigación se determinan las siguientes variables independientes, que gracias a la bibliografía de Edgar A. Tena 1994 (Manual de investigación experimental: elaboración de tesis.); entendemos que las variables manifiestan conceptos que son un punto clave que establecen el contexto para identificar los resultados de la investigación que se ajusten al proyecto de plan de negocios.

A continuación, el proyecto plantea las siguientes variables:

#### 4.7. Variables Independientes.

Que como mencionan Isern, M. T. I., Segura, A. M. P., Aguilar, E. M. G., & Hito, P. D. (2012). Son conceptos que marcan causas que dan efecto o desencadenan a las variables dependientes.

Recursos naturales: elementos aprovechados que se encuentran en depósitos primarios, los cuáles refieren a lugares o cúmulos de naturaleza son ciertas características de las cuáles, el ser humano ha hecho manejo desde sus inicios en civilizaciones antiguas.

La relación del humano dependerá en función de la abundancia, esto quiere decir que entre más prolíferas sean las características en la zona geográfica, mayor será el vínculo humano - recurso natural. Con lo que da origen a las actividades de desgaste de estos elementos. Stanek, W. (Ed.). (2017).

Recursos renovables: que una vez cumplido su ciclo natural, se vuelve a restaurar.

Recursos no renovables: aquellos con los que se cuentan en cantidad limitada y su regeneración requiere de mayor tiempo en comparación a la de su desgaste.

Migración: fenómeno de traslado social entre territorios, que principalmente es generado por situaciones de desigualdad social, desarrollo humano, educación y cultura. Sanz, N., Arce, V., Manuel, J., & de la Frontera Norte, C. (2016).

#### 4.8. Variables Dependientes.

A continuación, gracias al aporte de Cauas, D. (2015), que resalta una variable dependiente como aquel concepto que será objeto de estudio y se verá afectada por las variables independientes. Entonces las variables serán las siguientes:

Plan de Negocios: una herramienta de planeación de emprendedores u organizaciones, que con su desarrollo, busca trazar una ruta, mostrar alternativas y sobre todo permitir que los usuarios encuentren la rentabilidad de su negocio con el cumplimiento de objetivos. Gaytán Cortés, Juan (2020).

Desarrollo económico: la condición esencial de poder generar riqueza, inclusión social y reducir la pobreza. Consiguiéndolo mediante prácticas entre instituciones privadas y públicas, que en conjunto de leyes y reglamentos, podrán generar un entorno con oportunidades lucrativas y un mercado liberal para el desarrollo de los individuos. Gómez Zaldívar, F., & Molina, E. (2018).

#### **4.9. Hipótesis.**

El presente trabajo asigna la hipótesis bajo la orientación de la obra académica *Risco (2020)* “*Hipótesis de Investigación*” y partiendo desde el problema específico que es la migración de los habitantes de la comunidad de Camargo por la falta de empleos e inestabilidad de los mercados para los recursos naturales de la región. Con esto el objetivo de adaptar un plan de negocios especialmente para las necesidades de la comunidad de Camargo.

Las hipótesis son las siguientes:

- El uso de un plan de negocios, tiene un efecto positivo al mostrarlo como marco de referencia para el desarrollo empresarial y potenciar el interés de los habitantes. Este efecto se mantiene, al mostrar con hechos e información los alcances del documento.
- Con la investigación se podrá determinar la estructura de un plan de negocios, que basado en las problemáticas de la comunidad de Camargo, pueda ser usado para consulta y se dé a conocer en el municipio.

## CAPITULO V. METODOLOGÍA.

### 5.1. Enfoque de la investigación.

Esta investigación, pretende demostrar bajo el enfoque cuantitativo, que se pueden obtener resultados, información y conocimiento más especializado, de que el uso de un plan de negocios puede ser un buen esquema para conseguir un mejor posicionamiento comercial de los productos, servicios y demás recursos de la comunidad de Camargo.

### 5.2. Alcance.

La investigación tendrá el alcance exploratorio. Debido a que el plan de negocios, como herramienta de planeación, no ha sido un tema que llegue a darse a conocer en el contexto rural. Además de que llegará a identificar áreas de oportunidad para la población interesada.

### 5.2.Recolección de datos en campo (Procedimiento).

Para el desarrollo de este trabajo, se propone la siguiente iniciativa de recolección de datos en campo, que con la ayuda de una encuesta (Anexo II) basada en los métodos cualitativos de recolección de datos y un análisis de datos estadístico con software especializado en datos para su interpretación. La estrategia es la siguiente:

1. Identificar los grupos de interés. Para esta investigación enfocada a las personas que subsisten, gracias a los recursos naturales de la región, existen ciertos lugares y personas encargadas de la gestión de los bienes obtenidos de la reserva de la biósfera.

2. Integración con los grupos de interés. El acercamiento es esencial para establecer y dar a conocer los intereses de la investigación, así como para conocer detalles generales de sus actividades relacionadas a los trabajos enfocados en los recursos naturales.

3. Entrevista. Una vez seleccionando preguntas clave para conocer la situación de negocios con las personas, relacionada a los recursos naturales; la entrevista formará parte decisiva para determinar cómo efectuar el siguiente punto.

4. Integración a las actividades económicas con recursos naturales. En este punto de la actividad en campo se verá el comportamiento de los productos que las personas de la comunidad extraen. Se observará desde la extracción, la transformación y la venta al cliente, a manera de que los datos recolectados manifiesten posibles áreas de oportunidad y puntos fuertes de las actividades realizadas.

5. Análisis de datos obtenidos en campo. Una vez obtenidos los datos en el esquema diseñado (Anexo II), de manera estadística, se podrá inferir en gran parte el contenido a destacar del plan de negocios ya que son cualidades específicas que tiene que cumplir el documento para ser dado a conocer.

6. Desarrollo del plan de negocios. Redacción de cada punto del plan de negocios.

7. Hacer públicos los resultados con la comunidad.

#### 5.4 Herramientas.

Para la recopilación de datos en esta investigación se desarrolló un esquema de preguntas (Anexo II) con algunas en base a la escala de Likert (Rensis Likert), quien fue un psicólogo estadounidense que inventó en 1932 esta escala para medir de forma más determinante la postura y actitud de las personas en un contexto determinado. Es por eso que es utilizada en esta investigación para así conocer la situación actual de las personas, interacción con recursos naturales, panorama general de su conformidad e ideas en común sobre factores importantes para trabajar con ellos.

Para hacer la encuesta más amigable, se asignaron los siguientes tabuladores para la escala de Likert, donde para las personas encuestadas fue más fácil asignar una calificación del 1 al 10 para definir cierta importancia en las preguntas realizadas.

A continuación, en la Tabla 5 se muestran las valoraciones usadas para la encuesta:

Item de afirmación	Calificación.	Item de frecuencia	Calificación.
Toralmente de Acuerdo	9-10	Muy frecuente	9-10
De Acuerdo	6-8	Frecuente	6-8
Neutro	5	Neutro	5
En Desacuerdo	3-4	No muy frecuente.	3-4
Totalmente en Desacuerdo.	0-2	Nada frecuente.	0-2

*Tabla 5. Valoraciones utilizadas para la interpretación de respuestas. Elaboración propia a partir de Escala de Likert.*

En la encuesta planteada por el investigador de la obra (Anexo II), hay dos tipos de items de Likert. Estos items, que por su traducción del inglés al español quiere decir *artículos*, los cuales tienen hasta 10 puntos para ser calificados y así, entregar una interpretación de qué tan de acuerdo o desacuerdo y que tanta frecuencia se encuentran identificadas las personas con alguna situación.

En la presente investigación damos la siguiente interpretación presentada en la Tabla 5 para los diferentes items:

##### Item de afirmación.

- Totalmente de acuerdo: calificación de 9 y 10, cuando una persona manifiesta que una situación que encaja totalmente a sus preferencias e intereses para desarrollar una actividad.
- De acuerdo: con 7 y 8 de calificación, cuando una persona cree que acerta de manera consistente con la situación descrita y un interés que destaca.
- Neutro: calificación de 5 o 6, cuando una persona manifiesta ser parte de la situación de un modo desinteresado ya que necesita más estímulos para estar de acuerdo.
- Desacuerdo: tiene calificación de 3 y 4, cuando una persona se ve integrada en la situación, pero de una manera esporádica y que no se repite fácilmente.
- Totalmente en desacuerdo: con 1 o 2 de calificación, cuando una persona no manifiesta ningún tipo de relación con la situación descrita.

Item de frecuencia:

- Muy frecuente: al calificar con 9 o 10, una situación que es casi totalmente segura que pase, o sean partícipes de observar.
- Frecuente: con calificación de 7 u 8, describen una situación que puede llegar a pasar en su mayoría de veces.
- Neutro: calificación de 5 y 6, para cuando los habitantes manifiestan que les ha sucedido algo durante temporadas indeterminadas, de manera intermitente, por factores que pueden ser favorables o desfavorables.
- No muy frecuente: calificada con 3 o 4, las situaciones que pasan de un modo esporádico difícil de repetir.
- Nada frecuente: calificación de 1 y 2, para situaciones que no las experimentan en lo absoluto.

#### 5.4 Procedimiento.

A continuación, las etapas de la investigación:

1. Autorización para realizar el estudio, por parte de las autoridades de la empresa en el entendido de que la información sería confidencial (Anexo III)
2. Revisión de documentos de la comunidad: manuales, sistemas, procesos, entre otros.
3. Elaboración del marco teórico y estructura de la tesis (Capítulo II).
4. Elaboración y validación del instrumento (Anexo II)
5. Aplicación del cuestionario a la población de estudio en el lugar de trabajo (Capítulo VI).
6. Presentación de resultados y conclusiones (Capítulo VI y PROPUESTAS Y CONCLUSIONES).

#### 5.5 Procesamiento de información.

En base a nuestras hipótesis, se muestran los resultados obtenidos del punto anterior bajo la comprobación de estadística descriptiva.

##### 5.5.1. Frecuencias relativas y absolutas.

Ya que la principal determinante es despertar interés en el uso de un plan de negocios, nos enfocamos en la siguiente variable que en el Anexo II, muestra los siguientes resultados:

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia Acumulada
De Acuerdo	75	60.98%	75
Neutro	10	8.13%	85
Toralmente de Acuerdo	38	30.89%	123
<b>Total general de puntos en:</b>	<b>123</b>	<b>100.00%</b>	

Tabla 6. Análisis de estadística descriptiva. Elaboración propia a partir de Anexo II.

De la tabla anterior podemos inferir que el 91.87% de las personas entrevistadas mostraron una respuesta favorable al cuestionar su interés en conocer la utilidad de un plan de negocios. Ya que al recopilar la calificación de las 16 personas entrevistadas para nosotros es una respuesta favorable una calificación de 6 en ascendente, mientras que de 5 en decreciente es negativo para el estudio. Ver tabla

## CAPÍTULO VI RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

### 6.1. Primer acercamiento.

Las acciones de interés sobre este trabajo, comenzaron en junio de 2018 cuando se hizo equipo con integrantes de las diferentes carreras de la Universidad Autónoma de Querétaro y formando el equipo Brigada de Peñamiller, que las principales acciones de servicio social serían encaminadas a lo siguiente:

- Reforestación del ejido.
- Mapeo descriptivo.
- Participación en faenas.

Del trabajo anterior fueron cinco aspectos importantes a investigar: aspecto económico, de salud, medio ambiente, entretenimiento y alimentación. Ya que en el ejido actualmente se estaba construyendo el inmobiliario para el desarrollo del plantel universitario de la UAQ, la Universidad necesitaba información para desarrollar el plantel en primer plano para los habitantes de la comunidad. Los resultados de los veintisiete días de estadía plasmados en el “Reporte Verano Intensivo UAQ 2018”, que se entregó a la dirección de Vinculación Social UAQ.

Dentro de los resultados se resaltaba el rezago social principalmente en el tema de la educación, al no tener el apoyo necesario por el estado para los estudiantes con necesidades especiales; ya sean por dificultades de aprendizaje o las de alumnos con aptitudes sobresalientes.

Dentro del tema que es de más interés para la investigación encontramos el contexto económico, donde en un esquema de entrevistas a conversación abierta, lo pobladores destacaban la abundancia en el ejido de los productos derivados de la biósfera, su gran importancia para su cultura y cómo buscaban un ingreso extra a base de ellos.

### 6.2. Segundo acercamiento.

El día 9 de septiembre en 2020 (Imagen 2), una vez que la investigación fue propuesta a la Universidad se desarrolló una guía (Anexo I), para entrevistar las personas dedicadas a la extracción de mercurio donde el Sr. José Ramón explicó la situación actual de la mina. Mencionan en la entrevista el y los demás mineros que no han tenido labores con abundancia; pero que, con inversión para trabajar más a fondo en las vetas, podrían llegar a encontrar el mineral. Aunado a esta situación no han conseguido un cliente frecuente donde puedan mantener su precio de venta y seguir explotando la mina. Dentro de los proyectos próximos, los mineros gestionan sus permisos de impacto ambiental, operación, estudios químicos, entre otros que servirán de soporte para ellos operar de una manera más formal dentro de la legislación nacional.

También, los mismos mineros, no descartan la opción de emprender nuevos proyectos relacionados a la ganadería o agricultura, mencionan interés en cultivo de chile jalapeño, crianza bovina, avícola y porcina; consideran que las características del ejido se prestarían para abastecer la zona norte del estado y posteriormente a los demás de la república. La siguiente visita, en septiembre 24 del 2020, con motivo de abarcar el conocimiento sobre las especias, llevó la investigación a la zona semidesértica del ejido, donde se abordaron personas que comenzaban la cosecha del orégano y Damiana desde septiembre. En esta visita, las personas cosechando nos mencionaron, cómo el tiempo que tardaban en otorgar el permiso municipal, que les permitía entrar el área reserva de la biósfera; también es de su agrado compartir las propiedades de la herbolaria, que han sido parte de la cultura mexicana desde los inicios de las civilizaciones precolombinas.

*Imagen 2. Cosecha de orégano y damiana en Camargo.*



*Tomada el 9 de septiembre de 2020. Camargo, Mpio. Peñamiller, Querétaro, México.*

Posteriormente en octubre 15 de 2020, la tercera visita completó más nuestro conocimiento sobre la cosecha de damiana y orégano ya que dimos en el momento donde se trataban las plantas para dar forma a su producto final. El señor Máximo Martínez, nos especificó el procedimiento de cosecha y preparación de las plantas (Imagen3):

1. Corte de la planta. Seleccionando las partes con mejor aspecto y color.
2. Destrozo de la planta a ras de suelo para un retoño más productivo.
3. Acaparamiento de las plantas ya cortadas en una lona extendida para su secado.
4. Una vez secas las ramas se golpean para separar la hoja del tallo.
5. Cernido de las hojas para quitar el tallo restante y lograr una consistencia cribada.
6. Envasado en costales con hasta 20 kg de la especia dentro.

*Imagen 3. Acaparamiento de las especias para su secado.*



*Tomada el 15 de octubre de 2020, Camargo, Mpio. Peñamiller, Edo. De Querétaro, México.*

Una vez cosechada la especia, una cuarta visita fue la que puso en práctica el plan de negocios, pues se adquirió 50 kg de orégano para ver su potencial dentro de los negocios del Municipio de San Juan del Río y algunos de la capital del estado, Querétaro. También al acercarse la temporada para la hierba de menta poléo encontramos que ya estaban brotando las plantas, por eso también se consiguieron 2.5 kg de la misma para explorar su aceptación y demanda posible.

### **6.3. Desarrollo de los productos.**

Una vez adquiridos los productos, era necesario tratarlos para su presentación final, ya que, al ofertarlos en los negocios de materias primas del Mercado Reforma en San Juan del Río, fue cuestionada su calidad y presentación. A continuación, las razones del rechazo al producto:

- Presencia de tallos gruesos con la hoja.
- El envase no se consideraba apropiado para conservar el olor y forma de la especia.

Aun así, los comentarios positivos al producto fueron los siguientes.

- El olor tenía presencia abundante.
- El color de la hoja demostraba su frescura.
- La hoja era grande, contenía flores que llamaban la atención y potenciaban su olor.
- La entrega a domicilio les ahorra trabajo a los interesados en las especias.

Con estos resultados gracias a los clientes “Molino los Güeros” (Av. Benito Juárez Ote. 166, El Riel, 76807 San Juan del Río, Qro) y en “Pozolería La Fuente” (Av de los Patos 142, Indeco, 76808 San Juan del Río, Qro), la investigación pudo desarrollar puntos importantes respecto a la calidad y envase esperados por los compradores potenciales del orégano.

En la siguiente imagen (Imagen 4), se hace la comparativa del producto deseado (izquierda), contra el que se necesitaba perfeccionar (derecha).

Imagen 4. Desarrollo del orégano. Izquierda “antes” y a la derecha “después”.



Tomada en enero 20 de enero de 2021. Mpio. De San Juan del Río, Edo. De Querétaro, México.

En el lado izquierdo de la imagen observamos el envase proporcionado por los habitantes de Camargo, en un costal que no permitía un aspecto cribado, además de que tenía restos de los tallos de la planta. A la derecha se muestra como el color verde resalta más al quitar los tallos y envasando en una bolsa para 5 kg que mantiene el olor.

Con la menta fue un escenario diferente, al ser una especie con muchas variantes en el mercado, su uso se sostenía en saborizante para dulces, té, comidas, bebidas, etc. Entonces se decidió contactar a la empresa MARS, una marca con productos presentes en más de 180 países, que constantemente está en proceso de inversión para abastecimiento de menta. Es por eso, que se optó por hacer contacto para dar a conocer, que en Camargo existe una especie que puede ser una solución en su cadena de insumos.

La información general fue compartida con el equipo de MARS México, esperando que en un mediano plazo, el seguimiento al contacto se preste para analizar una oportunidad de negocios que involucre a las personas del ejido, y claro a los cercanos donde también se cosecha esta especie.

El contacto con la organización fue vía correo electrónico como se muestra en la imagen 5, donde observamos la propuesta enviada por el autor de la investigación a la solicitud del posible interesado en los productos de la región.

#### *Imagen 5. Contacto con MARS México.*



*Tomada en enero 20 de enero de 2021. Mpio. De San Juan del Río, Edo. De Querétaro, México.*

#### **6.4. Retroalimentación en el ejido.**

Al tener el panorama anterior, la investigación pudo retroalimentarse de mejor manera, con preguntas más específicas que fueron materia de discusión hasta la quinta visita al ejido. Los resultados fueron plasmados en una reunión del coordinador del plantel UAQ, Ing. Luis Ricardo León Herrera, ya que se trataron temas relacionados al desarrollo académico del ejido.

Dentro de la discusión se abordaron temas relacionados a los aspectos negativos obtenidos por la prueba piloto:

**La presencia de tallo.** Debido a la técnica de preparación y corte de la planta; se mantendrá una porción de tallo cuando al ser cortada, secada al sol y golpeada para liberar la hoja.

**Envase.** Una propuesta de envase en conjunto de un procedimiento de sellado para el mismo, es lo que llevaría un proyecto que busque eliminar canales de distribución, que genere valor agregado y muestre el nombre de la comunidad.

No solo la presentación de envase es necesaria; un logotipo, proponen los habitantes, sería de mejor presentación con la etiqueta representativa de los productos de la región.

Y por último, la cadena de logística, que pondrá más eficacia al querer eliminar intermediarios y canales de distribución que deprecien el producto.

En la siguiente imagen (Imagen6), observamos al autor de la investigación recibiendo la retroalimentación de los habitantes, que acudieron al nuevo plantel universitario de su comunidad. Así mismo en ese día se les realizó la encuesta para recopilación de información (Anexo II).

*Imagen 6. Retroalimentación de los habitantes al autor.*



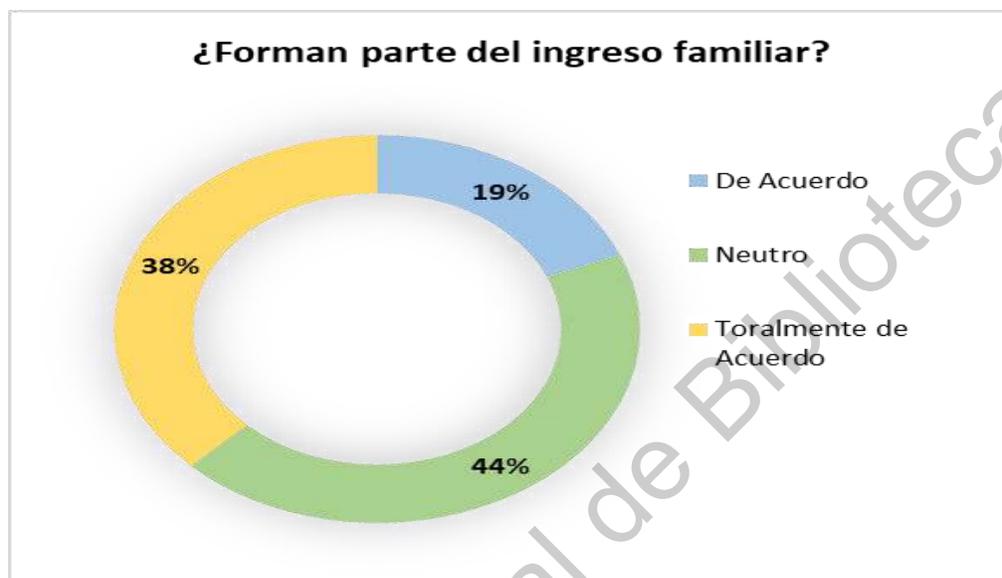
*Tomada el 6 de diciembre de 2020. Camargo, Mpio. Peñamiller, Edo. De Querétaro, México*

## 6.5. Recopilación de resultados.

### 6.6. Resultados.

De 16 personas responsables de familia que en su ingreso forman parte los recursos naturales, en los que se integran con hasta 12 miembros y con un promedio de 5 personas por núcleo familiar; manifestaron la importancia de los productos en su ingreso. A continuación, se muestra la información obtenida de las personas (Gráfico 7).

*Importancia de los recursos naturales en el ingreso de las familias.*



*Gráfico 7. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

Del gráfico anterior (Gráfico 7), podemos inferir que los recursos naturales forman parte de los ingresos familiares de manera significativa en un 56% de las familias entrevistadas. Comentan también las personas que esto ha ido variando con el paso del tiempo, ya que como se menciona en el capítulo dos de la descripción del caso, hubo un auge en la minería de mercurio que impulsó al desarrollo más significativo en la comunidad hace 5 años y probablemente la cifra obtenida en esta pregunta habría sido diferente.

Ahora la tendencia para los productos más importantes (Gráfico 8), va sobre la especia del orégano, sin dejar de lado el mercurio que aún hay familias que se dedican a la minería a pesar de las dificultades actuales. Manifestando que es cuestión de tiempo y esfuerzo para que se encuentre una veta prolifera en mineral para ser explotada.

*Productos de primera importancia para las familias.*

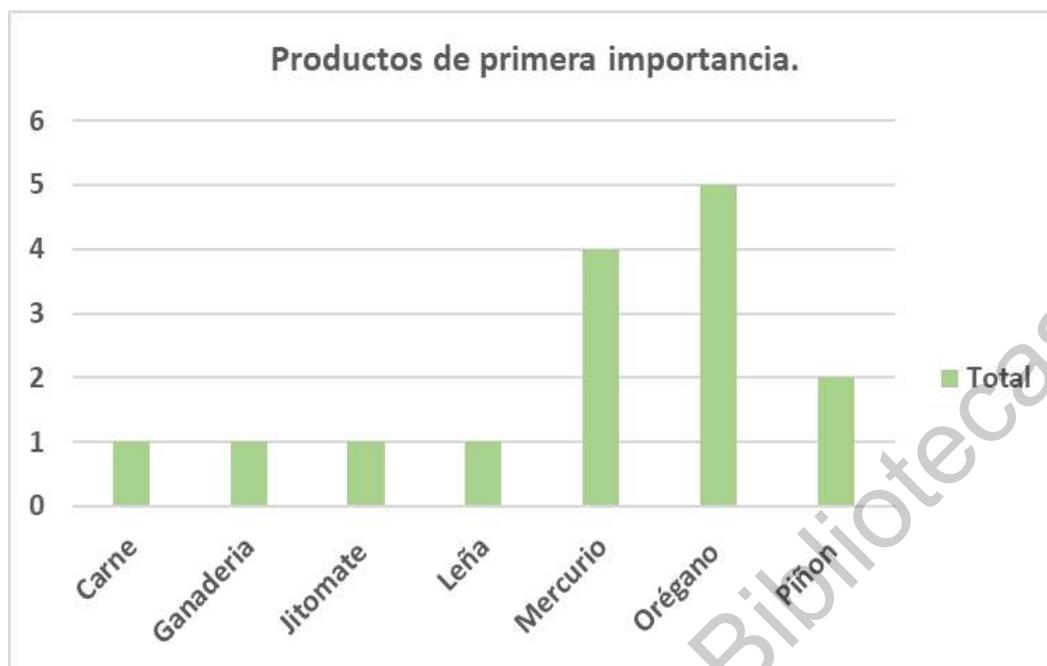


Gráfico 8. . Elaboración propia a partir de Anexo II.

Para productos de segunda importancia (Gráfico 9), las familias se enfocan en las especias más significantes como la damiana, que posee propiedades de herbolaria curativa y el orégano que se caracteriza por el aporte gastronómico en la cocina mexicana. Y aquí aparece el piñón, que al ser un fruto de los bosques de coníferas solamente se da en las zonas con mayor altitud sobre nivel del mar en el ejido.

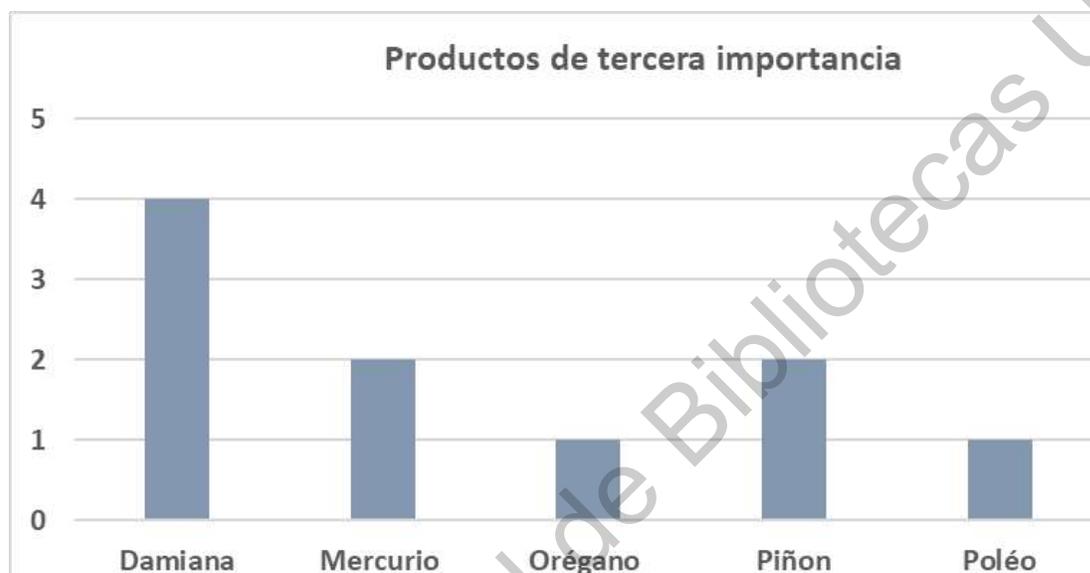
*Productos de segunda importancia para las familias.*



*Gráfico 9. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

En el tema también destacan productos en 3er lugar (Gráfico 10), que son importantes para las familias, donde ahora aparece la menta poléo, que a consideración de los habitantes, para ellos tiene un precio de venta mayor por sus propiedades aromáticas y de herbolaria, sin embargo, la demanda no es suficiente como para motivar a las familias y se realice el corte o cosecha en mayor volumen.

*Productos de tercera importancia para las familias.*



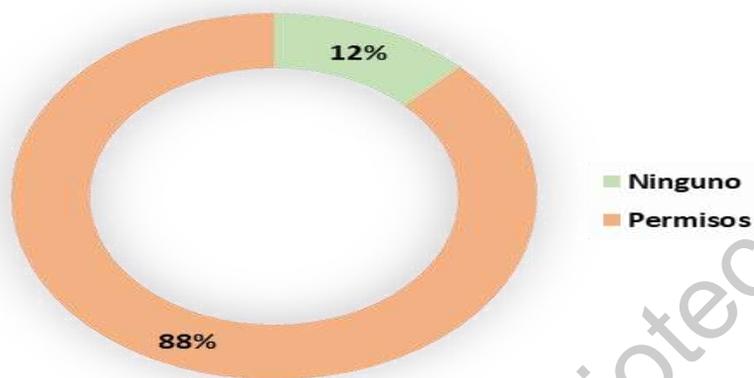
*Gráfico 10. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

Dentro de las limitantes para las familias (Gráfico 11), se observan que las limitantes son cruciales como: el clima que no depende de ellos, los permisos para el legal aprovechamiento, que pueden ir desde solicitudes al municipio para la cosecha de especias, hasta solicitudes de carácter federal, para las familias que subsisten del mercurio.

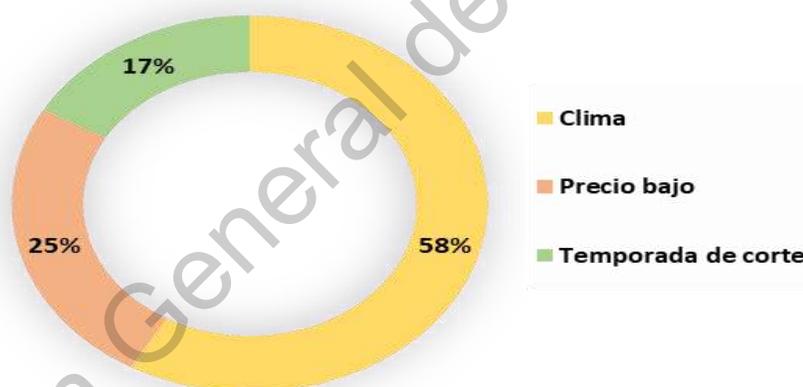
Por otro lado, la temporada de corte o cosecha es un factor que deriva de los permisos, que al no ser oportunos, las personas ven limitado su acceso a productos que llegan a ser percederos (todos los de grado alimenticio) y por su consecuente el precio bajo se manifiesta al no tener los productos más frescos.

*Limitantes del aprovechamiento de los productos en el ejido.*

### Limitantes para el aprovechamiento de los productos.



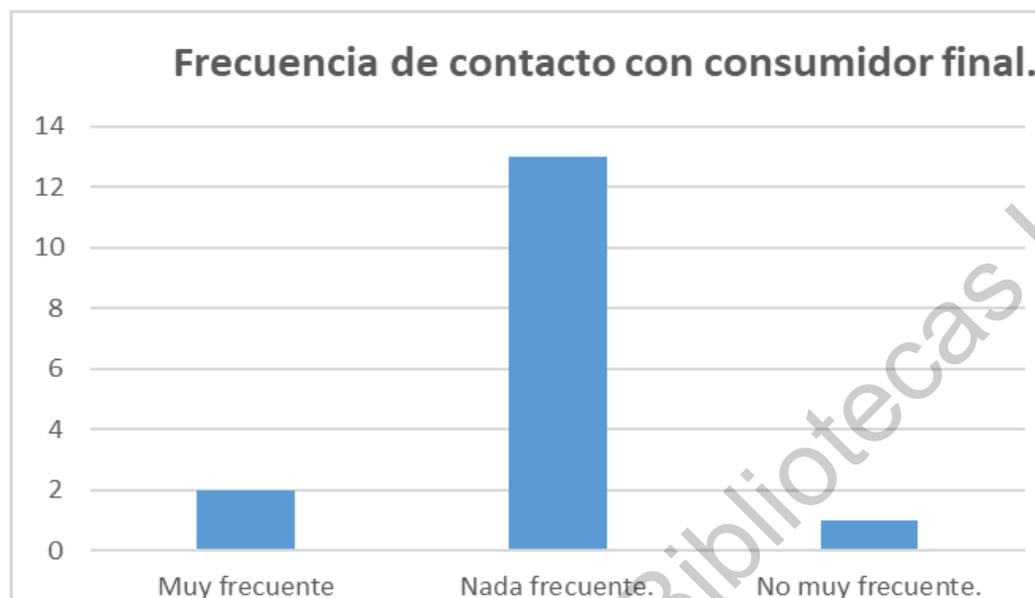
### Limitantes para el aprovechamiento de los productos, 2a parte.



*Gráfico 11. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

Una de las situaciones que los habitantes más mencionan, es la presencia de revendedores para cada producto que hay en la región, esto les ocasiona, a veces, bajar el precio de venta por la oportunidad de darle una salida más rápida a los productos y recuperar su inversión. Es decir, que los canales de distribución no han sido abarcados en su totalidad o al menos en su mayoría para poder obtener un mejor precio dejando los bienes lo más cerca posible del consumidor final. Como apoyo a este párrafo se muestra el Gráfico 12.

*Frecuencia de contacto con el consumidor final.*

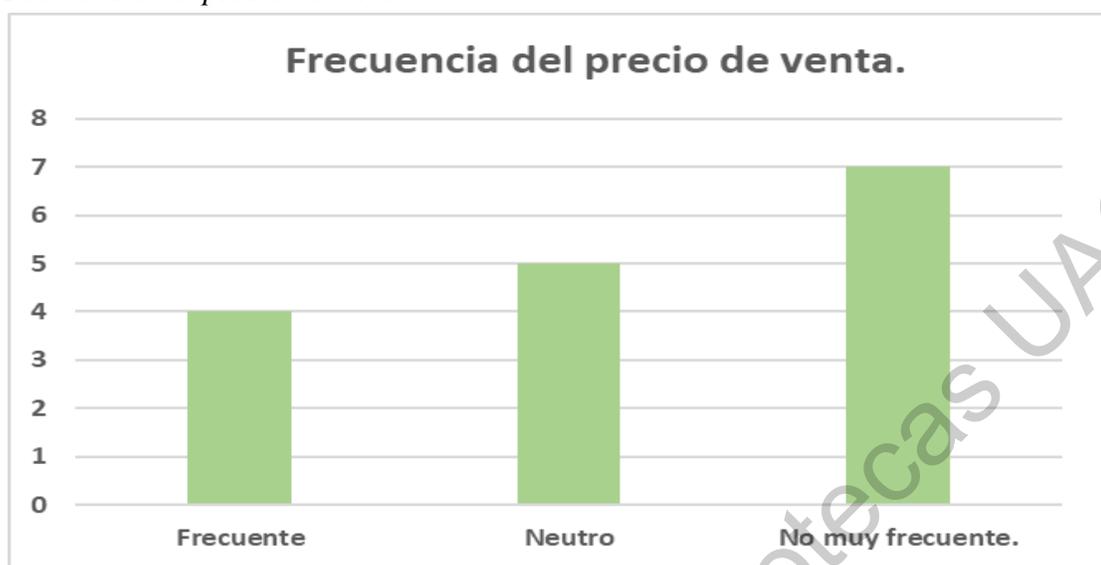


*Gráfico 12. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

Como punto siguiente es importante conocer la conformidad y opinión sobre los precios que pueden mantener para los productos. Se mencionó anteriormente respecto al gráfico de limitantes (Gráfico 11), es importante que ciertos productos tengan frescura y se aproveche para obtener un mejor precio.

Los resultados siguientes (Gráfico 13) muestran la opinión sobre la frecuencia de sus precios de venta para los diferentes productos. La conformidad varía con el producto, para algunos pobladores es más común mantener su precio en productos de grado alimenticio, que en cambio para los productos de minería, es donde hay más fluctuación en los precios de venta. En el gráfico 13, los cinco habitantes manifiestan con un resultado neutro, que el precio de venta para ellos es variable al grado que puede ser lo más remunerante o en veces pueden llegar a las pérdidas monetarias.

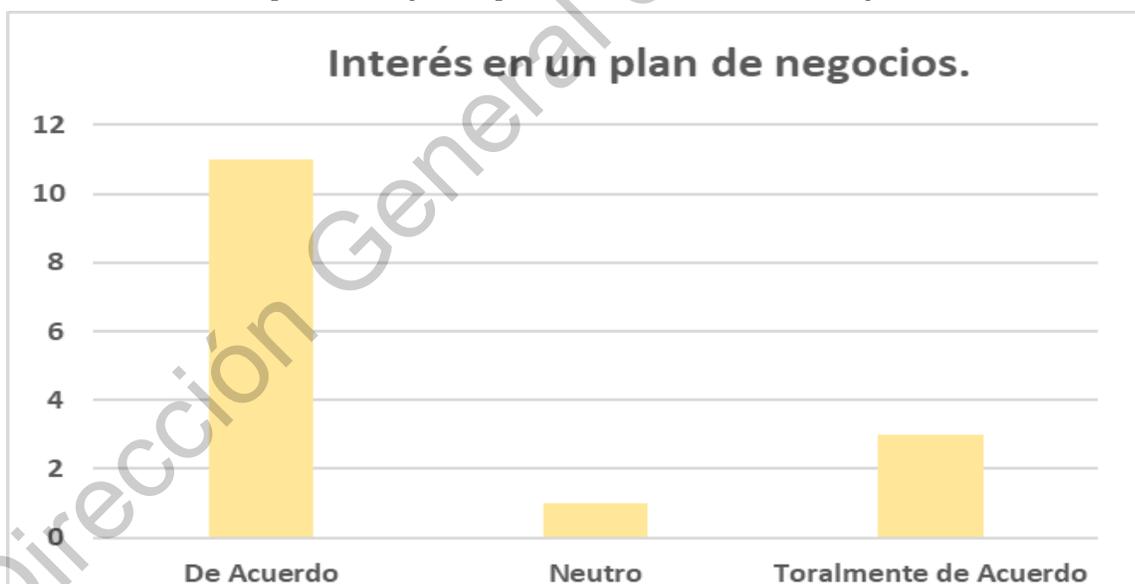
*Frecuencia del precio de venta*



*Gráfico 13. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

Por último, se consultó el interés de las personas en conocer sobre un plan de negocios para el desarrollo de sus productos en un mercado (Gráfico 14). La respuesta fue favorable, ya que al formar parte del ingreso familiar la gente confía en que las generaciones siguientes a ellos, encontrarán utilidad en este tipo de herramientas.

*Interés en un plan de negocios por los habitantes de Camargo.*



*Gráfico 14. Elaboración propia a partir de Anexo II.*

## PROPUESTAS Y CONCLUSIONES.

### **Propuesta de plan de negocios.**

El desarrollo de la siguiente propuesta se logró gracias al contacto y acercamiento con las familias que desde el año 2018, por medio del Verano Intensivo UAQ, permitió conocer a base de un mapeo descriptivo las características del ejido y la comunidad las cuales se plasmaron en el capítulo II.

Además de las visitas para conocer sus actividades para conseguir cada producto, la entrevista formó parte decisiva para hacer los ajustes y diferenciar este plan de negocios de otros instrumentos de planeación y desarrollo. Por ello, la presente investigación, una vez siendo finalizada y autorizada por la Universidad, será otorgada a los habitantes de los ejidos de forma física para su consulta y revisión. El punto físico como referencia para albergarla, será el campus UAQ, que en el ejido de Camargo actualmente a la fecha de término de la investigación, ya se encuentra disponible para los habitantes.

A continuación, se muestra el plan de negocios que la investigación propone (Tabla 7):

Dirección General de Biblioteca UAQ

<b>Plan de negocios para aprovechamiento de recursos naturales.</b>	
<b>Sección</b>	<b>Elementos</b>
Resumen ejecutivo	Participantes
	Nombre del proyecto
	Productos
	Clientes
	Ganancias
La descripción del negocio	Misión
	Visión
Descripción del producto	Necesidades cubiertas
	Ventajas del producto
	Calidad
Sistema de negocio y organización	Proveedores
	Herramental
	Mobiliario e inmobiliario
	Producción
	Comprobación de calidad
Perfil del cliente y mercado potencial	Nombre / Razón social
	Ubicación
	Mercados potenciales
	Regulaciones
	Documentos de exportación
	Cadena de suministros
Plan de mercadotecnia y ventas	Precio
	Publicidad y promoción
	Canal de distribución
	Proyección de ventas
	Distribución
Programa de implementación	Financiamiento
	Infraestructura
	Adquisiciones
Recursos humanos	Reclutamiento de personal
	Remuneración del personal
	Responsabilidad social
El plan financiero	Ventas pronosticadas
	Gastos de producción
	Plan de financiamiento
	Estados financieros
Aspectos legales	Personalidad jurídica
	Permisos de operación
	Alianzas

Tabla 7. EL plan de negocios. Elaboración propia.

### **Justificación del plan de negocios.**

Al hacer contacto con las personas líderes de familia, que dentro del ejido eran características por su interés y bastos años de experiencia en los productos de la región, fueron sus experiencias las que detonaron dos importantes aspectos que no se mencionaron en el marco teórico de la investigación como lo son calidad y responsabilidad social.

### **Calidad.**

Hoy en día el término de calidad es más profundizado en las industrias especializadas, las cuales, dentro del mercado de empresas la competencia se va determinando por sus diferentes capacidades de valor agregado a sus productos finales, prestaciones y certificaciones. Calidad es un término donde cada persona o empresa puede asignar preferencias, estatutos, procedimientos, cualidades, habilidades o cualquier otra característica de un producto o servicio que al final puede significar conformidad con requerimientos. *American Society for Quality [ASQ]*.

Las certificaciones permiten que las empresas aseguren ciertos aspectos en sus operaciones y capacidades dentro del mercado o sociedad. Una de las certificaciones más comunes para las empresas de gran impacto en la sociedad es la certificación de calidad en sus procesos que en aportes como el de Benzaquen de las Casas, Jorge (2018). La ISO 9001 y la administración de la calidad total en las empresas peruanas, resalta en su estudio que las empresas, al contar con un sistema de gestión de calidad, logran mejores resultados en objetivos organizacionales y en satisfacción al cliente. Sin embargo, las certificaciones son procedimientos que se implementan con un gran costo monetario y que para los emprendedores a pequeña escala representa un objetivo distante, pero en el caso de cada producto o servicio que se quiera desarrollar es posible tener gestión de calidad.

### ***¿Cómo lograr un sistema de gestión de calidad en nuestro plan de negocios?***

Conociendo anteriormente la definición de calidad, las personas de Camargo, dependiendo del ramo en que se encuentren sus productos pueden hacer una comparación en el mercado de sus productos y ellos mismos establecer sus propios requerimientos, como en el caso de las especias que hay requerimientos de:

- Color.
- Olor.
- Limpieza.
- Forma de presentación.
- Pureza del producto.

Y en el caso de minerales:

- Composición química asegurada.
- Envase (Donde va encapsulado el mineral).
- Embalaje (Lo que protege el envase y permite su transporte Seguro).
- Permisos obtenidos para operar.
- Estos factores pueden variar dependiendo de sus clientes y requerimientos de los mismos.

**Responsabilidad social.**

Un término que la autora afirma que se compone de Principios como:

**Daños colaterales.** Un principio que manifiesta una ley de la física que a toda acción un efecto, en este caso colateral significa negativo. Aunque las acciones estén encaminadas a un bien a menudo, pueden tener más de un resultado.

**Responsabilidad.** Una virtud moral que denota misericordia y moral que se encamina en realizar acción de prevención o en su caso de corrección.

**Igualdad social.** Justicia y trato digno con distribución equitativa de beneficios en la sociedad.

**Solidaridad.** Un valor que caracteriza a una persona cuando ayuda a otra que se encuentra necesitada, que no debe confundirse con la culpa moral.

El presente trabajo agrega al plan de negocios la responsabilidad social como una característica importante por el lugar donde ha sido el caso de estudio. Debido al estar en una zona protegida ambientalmente por su riqueza de biósfera, convierte nuestras acciones y actividades económicas a precursoras de diferentes situaciones que deben ser cuidadas en este entorno. La presente investigación, señala que al ser parte de estos principios y en conjunto con la calidad, se puede asegurar una sustentabilidad para las actividades económicas del caso de estudio.

**Prueba con caso práctico. Orégano de Camargo.**

A inicios de noviembre se decidió comprobar en un producto de la comunidad su impacto en un mercado sin intermediarios, por lo cual se adquirieron 53 Kg, de orégano a una de las familias líder en la cosecha de esta especia.

Después que nuestro contacto en la comunidad, el ex delegado Máximo Martínez nos mostró el procedimiento de cosecha, limpieza y preparación de la especia. Este fue el resumen (Tabla 6) de los resultados apegándonos a las sesiones y elementos del plan de negocios descrito.

Plan de negocios para aprovechamiento de recursos naturales.		
Sección	Caso práctico.	Elementos
Resumen ejecutivo	Ladislao Trejo Martínez.	Participantes
	Venta de Orégano y Menta	Nombre del proyecto
	Orégano, Menta Poléo.	Productos
	Sector gastronómico mexicano y herbolaria medicinal.	Clientes
	75% sobre inversión	Ganancias esperadas
La descripción del negocio	Destacar los productos de Camargo Peñamiller	Misión
	Incursionar en el mercado como proveedores líder	Visión
Descripción del producto	Alimenticia y herbolaria medicinal	Necesidades cubiertas
	Cosechado de manera temporal	Ventajas del producto
Sistema de negocio y organización	Al ser cosechado un producto silvestre asegura ventajas aromáticas superiores al cultivado.	Calidad
	Máximo Martínez	Proveedores
	Costales	Herramental
	Automóvil y casa propia	Mobiliario e inmobiliario
Perfil del cliente y mercado potencial	Silvestre de temporal	Producción
	Color intenso y durable (Verde), oja en buen estado	Comprobación de calidad
	Molinos el Güero SJR, Fondas del mercado reforma (SJR), Jesús Alcántara Mercado Juarez (SJR), "Para Panza la de don José" Tianguis las Garzas (SJR).	Nombre / Razón social
	Mpo.San Juan del Río,Edo. Querétaro; México.	Ubicación
Mercado Internacional	Ninguno	Mercados potenciales
	Ninguno	Regulaciones
	Ninguno	Documentos de exportación
	Ninguno	Cadena de suministros
Plan de mercadotecnia y ventas	MXP--- \$ 65/Kg,	Precio
	Envase transparente.	Publicidad y promoción
	Proveedor a único vendedor.	Canal de distribución
	50Kg Bimestrales	Proyección de ventas
Programa de implementación	Transporte terrestre	Distribución
	Ninguno	Financiamiento
	Mesa de trabajo	Infraestructura
Recursos humanos	Ninguna	Adquisiciones
	NA	Reclutamiento de personal
El plan financiero	NA	Remuneración del personal
	Hacer corte de las plantas de manera que al llegar la temporada puedan retoñar de manera igual o más productiva que el año actual. Limpiar el área agreste y dejar libre de otras que obstruyan el paso de las personas o que limite el crecimiento de las plantas.	Responsabilidad social
	50 kg Bimestrales	Ventas pronosticadas
Aspectos legales	\$ 500/MXP	Gastos de producción
	Ninguno	Plan de financiamiento
	Utilidad Neta: \$ 1250 / MXP	Estados financieros
	Persona física. RIF	Personalidad jurídica
	Autorización al ejido para cosecha de las plantas.	Permisos de operación
	Ninguna.	Alianzas

Tabla 8. Resultados del desarrollo de plan de negocios con orégano. Elaboración propia.

## DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS (TABLA8).

A continuación, se redactan los resultados del caso práctico mostrado por el autor de la investigación.

### ***Resumen ejecutivo.***

El autor de la investigación y único participante del plan, decide que los productos a incursionar son el orégano, damiana y menta poléo. Prospectando un 50% de ganancia sobre el costo de inversión. que de acorde a los precios promedio en los mercados de clientes que consumen herbolaria medicinal y gastronomía mexicana.

### ***Descripción del negocio.***

Como misión, destacar los productos procedentes de la Sierra Gorda de Querétaro, para cumplir nuestra visión de posicionar los mismos productos y ser proveedor líder.

### ***Descripción del producto.***

Para el orégano, damiana y menta poléo, se consideró adoptar el giro alimenticio, destacando las ventajas del producto al ser cultivado temporalmente, que son las ventajas aromáticas, nutricionales y libre de aguas residuales. La calidad del producto se puso en prueba al comparar su tamaño de hojas, color vivo y sabor del agua al hacer una infusión.

### ***Perfil del cliente.***

Nuestros clientes, quienes se dedican a vender comida preparada de la gastronomía mexicana típica, muestran un comportamiento de compra que para ellos puede ir desde los 5 kg hasta 30 kg de orégano mensuales debido a sus ventas y consumo con clientes.

Entre ellos:

- “Para panza la de don José” frente al tianguis de las Garzas en San Juan del Río, Qro.
- Fondas del mercado Reforma en San Juan del Río, Qro.
- “Pozolería la Fuente” en Av. Los Patos, San Juan del Río, Qro.

Otro cliente que accedió a probar el producto y manifestó consumos de 25 kg bimestrales fue:

- “Molinos el güero” Av. Juárez, San Juan del Río, Qro.

Para el plan de negocios de las especias, encontramos como opción más rentable buscar clientes del sector gastronómico. Para damiana y menta poléo el sector de herbolaria medicinal nos llevó al contemplar como posibles clientes el Mercado de Sonora, en Merced Balbuena, Venustiano Carranza, Ciudad de México, CDMX.

Al igual que ver la posibilidad de contactar a empresas que tengan un alto consumo de este producto con fines del sector alimenticio. De ahí el contacto con la empresa MARS. (Imagen 5).

### ***Mercado Internacional.***

Al menos para este caso, el plan de negocios no contempló una oportunidad de mercado internacional.

### ***Plan de mercadotecnia y ventas.***

Considerando el precio de materia prima, los gastos, la competencia y la utilidad deseada, el precio de venta para el orégano se ofertó en \$ 65.00/MXP. Tal como se mostró en la imagen 4, fue llevado hacia los clientes potenciales, dando a conocer las capacidades del producto y del ofertante que pudieron llegar a ser 50 Kg de orégano mensuales.

Para grupo MARS, se manifestó una capacidad de media tonelada anual.

### ***Programa de implementación.***

El programa de implementación, consistió en reunir los activos necesarios, para hacer la limpieza del producto se contaba ya con una mesa de trabajo, se obtuvo una malla filtradora para la rama en breña y no hubo necesidad de inversión externa para conseguirlos. La mano de obra fue propia, ya que la demanda y el producto podían ser acaparados por el autor de la obra.

### ***Recursos humanos.***

Ya que el autor de la obra fue el único participante del proyecto de venta, no se contempló presupuesto para más personas. Sin embargo, el apartado de responsabilidad social si fue contemplado, haciendo uso de las recomendaciones de nuestro contacto en el ejido, el Sr. Máximo (Ver Anexo V) quien nos instruyó de cómo hacer el corte de las especias cuidando el medio ambiente y propiciando a un desarrollo autosustentable en los terrenos donde crecen las plantas.

### ***El plan financiero.***

- Compra de materia prima: 73 Kg de orégano a \$ 35.00/ MXP.
- Gastos de producción: Gasolina. \$ 875.00/ MXP.
- Plan de financiamiento: Ninguno.
- Estado financiero: Estado de resultados:

A continuación, se muestra un estado de resultados y un presupuesto por bimestre que se hizo el estudio. Usando el principio básico del estado de resultados contable:

Ingresos – Gastos = Beneficio Neto.

Se llegó a lo siguiente:

**Cuentas de resultados bimestrales.**

**Septiembre - Octubre**

<b>Compras</b>		<b>Ingresos</b>	
Malla	\$ 110.00	Ventas totales	\$4,745.00
Gasolina	\$ 682.00	IVA	NA
Orégano 73 Kg	\$1,890.00	ISR	NA
Bolsas.	\$ 32.00		
<b>Total</b>	<b>\$2,714.00</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$2,031.00</b>
		<b>Porcentaje</b>	<b>43%</b>

**Presupuesto Siguiete bimestre.**

**Noviembre - Diciembre**

Gasolina	\$ 682.00	Ventas totales	\$4,745.00
Materia prima	\$1,890.00	IVA	NA
<b>Total</b>	<b>\$2,572.00</b>	ISR	NA
		<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$2,173.00</b>
		<b>Porcentaje</b>	<b>54%</b>

**Cierre.**

En el desarrollo del caso práctico, se tomó un volumen de ventas muy bajo. Haciendo que la utilidad del mes no fuese la esperada, pero con la cual se consiguió información y nuevos conocimientos para elevarla en un siguiente bimestre hasta un 11%.

Sin embargo, en los resultados generales de la investigación se consiguió el interés de los habitantes de Camargo en saber lo que implica un plan de negocios pues consideran un buen desempeño al ver el contacto que se hizo con nuevos clientes potenciales (sector gastronómico, empresa MARS) en dos meses. Se les invitó a consultar los resultados de la investigación una vez publicada en las instalaciones de la UAQ. En el caso del ejido de Camargo, la copia quedará a su disposición de los habitantes en el campus Camargo.

Actualmente, la migración para las familias que subsisten de los recursos naturales del ejido, es poco marcada. Encontramos que algunas personas que emigran lo hacen de manera definitiva junto con su familia y otras por temporadas dependiendo del trabajo existente. En la encuesta realizada obtenemos que sólo en 3 de 16 familias existen casos de migración, en su mayoría temporal. En la investigación consideramos que es un resultado positivo, pues nos indica que está a tiempo el gobierno municipal, para encaminar acciones al aprovechamiento de los recursos. De lo contrario, se estima que al empezar a endurecer las restricciones del Convenio de Minamata para la extracción de mercurio (producto pilar del ejido), al menos 7 familias de las entrevistadas (16), considerarán migrar en busca de otras oportunidades; lo cual representa el 43% de las familias.

Este plan de negocios será ejemplo para las demás familias en los ejidos cercanos, que posteriormente a través del gobierno, se podrá implementar en los demás municipios del estado, que también cuentan con productos derivados de la biósfera capaces de generar un valor agregado, calidad, sin dejar atrás la responsabilidad social, que en la presente investigación justificamos como puntos clave del plan de negocios.

El plan de negocios, no se debe considerar como un modelo limitante, en la actual propuesta se consideran premisas para rebasar territorios, estatales y nacionales. Ya que si los habitantes ponen en práctica los principios de gestión de calidad y responsabilidad social, que son elementos necesarios para incursionar en mercados más demandantes y con divisas preponderantes a la nacional que harán un negocio exitoso.

Dirección General de Bibliotecas UNQ

## BIBLIOGRAFÍA.

Álvarez-Risco, A. (2020). Hipótesis de Investigación. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.

Argibay, J. C. (2009). Muestra en investigación cuantitativa.

Arnoletto, E. J. (2012). Administración de la producción como ventaja competitiva. B - EUMED. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/51601?page=26>.

Ávalos Monge, Ana Lorena, & Murillo Méndez, Vivian Mariela (2013). La necesidad de capacitación en planes de negocio en las microempresas de la zona de occidente de Costa Rica. InterSedes: Revista de las Sedes Regionales, XIV (29),56-80. [fecha de Consulta 12 de Enero de2021].ISSN:2215-2458.

Disponible: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=666/66629448004>.

Barrow P. (2002). Cómo preparar y poner en marcha planes de negocio. Ediciones Gestión.

Cruz Pigeon M. (2017). Productos naturistas en Amealco de Bonfil, Querétaro y el Plan de Negocios Estratégico. Tesis de Licenciatura en Administración Empresarial. Universidad Autónoma de Querétaro. México, Querétaro. P. 7.

Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación. Bogotá: biblioteca electrónica de la universidad Nacional de Colombia, 2, 1-11.

Del Castillo, C. C. y Olivares Orozco, S. (2014). Metodología de la investigación. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/39410?page=199>.

Dirección del Centro de Inversiones Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. Ruralinvest, Módulo 3. Formulación Y Análisis Detallado de Proyectos. Roma Italia 2007. Pag. 2.

Fernández Sánchez, E. (2013). Iniciación a los recursos humanos. Septem Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/42048?page=93>.

Gómez Zaldívar, F., & Molina, E. (2018). Zonas Económicas Especiales y su impacto sobre el desarrollo económico regional. Problemas del desarrollo, 49(193), 11-32.

Gaytán Cortés, Juan (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. Mercados y Negocios, (42),131-140.[fecha de Consulta 11 de Abril de 2021]. ISSN: 1665-7039. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571864273008>.

Hernández León, R. A. (2011). El proceso de investigación científica. Editorial Universitaria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/71435?page=103>.

Hernández León, R. A. (2011). El proceso de investigación científica. Editorial Universitaria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/71435?page=106>.

Hernández León, R. A. (2011). El proceso de investigación científica. Editorial Universitaria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/71435?page=91>.

Hernández-Sampieri, R., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4). México^ eD. F DF: McGraw-Hill Interamericana.Pg.19.

Herrera López C. (2009) “Importancia del Plan de Negocios para Rentabilidad de Mypymes, Caso: Sector Comercio del Municipio de Querétaro”. Tesis de Maestría en Administración, Universidad Autónoma de Querétaro. México, Querétaro. P. 4.

<http://www.fondosfica.com.mx/>.

<https://dle.rae.es/proyecto>.

<https://economipedia.com/definiciones/escuelas-de-pensamiento-economico.html>

<https://projects.bancomundial.org/es/projects-operations/project-detail/P106261>.

[https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=380&Itemid=83](https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=380&Itemid=83).

<https://www.bancomundial.org/es/about/history/the-world-bank-group-and-the-imf#:~:text=El%20FMI%20se%20ocupa%20de,pobreza%20en%20el%20mundo%20entero>.

<https://www.cepal.org/es/cooperacion/programa-ordinario-cooperacion-tecnica>.

<https://www.gob.mx/focir>.

<https://www.inegi.org.mx/temas/migracion/>.

Isern, M. T. I., Segura, A. M. P., Aguilar, E. M. G., & Hito, P. D. (2012). Cómo elaborar y presentar un proyecto de investigación, una tesina y una tesis (Vol. 19). Edicions Universitat Barcelona.

Morales Castro, J. A. y Castro. Arturo, M. (2015). Planeación financiera. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/39383?page=18>.

Paredes Sánchez, L. E. (2015). Derecho mercantil: parte general y sociedades. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/39392?page=105>.

Plaza, B. T. (1994). Manual de investigación experimental: elaboración de tesis. Universidad Iberoamericana. P.40.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=259>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=270>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=271>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=278>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=281>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=281>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=283>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=285>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=286>.

Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento: conceptos y plan de negocios* (2a. ed.). Pearson Educación. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/38084?page=286>.

Sanz, N., Arce, V., Manuel, J., & de la Frontera Norte, C. (2016). *Migración y cultura*. UNESCO Publishing. P. 56.

Stanek, W. (Ed.). (2017). *Thermodynamics for sustainable management of natural resources*. Springer. P. 4 y 7.

Susino, J. (2016). *Introducción a la práctica del análisis demográfico*. Dextra Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/130812?page=189>.

Thompson, I. (2006). *El plan de mercadotecnia*. México: Promonegocios.

Torres Morales, V. (2015). *Administración en ventas*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/39394?page=38>.

Velasco Ortiz, L. (2008). *Migración, fronteras e identidades étnicas transnacionales*. Editorial Miguel Ángel Porrúa. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouaq/76105?page=57>.

Villarán, K. W. (2009). Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. Perú: Programa Jóvenes Empresarios/Universidad Señor de Sipán.

## ANEXOS.

### Anexo I. Guía para hacer entrevistas.

- ¿Qué productos son los más abundantes en la región?
- ¿Elabora productos secundarios a base de los que hay?
- ¿Obtiene algún aprovechamiento de ellos?
- ¿Desde hace cuánto tiempo lleva dedicándose a ello?
- ¿Quiénes son sus clientes?
- ¿Cómo se ha comportado sus ventas en los últimos años?
- ¿Cuándo han sido los años más abundantes?
- ¿Hay temporada del año donde sea más factible vender?
- ¿Cuál considera que es el problema principal para el aprovechamiento de los recursos?
- ¿Hay alguna acción para contrarrestar esta situación?

Dirección General de Bibliotecas UAQ

## Anexo II Encuesta a los pobladores sobre productos de la región.

Contexto general.						
Familia.	No. De Integrantes.	¿Los recursos naturales forman parte de su ingreso económico?	¿Cuánto tiempo llevan siendo parte del ingreso en su familia? (Años)	¿Sobre que productos? Importancia #1	¿Sobre que productos? Importancia #2	¿Sobre que productos? Importancia #3
Martínez Flores	10	Toralmente de Acuerdo	10	Mercurio	Orégano	Damiana
Cruz Martínez	5	Toralmente de Acuerdo	8	Mercurio	Orégano	Damiana
Domingo Flores	6	De Acuerdo	40	Orégano	Damiana	
Herrera García	3	De Acuerdo	8	Carne		
Reséndiz Leon	5	Toralmente de Acuerdo	30	Mercurio	Damiana	Orégano
Cristina León	4	Neutro	35	Jitomate	Piñón	Mercurio
Leon Ibarra	2	Toralmente de Acuerdo	30	Piñón	Orégano	Damiana
Jiménez Hernández	4	Neutro	32	Ganaderia	Piñón	
Serrano Flores	2	De Acuerdo	35	Mercurio		
Esteban Martínez	7	Neutro	15	Orégano	Damiana	Mercurio
Flores Martínez	5	Neutro	50	Orégano	Leña	Piñón
González Hernández	5	Neutro	50	Orégano	Damiana	Poléo
León Inares	5	Neutro	5	Orégano	Damiana	Piñón
Alberto González	2	Toralmente de Acuerdo	0			
Ruiz Nieto	6	Neutro	20	Leña	Orégano	Damiana
León Jiménez	12	Toralmente de Acuerdo	20	Piñón		

Contexto comercial.					Plan de negocios
Principales limitantes al comercializar su producto. Importancia #1	Principales limitantes al comercializar su producto. Importancia #2	Principales limitantes al comercializar su producto. Importancia #3	¿Tienen contacto con el consumidor final?	¿El precio de venta es constante?	¿Estarían interesados en conocer la utilidad de un PN?
Permisos	Precio bajo		Nada frecuente.	No muy frecuente.	Toralmente de Acue
Permisos	Precio bajo		Nada frecuente.	Neutro	Toralmente de Acue
Permisos	Precio bajo		No muy frecuente.	No muy frecuente.	De Acuerdo
Ninguno			Muy frecuente	No muy frecuente.	Toralmente de Acue
Permisos	Temporada de corte		Nada frecuente.	Frecuente	Neutro
Permisos	Temporada de corte		Nada frecuente.	Neutro	De Acuerdo
Permisos			Nada frecuente.	Frecuente	De Acuerdo
Ninguno			Muy frecuente	Neutro	De Acuerdo
Permisos	Clima		Nada frecuente.	Frecuente	Neutro
Permisos	Clima		Nada frecuente.	Neutro	De Acuerdo
Permisos	Clima		Nada frecuente.	No muy frecuente.	Toralmente de Acue
Permisos	Clima		Nada frecuente.	No muy frecuente.	De Acuerdo
Permisos	Clima		Nada frecuente.	Frecuente	De Acuerdo
Permisos	Clima		Nada frecuente.	Neutro	De Acuerdo
Permisos	Clima		Nada frecuente.	No muy frecuente.	De Acuerdo
Permisos			Nada frecuente.	No muy frecuente.	De Acuerdo

Migración		
¿Actualmente cuantos miembros de la familia migran?	Motivo	Tiempo de migración
1	Vivienda	Total
0		
0		
0		
1	Trabajo	8 meses
3	Trabajo	9 meses
0		
0		
0		
0		
0		
0		
0		
0		
0		
0		
0		

Dirección General de Bibliotecas UAQ

**Anexo III. Autorización para realizar el trabajo de investigación en el ejido.**



Delegación Municipal Camargo,  
Peñamiller, Qro.

DEPENDENCIA: Delegación Municipal  
SECCION: Secretaria General

RAMO: Administrativo

OFICIO NUM: 197/2020

ASUNTO: **El que se Indica**

**A QUIEN CORRESPONDA:**

**PRESENTE:**

El que suscribe **C. MARCO ANTONIO RESENDIZ AGUAS**: Delegado Municipal de Camargo, Peñamiller, Estado de Querétaro; en uso de las facultades que le confiere el artículo 57 de la Ley Orgánica Municipal, hago constar y -----

**CERTIFICO**

Que el **C. LADISLAO TREJO MARTINEZ**, originario de San Juan del Rio, Querétaro realizo bajo la supervisión del ejido labores de investigación para el trabajo de Tesis: "Plan de negocios sobre recursos naturales para reducir la migración, casa de estudio en la comunidad de Camargo, municipio de peñamiller, en el estado de Querétaro".

Se extiende la presente constancia a solicitud de la parte interesada, para los efectos legales que así convengan en su favor, en Camargo, Peñamiller, Qro; a los Diez días de Septiembre del año dos mil veinte.

**ATENTAMENTE  
DOY FE  
EL DELEGADO MUNICIPAL**

**C. MARCO ANTONIO RESENDIZ AGUAS**



c.c.p. Archivo

**Anexo IV. Primer acercamiento a la comunidad en 2018.**

**Anexo V. Directorio de Contactos.**

<b>Cargo.</b>	<b>Nombre.</b>	<b>Contacto.</b>
Coord. UAQ Campus Pinal de Amoles	Ricardo León Herrera.	Cel. 442 152 5923
Habitante Ex Delegado.	Máximo Martínez.	Cel. 441 138 7622
Integrante del Comité de mineros en Camargo.	José Ramón N.	Cel. 441 212 9568
MARS México.	Centro de atención a consumidor.	Correo electrónico: contact@mx.mars.com
Comisario del ejido de Camargo, Peñamiller.	Santos N.	Cel. 441 154 6871

Dirección General de Bibliotecas UAQ