



UNIVERSIDAD

"DON VASCO, A. C."

UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.
INCORPORACIÓN No. 8727-29 A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL

LOS SERVICIOS Y BENEFICIOS QUE

CANACO SERVYTUR URUAPAN OFRECE A SUS AFILIADOS

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN TRABAJO SOCIAL

P R E S E N T A:

MIRIAM EPIGMENIA BAILÓN VELÁZQUEZ

ASESOR: LIC. ADRIANA SANTOYO MARTÍNEZ



URUAPAN MICHOACÁN, 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por manifestarme su infinito amor y misericordia, al enfrentar una de las metas más importantes en mi vida y poner a personas en mi camino que con su apoyo, dedicación, bondad, conocimientos y regaños, me transmitían su fuerza para que hoy por hoy esto fuera una meta alcanzada.

A MIS PADRES

Primeramente a mi Madre quien fue la primera persona en creer que esto lo podía lograr, y de quien siempre recibí su apoyo incondicional sin importar que tan difícil pudiera parecer.

A mi Padre porque en el transcurso de mi carrera se manifestó en mi vida haciéndome sentir que desde donde quiera se encuentre está conmigo.

A MI FAMILIA

Que con su ejemplo de superación profesional, me enseñaron que es cuestión de decisión para alcanzar las metas que uno se proponen en la vida.

A quienes sumaron esfuerzos mostrándome su solidaridad de una u otra forma, para poder culminar este proyecto.

A MIS MAESTROS

Que con sus clases impartidas fueron sanando mi vida, para impulsarme siempre a la superación personal, profesional y laboral.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS

Por su amistad y comprensión durante este proceso, por darme la oportunidad de aprender de ellos y por los momentos de alegría, tristeza y fortaleza que pasamos juntos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

1.1 EMPRESA

Definición de Empresa.....	7
Elementos que conforman la empresa	8
Clasificación de las Empresas	11
Actividad o Giro	12
Origen del Capital	13
Magnitud	14
Entorno Jurídico de la Empresa.....	16
Características de la Empresa	17
Objetivos de la empresa	18

1.2 CALIDAD

Evolución Histórica	20
Definición de Calidad	21
Calidad y Atención al Cliente	22
Cualidades de directivos y mandos, para lograr la Calidad y Atención al Cliente	23
Importancia de los servicios que ofrece una empresa	26

CAPÍTULO II

TRABAJO SOCIAL EN EL ÁREA EMPRESARIAL

Perfil del Trabajador Social en el Área Empresarial.....	28
Antecedentes	29
Definición de Trabajo Social Empresarial	30
Funciones y Actividades	30
Conocimientos, Capacidades y Habilidades, y Aptitudes	38

CAPÍTULO III

CANACO SERVYTUR URUAPAN

Antecedentes de la Institución	43
Características Generales de la Institución.....	44
Objetivo, Misión, Visión, Valores y Servicios de CANACO SERVYTUR Uruapan.	45
Estructura Organizativa	51
Organigrama.....	51
Puestos, Funciones y Actividades	52
Marco Legal.....	57
Empresas Registradas a la CANACO SERVYTUR Uruapan 2011.....	58

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Definición del Universo	60
Elaboración del Instrumento	61
Recopilación de Datos.....	61
Presentación de Resultados.....	63
Análisis de los Resultados de la Investigación	108

CONCLUSIONES

PROPUESTA

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

El sector empresarial en materia económica es de gran importancia, debido a que en un futuro puede fortalecerse más y contribuir al desarrollo económico de México. De acuerdo a los resultados del Censo Económico del 2009, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 95,2% (4,8 millones) de las compañías son microempresas, el 4,3% (221.194) pequeñas empresas, el 0,3% (15.432) medianas y el 0,2% (10.288) grandes; La competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa son generadoras de empleo directo según INEGI, la micro empresa ha contribuido más a generar empleos con el 42.0%, incluso más que la grande empresa con el 28.0% de los empleos en México. La pequeña empresa ha colaborado con el 13.0% y la mediana con el 17.0% aproximadamente.

En las principales ciudades del Estado de Michoacán también predominan las microempresas, tal es el caso de la Ciudad de Uruapan que más del 60% de afiliados a CANACO SERVYTUR pertenecen a este tamaño de empresa, que junto con las pequeñas, medianas o grandes buscan ser competitivas y posicionarse en el mercado.

Para que las empresas puedan llegar a ser competitivas en el mercado, es necesario que sus empresarios cuenten con el apoyo y respaldo de un organismo que les asesore en cuanto a lo fiscal, jurídico, contable y administrativo, les ofrezca capacitaciones en diferentes áreas que les pueda servir para hacer que sus empresas logren un desarrollo empresarial exitoso; buscando también una gestión o financiamiento que los pueda respaldar en caso de ser necesario o bien que los pueda defender de cualquier arbitrariedad.

Es por ello que la presente investigación busca conocer los servicios y beneficios que CANACO SEVYTUR URUAPAN, le ofrece a sus afiliados para comprobar la Hipótesis planteada en esta investigación, la cual consiste en que “Los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR URUAPAN, le ofrece a sus afiliados no están siendo aprovechados en su totalidad”. A pesar de ser una institución que tiene

mucho que ofrecerle a los empresarios de esta ciudad. Y para comprobar este supuesto es necesario abordar diferentes temas que están divididos en cuatro capítulos.

En el primer capítulo, se aborda aspectos generales de la empresa como: definiciones, elementos que la conforman, clasificación, actividad o giro, origen del capital, magnitud, entorno jurídico, características y objetivos de las empresas. Con la finalidad de entender como pudieran estar conformadas las empresas a CANACO SERVYTUR Uruapan.

El segundo capítulo está dedicado a tratar el perfil del Trabajador Social en el área Empresarial, comenzando por sus antecedentes para saber de dónde viene su intervención en este, así como la definición, las funciones y actividades, conocimientos, habilidades, capacidades y actitudes, justificando así su intervención en esta investigación.

El tercer capítulo contiene datos generales de la institución objeto de esta investigación, en este se dan a conocer los antecedentes de su conformación como Cámara de Comercio, así como las características generales, sus objetivos de los cuales se derivan los servicios y beneficios que ofrece a sus afiliados, misión, visión y valores de los que parte para atender a sus agremiados, además de identificar su estructura organizativa, los puestos, funciones y actividades que realizan sus colaboradores, el marco legal que le permite tener facultades para poder cumplir con los objetivos planteados, y finalmente muestra características generales de las empresas afiliadas.

El capítulo cuarto da a conocer cuál ha sido el proceso de la investigación de campo, partiendo de la definición del universo de la población con la que se trabajaría, además de los elementos que se retomaron para la elaboración del instrumento utilizado para la investigación, así como la recopilación de datos que permitieron tener resultados y aprobar o desaprobar la Hipótesis planteada en la investigación.

CAPÍTULO I

1.1 EMPRESA

El desarrollo de un país se sustenta en las empresas ya que estas cumplen con una función social, creando fuentes de empleo y produciendo bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades de la sociedad; por ello es importante conocer su definición, clasificación y el entorno en el que estas interaccionan; además de conocer los elementos que las conforman y la ley que las sustentan de acuerdo a la Sociedad Mercantil. Una vez conociendo estos datos podemos hablar acerca de la calidad en los servicios y beneficios.

Definición de Empresa

Para poder hablar de empresa es importante conocer cómo se define, por lo que continuación se presentan algunas definiciones:

“Grupo social, unidad productiva, en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad”.¹

“Las empresas son una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos, representan un medio para la realización o satisfacción personal, y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y la formación de capital”.²

De acuerdo a la definición del Diccionario de la Lengua Española empresa se define como: “Entidad integrada por el capital y el trabajo, que cuenta con factores de

¹Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración”, Trillas, México, 1994

²Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración Casos y Práctica”, Trillas, 2da. Ed. México, 1997

producción y se dedica a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”.

Retomando las anteriores definiciones podemos decir que la empresa es: una unidad productiva que a través de la administración del capital y el trabajo, promueve el desarrollo económico de la sociedad contribuyendo así al sostenimiento de servicios públicos, que representan un medio para la realización o satisfacción personal fomentando la capacitación, habilidades e inversión.

Elementos que conforman la empresa

Considerando que la empresa se define como una unidad productiva con el objetivo de brindar servicios o productos, es importante conocer cuáles son aquellos elementos que la conforman y que ayudan a cumplir con los objetivos planteados, esos elementos son:

A. “Bienes Materiales:

- a) Ante todo integran la empresa sus *edificios*, las instalaciones que en éstos se realizan para adaptarlas a la labor productiva, la maquinaria que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva del trabajo humano, y los equipos, o sea todos aquellos instrumentos o herramientas que completan y aplican más al detalle la acción de la maquinaria.

- b) Las *materias primas*, ósea, aquellas que han de salir transformadas en los productos como madera, hierro; las materias auxiliares, es decir aquellas que, aun no forman parte del producto, son necesarias para la producción; combustibles, lubricantes, abrasivos, etc. Los productos terminados: aunque normalmente se trata de venderlos cuanto antes, es indiscutible que casi siempre hay imposibilidad, y aun conveniencia, de no hacerlo desde luego, para tener un stock a fin de satisfacer pedidos, o para

mantenerse siempre en el mercado. Puesto que forman parte del capital, deben considerarse parte de la empresa.

- c) *Dinero*: toda empresa necesita cierto efectivo: lo que tiene como disponible para pagos diarios, urgentes, etc. Pero además, la empresa posee, como representación del valor de todos los bienes que antes hemos mencionado, un capital, constituido por valores, acciones, obligaciones, etc.

B. *Hombres*:

- a) Existen ante todo *obreros*, aquellos cuyo trabajo es predominante manual: suelen clasificarse en calificados y no calificados, según que requieran tener conocimientos de pericias especiales antes de ingresar a su puesto. Los empleados, ósea, aquellos cuyo trabajo es de categoría más intelectual y de servicio, conocido más bien con el nombre de oficinesco. Pueden ser también calificados o no calificados.
- b) Existen además los *supervisores*, cuya misión fundamental es vigilar el cumplimiento exacto de los planes y órdenes señalados: su característica es quizá el predominio o igualdad de las funciones técnicas sobre las administrativas.
- c) Los *técnicos* son, las personas que, con base en un conjunto de reglas o principios, buscan crear nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, metódicos, controles etc.
- d) *Altos ejecutivos*, son aquellos en quienes predomina la función administrativa sobre la técnica.

- e) *Directores*, cuya función básica es la de fijar los grandes objetivos y políticas, aprobar los planes más generales y revisar los resultados finales.

C. *Sistemas*:

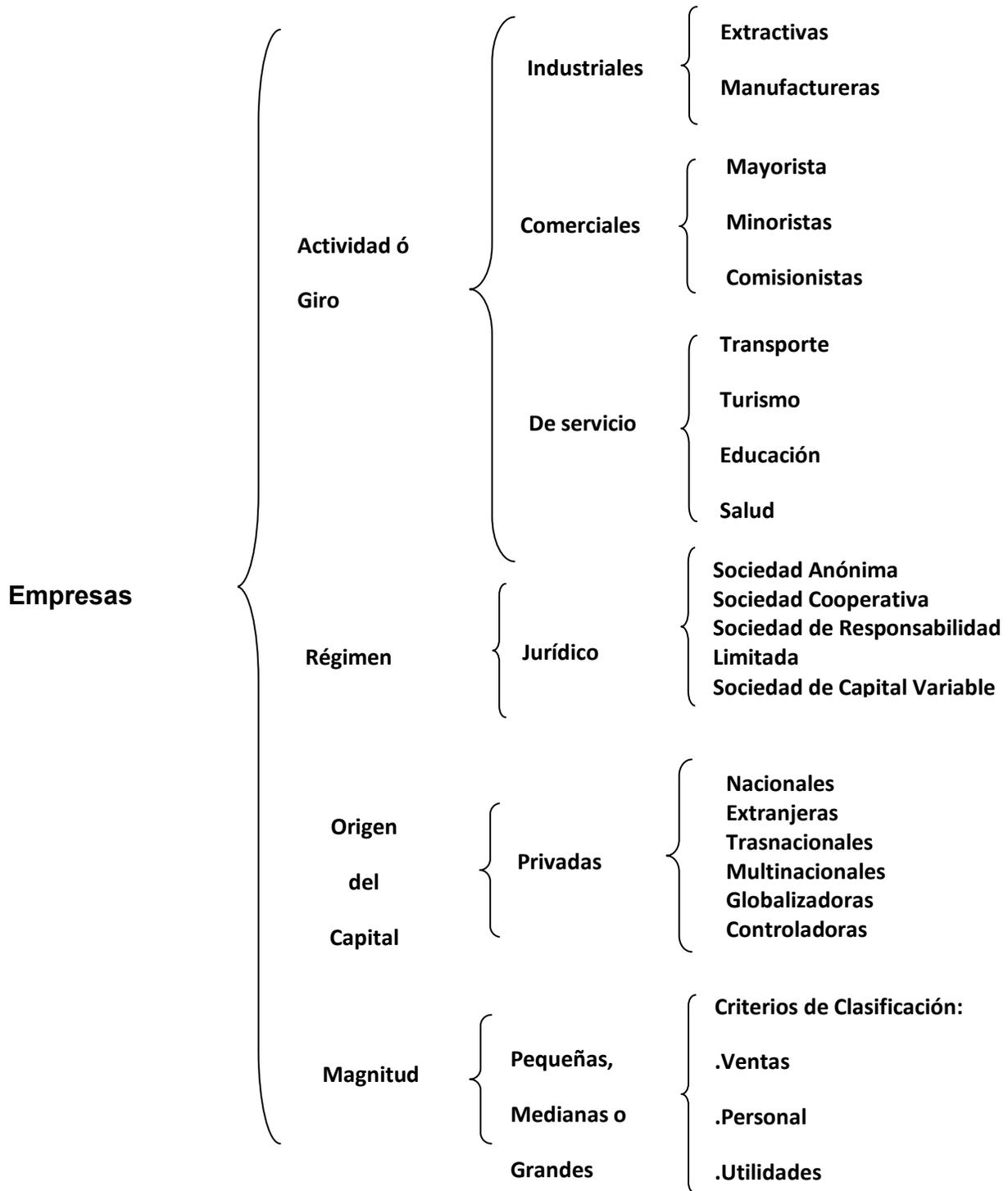
Son las relaciones estables en que deben coordinarse las diversas cosas, las diversas personas, o estas con aquellas. Puede decirse que son los bienes inmateriales de una empresa:

- a) Existen *sistemas de producción*, tales como fórmulas, patentes, métodos etc., sistemas de ventas, como el autoservicio, la venta a domicilio, o a crédito, etc., sistemas de finanzas, como por ejemplo, las distintas combinaciones de capital propio y prestado, etc.
- b) Existen además sistemas de organización y administración, consistentes en la forma como deben estar estructurada la empresa: es decir, su separación de funciones, su número de niveles jerárquicos, el grado de centralización o descentralización, etc.”.³

Una vez conociendo los elementos que conforman las empresas, es necesario identificar como se clasifican, por lo que en el siguiente subtema se presenta un esquema de dicha clasificación.

³ Reyes Ponce Agustín, “Administración de empresas teoría y práctica”, Limusa, México, 1978

Clasificación de las Empresas



Fuente: Münch Lourdes, "Fundamentos de Administración Casos y Práctica", 1997

Actividad o Giro

“Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollen:

1.- Industriales

La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industrias a su vez, son susceptibles de clasificarse en:

- A. Extractivas.** Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sean renovables o no renovables entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre. Por ejemplo las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

- B. Manufactureras.** Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados, y pueden ser de dos tipos: *empresas que producen bienes de producto final*, que satisfacen directamente la necesidad del consumidor, estos pueden ser: duraderos o no duraderos, suntuarios o de primera necesidad. Verbigracia: productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etcétera. También se encuentran las *empresas que producen bienes de producción*. Estas empresas satisfacen preferentemente la demanda de las industrias de bienes de consumo final. Algunos ejemplos de estas industrias son las productoras de: papel, materiales de construcción, maquinaria pesada, maquinaria ligera, productos químicos, etc.”⁴

2.- Comerciales

“Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:

⁴Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración”, Trillas, México, 1994

A. Mayoristas. Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.

B. Minoristas. Las que venden productos al “menudeo”, o en pequeñas cantidades, al consumidor.

C. Comisionistas. Se dedican a vender mercancía que los productos les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3. Servicios

Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

Las empresas de servicio pueden clasificarse en: Transporte, Turismo, Instituciones Financieras, Servicios Públicos (comunicaciones, energía y agua), Servicios Privados varios (asesoría, diversos servicios contables, jurídicos y administrativos, promoción y ventas y agencias de publicidad), Educación, Salubridad (hospitales), Finanzas y Seguros”.

Origen del Capital

“Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, las empresas pueden clasificarse en:

1. Públicas. En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.

2. Privadas. Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

A su vez, pueden ser nacionales cuando los inversionistas son nacionales y transnacionales, cuando el capital es preponderante de origen extranjero y las utilidades se reinvierten en los países de origen”.

Magnitud

“Uno de los criterios más utilizados para la clasificación de la empresa es este, en el que de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que puede ser pequeña, mediana o grande; sin embargo, al aplicar este enfoque encontramos dificultad para determinar límites. Existen múltiples criterios para hacerlo, pero solo se analizarán los más usuales:

Criterios de clasificación:

1. **Financiero.** El tamaño de la empresa se determina con base en el monto de su capital; en este texto no se mencionan cantidades porque estas cambian continuamente de acuerdo con la situación económica del país.
2. **Personal Ocupado.** Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en la que laboran menos de 250 empleados, una mediana, aquella que tiene entre 250 y 1 000 trabajadores; y una empresa grande es aquella que se compone de más de 1 000 empleados.
3. **Producción.** Este criterio clasifica a la empresa de acuerdo con el grado de maquinización que existe en el proceso de producción; así, una empresa pequeña es aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo, ósea que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada. Una empresa mediana puede estar mecanizada como en el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y menos mano de obra. Por último, la gran empresa es aquella que está altamente mecanizada y/o sistematizada.
4. **Ventas.** Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio, una empresa es pequeña cuando sus ventas son locales, mediana cuando sus ventas son nacionales, y grande cuando cubre los mercados internacionales.
5. **Criterio de Nacional Financiera.** Nacional Financiera posee uno de los criterios más razonables para determinar el tamaño de la empresa. Para esta institución, una empresa grande es la más importante dentro del grupo

correspondiente a su mismo giro. La empresa chica es la de menor importancia dentro de su ramo, y la mediana es aquella en la que existe una interpolación entre la grande y la pequeña”.⁵

Estos criterios son para auxiliarse a determinar la magnitud de la empresa, ninguno es totalmente correcto, pues no son aplicables a cada situación específica, ya que las condiciones de la empresa son muy cambiantes.

Por otro lado de acuerdo a esta última clasificación por su magnitud o su tamaño, las empresas se pueden clasificar por el número de empleados que esta tenga según el criterio de personal ocupado dentro de la empresa, en las Reglas de Operación 2012 estipuladas por Secretaria de Economía de la Federación Mexicana, maneja la siguiente clasificación.

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$ 4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$ 4.01 hasta \$ 100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$ 100.01 hasta \$ 250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$ 100.01 hasta \$ 250	250

Fuente: <http://www.sistemaemprendedor.gob.mx>

Como podemos observar en este capítulo la creación y operación de una empresa depende de varios factores que la va haciendo más compleja pero que es necesario para su buen funcionamiento y sobre todo para lograr los objetivos y metas

⁵Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración”, Trillas, México, 1994

plateadas, desde el personal que la conforma, la producción y los directivos de cada una de las empresas.

Entorno Jurídico de la Empresa

Toda empresa debe regularse ante un Marco Legal para su formación y operación, en México existe la Ley de Sociedades Mercantiles que regula la conformación de las empresas y bajo que denominación podrán reconocerse como una sociedad mercantil. A continuación se presentarán las sociedades mercantiles que esta Ley reconoce:

“Art. 25 Sociedad de Nombre Colectivo:

Es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden, de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.

Art. 38 Sociedad de Responsabilidad Limitada

Es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues solo serán cedibles en los casos y en los requisitos que establece la Ley. La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de su abreviatura “S de R.L”.

Art. 51 Sociedad en Comandita Simple

Es la que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiada, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

A la razón social de estas empresas siempre se le añadirá “Sociedad en Comandita” o sus abreviaturas “S en C”

Art. 87 Sociedad Anónima

Es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

Art. 88 La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad, y al emplearse se irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura. “S.A”

Art. 207 Sociedad en Comandita por Acciones

Es la que se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de acciones”.⁶

Características de la Empresa

Es importante conocer las características principales de la empresa ya que en ellas se puede ver de manera general que esta persigue una retribución por los bienes o servicios que presta.

- “Es una unidad jurídica.
- Opera conforme a leyes vigentes (fiscales, laborales, ecológicas, de salud, etc).
- Se fija objetivos.
- Es una unidad económica.
- La negociación es la base de su vida, compra y vende. Integra y organiza recursos ya sean propios o ajenos.
- Se vale de la administración para operar un sistema propio.
- Corre riesgos. Investiga el mejoramiento de sus productos, sus procesos y sus servicios”.

⁶ <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>

Objetivos de la empresa

“Económico- Empresariales:

- Retribuir el riesgo que corre el capital invertido por los accionistas.
- Mantener el capital a valor presente.
- Obtener beneficios arriba de los intereses bancarios para repartir utilidades a los inversionistas.
- Reinvertir en el crecimiento de la empresa.

De operación:

- Investigar las necesidades del mercado para crear productos y servicios competitivos.
- Mantener sus procesos con mejora continua.
- Pagar y desarrollar empresas proveedoras.
- Pagar a los empleados los servicios prestados.
- Investigar y desarrollar nueva tecnología.
- Desarrollar habilidades de trabajo en su personal.
- Crecimiento moral e interno de sus empleados.

Sociales:

- Satisfacer las necesidades de los consumidores del mercado.
- Sustituir importaciones y, en algunos casos, generar divisas y tecnología. Proporcionar empleo.
- Pagar impuestos.
- Cubrir, mediante organismos públicos o privados, la seguridad social.
- Proteger la ecología”.⁷

La importancia de conocer este capítulo dentro de esta investigación, consiste en tener claro cuáles son los componentes de las diferentes empresas, puesto que

⁷ http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/

CANACO SERVYTUR, fue creada para defender, representar y apoyar al comercio establecido; tiene como socios o afiliados diferentes tipos de empresas, que pertenecen a diversos giros o actividades económicas, cada una de ellas con sus propios objetivos y bajo diferentes entornos jurídicos.

Las empresas deben de ser creadas bajo los principios de calidad en todos los aspectos para así ofrecer a sus clientes, productos, servicios y beneficios que alcancen una satisfacción en los clientes para que estos puedan aprovechar lo que la empresa les ofrece, es por ello que a continuación de manera general se abordará la evolución histórica de la calidad, definición y la atención al cliente como un medio para que la empresa ofrezca una calidad integral.

1.2 CALIDAD

Evolución Histórica

La evolución del significado dado a la palabra Calidad la podemos resumir, de acuerdo con el concepto que de ella se ha tenido en la empresa a lo largo del tiempo.

ETAPA	PERSONAL	ENFOQUE-IMPLICA
CONTROL DE CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicos departamentos de C.C • Detectan errores • Actitud negativa-estática 	<ul style="list-style-type: none"> • La producción • Evita progreso de fallo • Enfoque al “producto” • Corrección del problema
“AUTOCONTROL”	<ul style="list-style-type: none"> • Operarios de producción • Detectan errores y los corrige • Actitud negativa-estática 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades productivas • Evita progreso de fallo • Enfoque “operaciones” • Corrección
ASEGURAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Todo cuyo desempeño afecte a la calidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque al “producto y a los procesos operativos” • Gestión costes de calidad
GESTION DE CALIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal-dinámica • Corregir la causa del error • Actitud “positiva”-mejora <p>Orientado a la acción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Todas las actividades • Evitar cometer errores • Enfoque “proceso”-sistema <p>Prevención</p>

Fuente: Alfonso Rodríguez Santa María, “Calidad Total “, Mund-prensa S.A., Madrid

1.- “Control de Calidad: este era un departamento, como una función empresarial más, se dedicaba a separar el producto aceptable del que no era mediante la inspección del producto acabado o en fases intermedias de producción. Este departamento procedía al arreglo correspondiente hasta conseguir la conformidad del producto.

2.- Autocontrol: aquí la función del control de calidad queda desplegada entre todo el personal de producción, es un paso hacia adelante, por lo que supone de confianza de la Dirección hacia el operario de forma que este pueda sentirse más responsable de la eficacia de su trabajo.

3.- Aseguramiento de la Calidad: se identifica la calidad de un producto con su aptitud para el uso. Se empieza a gestionar los costes de Calidad con un enfoque al producto exclusivamente.

4.- Gestión de Calidad: en este punto de la evolución la palabra Calidad parte de un enfoque que abarca a todas las actividades empresariales, debido a que entendemos por producto el resultado del trabajo de cualquier persona, y cliente al destinatario de ese trabajo. En este caso se dice que se trabaja sin Calidad cuando una carta o informe no satisface los requisitos del destinatario o cliente interno y que una decisión está mal tomada cuando no se apoye en hechos contrastados“.

A partir de este concepto la Calidad es vista desde un todo dentro de una empresa abarcando los productos, las ventas, la atención clientes y la administración de la empresa”.⁸

Definición de Calidad

Se define como: “La satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio en función del “valor” que han recibido y percibido”.⁹ Este concepto parte del hecho de que los clientes no compran bienes o servicios en sí mismos, sino para satisfacer unas determinadas necesidades.

⁸ Alfonso Rodríguez Santa María, “Calidad Total “, Mund-prensa S.A. Madrid

⁹ Ibídem

Con esta definición nos damos cuenta de que la CALIDAD es un concepto dinámico al estar directamente relacionado con las cambiantes necesidades de las personas. También involucra a todo el personal de la empresa ya que todos participan en la consecución de la satisfacción de los clientes; la Calidad de servicio al cliente debe considerarse, como uno de los aspectos más importantes de la Calidad Empresarial.

Hablar de Calidad puede ser en un doble contexto:

- “Como atributo del producto o del servicio: conformidad a normas preestablecidas y capacidad para satisfacer al usuario.
- Calidad en la gestión: organización y planificación de la mejora de la Calidad en toda la Empresa.

En este último caso se utiliza la palabra Calidad para conseguir un enfoque integrador de todas las funciones y recursos empresariales que permitan alcanzar los objetivos corporativos; englobando todas las actividades de la Empresa:

1. Productividad y Competitividad
2. Costo y Beneficio
3. Resultados
4. Calidad de producto o servicios
5. Entregas: Cantidad, lugar y fecha
6. Servicio y seguridad
7. Información
8. Garantía.”¹⁰

Calidad y Atención al Cliente

La calidad de servicio y la satisfacción del consumidor son dos conceptos diferentes, pero íntimamente relacionados. Sí una mayor calidad de servicios

¹⁰ Ibídem

incrementa la satisfacción del cliente también, y sí aceptamos que el objetivo último de la atención al cliente es desarrollar, mantener e incrementar la satisfacción de este, podemos pensar que aquella debe ser encuadrada dentro de los parámetros de la gestión de la calidad de una empresa.

Toda empresa que busque la competitividad y eficiencia en un entorno empresarial debe conocer y analizar las expectativas del consumidor para lograr su satisfacción. Los clientes esperan encontrar algo de valor igual o superior al precio pagado, por lo cual se debe de superar las expectativas del consumidor para que este muestre satisfacción.”¹¹

Cualidades de directivos y mandos, para lograr la Calidad y Atención al Cliente

En la definición de empresa decíamos que representa un medio para la realización o satisfacción personal fomentando la capacitación, habilidades e inversión y siendo las personas su principal recurso para la satisfacción de las necesidades de los clientes por ello es importante revisar las habilidades y actitudes que poseen para lograr la gestión de la calidad de servicio.

“La Calidad es con frecuencia, un problema de la Dirección y no del empleado.

La Calidad depende fundamentalmente de la organización de la Empresa, de su cultura y del comportamiento y actuación de sus directivos y mandos.

Desde este punto de vista el directivo puede plantarse estas cinco preguntas:

- 1.- ¿Posee mi personal las capacidades personales y técnicas necesarias para desarrollar la tarea que le he encargado?”
- 2.- ¿Conoce cada empleado a sus clientes y proveedores (internos p externos)?
- 3.- ¿Puede cada persona hacer bien su trabajo a la primera?

¹¹ Alfonso Rodríguez Santa María, “Calidad Total “, Mund-prensa S.A., Madrid

- 4.- ¿Su tarea está definida y se le ha comunicado con claridad?
- 5.- ¿Informo al personal de forma regular sobre los resultados de su trabajo?
- 6.- ¿Tiene el personal posibilidad de influir, para mejorarlo, en los sistemas organizativos?”¹²

“Es casi seguro que las respuestas dadas generaran algún tipo de reflexión en el directivo; sería una excepción que, contestando afirmativamente a todas, el personal no estuviera motivado e integrado en su Empresa. Cualquier respuesta negativa o dudosa debería promover las acciones oportunas, la adaptabilidad de una persona a un puesto de trabajo se suele analizar revisando los **conocimientos, habilidades y actitudes** requeridas por la función y poseídas por una persona.

Al adoptar un sistema de Gestión de la Calidad los tres vértices se refieren a los siguientes aspectos:

- Conocimientos de conceptos y metodologías que proporcionen la capacidad necesaria para gestionar y mejorar la Calidad.
- Habilidades fundamentalmente de comunicación y liderazgo para comprometer a sus colaboradores en la consecución de los objetivos corporativos.
- Actitudes personales de compromiso con la Calidad y satisfacción de los clientes.

Para el directivo lo anterior se puede representar situando en sus vértices sus capacidades técnicas, de gestión y liderazgo:

- **Capacidades Técnicas:** Selección e implementación del Sistema organizativo adecuado y coherente con la estrategia de Calidad.
- **Capacidades de Gestión:** Para gestionar la Calidad es necesario identificar las actividades sin valor añadido para el cliente, medir sus costo, fijar objetivos, organizar su mejora continua dentro de un estilo de dirección participativo.

¹² Ibídem

- **Capacidades de Liderazgo:** a través de sus compromiso y desempeña personal ha de conseguir implantar el aprendizaje y la mejora continua de la Calidad como sólido valor cultural.”¹³

“Entre las habilidades y pautas de comportamiento de mandos y directivos capaces de gestionar la Calidad en su Empresa están:

- Motivar siempre al equipo
- Recibir sus sugerencias con atención
- Confianza y disponibilidad para comparar información
- Reconocer el esfuerzo del trabajo en equipo
- Eliminar el miedo al cambio. Fomentar la innovación y la toma de acciones emprendedoras
- Eliminar las barreras organizativas y personales que implican realizar un correcto desempeño
- Capacidad de delegar autoridad y responsabilidad
- Habilidad para alcanzar en consenso entre sus colaboradores
- Habilidades de comunicación
- Admitir y fomentar la sana crítica interna. En gestión de Calidad
- Actuar basándose en hechos concretos, identificados y valorados, evitar tomar decisiones con base únicamente en opiniones.”¹⁴

Tomando en cuenta los elementos principales de calidad, se podrá tener una visión más amplia dentro de la empresa respecto a la importancia de los servicios que se ofrecen a los clientes.

¹³ Ibídem

¹⁴ Ibídem

Importancia de los servicios que ofrece una empresa

“La actividad económica de una empresa depende de los servicios que ofrece que tienen la característica de ser intangibles, es decir, que no se pueden tocar, no tienen una entidad física por ejemplo, la compra de un paquete turístico para viajar a determinada región o país del mundo, la contratación de pólizas de seguros para automotores, viviendas, seguros de vida, para determinados elementos materiales, etcétera. Los servicios no se agotan allí: toda la actividad financiera, desde los bancos hasta las agencias de asesoramiento para inversión en compra de acciones y de títulos de deuda, también forman parte de la extensa lista de los servicios como actividad económica.

Pero también hay otro ámbito importante dentro de los servicios y que quizás no se tenga en cuenta como tal, pero por desarrollar bienes intangibles se le puede considerar como perteneciente al sector: la industria de los "bienes culturales". Los bienes culturales son aquellos bienes que pertenecen a los estratos de la cultura pero que se producen masivamente y por eso pierden su condición de exclusivo de una cierta élite o clase social. Por ejemplo, es el caso de las suscripciones vía web para acceder a catálogos extensos de películas para ver online o para descargar, la compra de libros digitales (e-books) en tiendas online o la adquisición de disco musical que se escuchará íntegramente en dispositivos electrónicos, es decir, no tenemos el disco, no lo podemos tocar, sólo tenemos archivos digitales que pertenecen a cada una de las canciones que lo componen”¹⁵.

De este modo, los servicios son el sector terciario de la economía, diferenciándose del sector primario, cuya actividad es la de explotación y extracción de recursos naturales, como la pesca, agricultura, ganadería y minería; y del sector secundario, referido a las industrias productoras de bienes, a partir de la transformación de las materias primas que el sector primario explota. En este sentido, el sector terciario, viene a complementar el proceso productivo, porque en cuanto a ciclo de producción, luego de que una industria transforma la materia prima y produce un bien específico,

¹⁵ <http://www.importancia.org/servicios.php#ixzz35QXe1vw>

necesita de actividades del sector terciario: transporte (logística), administración de la empresa, administración de finanzas, de las estrategias comerciales, etc.

En este capítulo se han revisado dos conceptos importantes para esta investigación Empresa y Calidad, uno no existe sin el otro para poder lograr los objetivos planteados por el empresario, que busca crear una empresa con la finalidad de cubrir las necesidades de sus clientes.

CAPÍTULO II

TRABAJO SOCIAL EN EL ÁREA EMPRESARIAL

El Trabajador Social como profesionalista, debe prepararse constantemente ya que forma parte importante para mediar situaciones que pudieran causar dificultades dentro de un grupo social, por lo que, para que su intervención en el área empresarial sea objetiva y específica se requiere conocer las funciones y actividades propias de esta área.

Por eso es importante el desarrollo de este capítulo el cual permitirá conocer el perfil que debe de tener un Trabajador Social, los antecedentes históricos propios del área que nos ocupa, así como algunas definiciones de Trabajo Social en el área empresarial, además de las funciones y actividades que se pueden realizar en esta área y las habilidades y conocimientos que se deben adquirir para poder llevar a cabo una investigación e intervención desde el área empresarial.

Perfil del Trabajador Social en el Área Empresarial

“El Trabajador Social que se integra a esta área, deberá tener conocimientos del sector en el que actúa, tener claro el concepto de hombre, su dignidad, sus necesidades y aspiraciones en el orden individual y familiar; la organización empresarial, los aspectos de tipo legal, los reglamentos y disposiciones para el sector y la empresa o industria en particular.

Por eso es importante conocer de dónde nace Trabajo Social en el área empresarial, para así poder reconocer la importancia de la trayectoria que esta área tiene en el campo laboral, logrando con esto mejores oportunidades de intervención.

Antecedentes

Es importante conocer los orígenes de Trabajo Social en el área empresarial, para así poder comprender que se ha logrado al intervenir en esta área.

“Anteriormente a esta área se le denominaba industrial o laboral pero el concepto empresarial o empresa tiene connotación más amplia que industrial en cuanto a este último solo se refiere a las operaciones materiales para la obtención o transformación de uno o varios productos naturales. Mientras que empresa puede ser de servicios, comercio, etc. Por eso se consideró que esta área de trabajo social debería denominarse como área empresarial y las subáreas podrían ser: industrial, de servicios, comercial, entre otras, según sea la rama o giro de la empresa.

Así, desde su surgimiento, a las primeras Escuelas de Trabajo Social se les percibió vinculadas con el proceso de industrialización y urbanismo en los primeros años del presente siglo. Producto de la contradicción capital-trabajo del sistema capitalista, emanaron del interior de las empresas nuevos fenómenos sociales en las relaciones laborales, manifestadas como necesidades sociales que demandan ser atendidas, por lo que el empresario requería de un profesional calificado que administrara eficazmente los recursos de los que disponía para ” atenuar” la problemática generada.

En México es hasta la década de los sesentas cuando se tiene conocimiento de la participación profesional en dos industrias: Cervecería Modelo S.A de y Cementos Cruz Azul de México.

En la actualidad el país requiere de rápidas y constantes transformaciones, por lo que es necesario responder a los rezagos de las necesidades sociales de los trabajadores con un equipo multidisciplinario de profesionales especializados en el área, Trabajo Social no debe quedarse al margen de los nuevos procesos que se generen, por lo que requiere ampliar su conocimiento en los elementos teóricos-metodológicos necesarios en esta área que le permitan una intervención más sólida

y que, de esta manera amplíe y diversifique su espacio profesional de intervención”.¹⁶

Definición de Trabajo Social Empresarial

“Se define como el profesional que funge de enlace entre los diferentes sectores que intervienen en los procesos productivos, humanizando las interrelaciones y promoviendo el incremento en la productividad a través de impulsar diferentes sistemas de incentivos para los trabajadores, así como la elevación de los niveles de vida de este sector.”¹⁷

Funciones y Actividades

El perfil ideal del trabajador social en el área empresarial debe de realizar las siguientes funciones y actividades:

Investigación:

- ✓ “Diseñar, estructurar y realizar investigaciones sociales, relacionadas con problemas existentes en el sector y que le permita conocer la realidad social y empresarial.
- ✓ Diseñar estudios de necesidades y características de los trabajadores, para establecer sistemas de estímulos e incentivos.
- ✓ Realizar el seguimiento de la superación laboral de los distintos grupos de trabajadores, con miras escalonarías y cambio de categoría.
- ✓ Investigar sobre la actualización en sistemas de seguridad social y protección en esa rama empresarial
- ✓ Actualizar la información sobre aspectos de seguridad social y bienestar social de los trabajadores.
- ✓ Proponer alternativas de acción que conduzcan a la resolución de los problemas de orden social y relaciones humanas que presentan los trabajadores en su ámbito de trabajo.

¹⁶Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”.1990 México.

¹⁷Ibidem

- ✓ Investigar las necesidades de la comunidad donde residen los trabajadores (en caso de zonas habitacionales, de centros fabriles), con el objeto de tratar de satisfacer las necesidades básicas de equipamiento y de tipo social.
- ✓ Estudiar los problemas sociales que se generan en la empresa y promover su solución.
- ✓ Detectar necesidades de educación, capacitación y adiestramiento en los trabajadores”¹⁸
- ✓ “Conocer y diagnosticar las relaciones intergrupales e interpersonales de los grupos existentes.
- ✓ Detectar procesos sociales tales como comunicación, liderazgo, conflicto, cohesión grupal, competencia y colaboración, adaptación al cambio.
- ✓ Elaborar un inventario de recursos y servicios sociales de la zona en que se ubica la empresa.

Administración:

- ✓ Diseñar y participar en planes, programas y proyectos acordes con las necesidades sociales de la población, cuya base sea la promoción y el desarrollo.
- ✓ Participar en la presupuestación de los recursos humanos y materiales del departamento o servicio de Trabajo Social.
- ✓ Buscar la optimización de la eficiencia de los recursos intra y extra institucionales, del área de trabajo social
- ✓ Controlar los procesos administrativos de los departamentos o servicios de Trabajo Social.
- ✓ Diseñar manuales de normas y procedimientos del servicio de Trabajo Social.
- ✓ Mantener una constante supervisión y asesoría en sus programas y proyectos.
- ✓ Mantener coordinación con los demás departamentos o secciones del área de recursos humanos y relaciones empresariales.
- ✓ Simplificar los trámites que obstaculicen las prestaciones y los servicios de los trabajadores en la empresa.”¹⁹

¹⁸ Ibídem

Reclutamiento y Selección:

- ✓ “Realizar entrevistas para el reclutamiento del personal.
- ✓ Participar en la selección, a través del estudio socioeconómico a los solicitantes.
- ✓ Orientar a los nuevos trabajadores sobre derechos y obligaciones.
- ✓ Participar en la inducción al puesto.
- ✓ Participar interdisciplinariamente en la formulación de los criterios de selección del personal y en la evaluación final de los candidatos.
- ✓ Desarrollar programas coordinados para la introducción al puesto.

Capacitación y Adiestramiento:

- ✓ Diseñar y organizar, en coordinación con las unidades operativas correspondientes, programas de capacitación y adiestramiento empresarial.
- ✓ Impartir, en coordinación con las dependencias y organismos educativos correspondientes, cursos de actualización al personal profesional.
- ✓ Promover la participación de los trabajadores en los programas de capacitación y adiestramiento, para el mejor desempeño de su trabajo.
- ✓ Crear nuevos sistemas de estímulos e incentivos para los trabajadores.
- ✓ Mantener al corriente el escalafón de los trabajadores.
- ✓ Proponer cursos de actualización y superación para el personal profesional.
- ✓ Participar en la evaluación del personal para el otorgamiento de estímulos, así como para la sucesión y ascensos del personal”.²⁰

Seguridad e Higiene:

- ✓ “Planear, organizar, desarrollar y evaluar acciones para el aprovechamiento de los instrumentos de seguridad industrial.
- ✓ Formular propuestas para el mejoramiento de la higiene y seguridad industrial.
- ✓ Participar en campañas de prevención de riesgos y accidentes de trabajo.

¹⁹Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”. 1990 México.

²⁰ Ibídem

- ✓ Apoyar en el cumplimiento de las normas y procedimientos establecidos por la empresa para evitar accidentes de trabajo.
- ✓ Participar en la comisión de seguridad e higiene en la inspección, conservación, verificación y buen funcionamiento de las instalaciones industriales.
- ✓ Participar interdisciplinariamente en la regulación y control de los programas de emergencia, en caso de desastre o siniestro en la empresa.

Relaciones Públicas:

- ✓ Intervenir en las situaciones conflictivas de la empresa, que generan frustración y agresividad.
- ✓ Intervenir en la conformación de las características psicológicas del personal; los hábitos, aspiraciones, las prestaciones de las personas que integran la empresa.
- ✓ Promover en todas las actividades entre jefes y los subalternos, el respeto e interés en su relación.
- ✓ Dirigir sus acciones hacia el desarrollo de un buen espíritu de trabajo de los empleados, para obtener mejores servicios y prestaciones
- ✓ Sensibilizar y motivar a los trabajadores acerca de los proyectos de estrategias de cambio a implementar para el mejoramiento y desarrollo”.²¹

Educación:

- ✓ “Organizar, desarrollar y evaluar cursos de alfabetización, educación primaria y secundaria para adultos.
- ✓ Orientar sobre el empleo educativo del tiempo libre.
- ✓ Promover el desarrollo integral de los trabajadores.
- ✓ Planear, organizar, dirigir y controlar programas de educación para el trabajador y su familia.

²¹ Ibídem

- ✓ Promover actitudes de respeto a la dignidad humana dentro de los centros de trabajo.
- ✓ Promover y organizar actividades deportivas, culturales y recreativas para mejorar los niveles de vida de los trabajadores y sus relaciones con sus compañeros.
- ✓ Organizar a los trabajadores en acciones de educación para la salud.
- ✓ Integrar grupos dentro de la empresa, para el logro de una mejor ambientación laboral, así como de las relaciones obrero-patronales y sindicales, redituando en el beneficio colectivo.
- ✓ Estimular en los trabajadores la seguridad en sí mismos, aumentando la participación activa dentro de la empresa.
- ✓ Fomentar en el trabajador el interés en aumentar su cultura por medio de la orientación y el estímulo, para que haciendo uso adecuado de sus propios recursos y los brindados por la empresa, pudiera así llevar una vida más digna.
- ✓ Realizar pláticas de planificación familiar al trabajador y su esposa.
- ✓ Promover la educación, secundaria y superior, para los hijos de los trabajadores
- ✓ Realizar pláticas sobre el cuidado de los menores, primeros auxilios y sanidad ambiental; higiene personal y del hogar.
- ✓ Impartir pláticas a las esposas de los trabajadores sobre la conservación de los alimentos, soya, germinados y huertos familiares.
- ✓ Crear grupos de señoras y jovencitas para dar los cursos sobre corte y confección, cocina, planificación, repostería, etc.
- ✓ Crear talleres para los hijos de los trabajadores sobre carpintería, electricidad, electrónica, mecánica, talabartería, música, autoconstrucción, etc.

Prestaciones Diversas:

- ✓ Mediar entre autoridades empresariales y el personal, así como el sindicato, en el otorgamiento de prestaciones y/o servicios.
- ✓ Tramitar beneficios y servicios asistenciales para los trabajadores.

- ✓ Emplear todos los recursos y medios existentes en el ámbito industrial y en la colectividad, para responder a las necesidades humanas de todos los individuos que integran la empresa.
- ✓ Controlar los programas de ayuda; materiales y en especie, para trabajadores.
- ✓ Promover y coordinar programas de incapacidad por maternidad, ayuda para la lactancia y derechos a guarderías para madres trabajadoras.
- ✓ Canalizar las demandas y necesidades de los trabajadores.
- ✓ Realizar averiguaciones para el otorgamiento de diferentes tipos de créditos para los trabajadores.
- ✓ Vigilar que el servicio de comedor se les otorgue a los trabajadores.
- ✓ Vigilar que se le proporcione ayuda al trabajador y a su familia, en caso de defunciones, emergencias o damnificación.
- ✓ Elaborar programas de becas para los hijos de los trabajadores.
- ✓ Participar en los programas de incapacidad, rehabilitación de trabajadores, asimismo de pensiones a jubilados.
- ✓ Estimular la participación activa de los trabajadores y sus familias a fin de que adquieran una actitud responsable ante el otorgamiento de las prestaciones.
- ✓ Establecer programas para la creación de bibliotecas y apoyos didácticos para el trabajador y su familia.
- ✓ Generar proyectos para apoyo social y emocional para el trabajador en proceso de jubilación.

Coordinación:

- ✓ Coordinar con centros vacacionales, promociones en que el trabajador obtenga descuentos y le permitan divertirse y descansar con su familia.
- ✓ Mantener una amplia coordinación con tiendas donde venden productos básicos y papelerías, a modo de obtener descuentos para los trabajadores.
- ✓ Coordinar grupos de trabajadores en programas de desarrollo comunitario para elevar su nivel de vida.
- ✓ Mantener coordinación con el sindicato, para mediar las relaciones obrero-patronales en caso de conflicto.

- ✓ Participar multidisciplinariamente en programas de bienestar social con las instituciones de Seguridad Social.
- ✓ Canalizar las ayudas en becas para los hijos de los trabajadores.
- ✓ Mantener relaciones con grupos de Alcohólicos Anónimos próximos a la empresa, para canalizar a trabajadores con esta enfermedad social.

Asesoría:

- ✓ Orientar y realizar acciones conjuntas en la búsqueda de soluciones de problemas humanos con repercusiones en el trabajo.
- ✓ Vigilar que las cuestiones reglamentarias y de derechos del trabajador sean cumplidas.
- ✓ Orientar el trabajador sobre los trámites correspondientes en caso de funerales, enfermedades crónicas y profesionales, incapacidad, despido y jubilación.
- ✓ Orientar legalmente, en aspectos de derecho civil y familiar; en caso de divorcios, problemas sobre vivienda y/o patria potestad de los hijos etc.
- ✓ Orientar a madres trabajadoras en el cumplimiento de su trabajo y atención familiar”.²²

Divulgación:

- ✓ “Promover información sobre los programas y prestaciones a los trabajadores.
- ✓ Informar por medio de periódicos murales o carteles, los derechos y obligaciones de los trabajadores.
- ✓ Informar sobre las políticas de las empresas por medio de volantes, personalmente y/o por medio del sindicato.
- ✓ Participar en la difusión de los cursos de capacitación y adiestramiento.
- ✓ Promover en toda la empresa los sistemas de seguridad e higiene industrial.
- ✓ Organizar eventos o actos sociales de reconocimiento a los trabajadores más destacados en su función.

²² Ibídem

Sistematización:

- ✓ Analizar el conjunto de los casos socioeconómicos para conformar indicadores del perfil de los distintos grupos de trabajadores.
- ✓ Teorizar sobre los procesos desarrollados en los grupos de capacitación y adiestramiento, educación, etc.
- ✓ Teorizar sobre los logros de acciones de extensión comunitaria, cuando se labora en zonas ferriles.
- ✓ Integrar marcos de referencia de las características sociales en las que se desarrolla la organización industrial y la vida familiar del trabajador.
- ✓ Generar modelos integrantes de acciones sociales, partiendo de las experiencias desarrolladas en equipo.
- ✓ Teorizar sobre las formas de intervención específicas del Trabajador Social.
- ✓ Diseñar alternativas y estrategias para la acción organizada.
- ✓ Promover políticas e iniciativas de prestaciones sociales y de bienestar familiar, con base en las investigaciones y el trabajo profesional.

Enseñanza:

- ✓ Coordinar actividades o proyectos especiales con situaciones educativas de Trabajo Social.
- ✓ Elaborar reglamento para prácticas escolares coordinadas con instituciones educativas en el Trabajo Social.
- ✓ Establecer un programa de introducción y participación indirecta de estudiantes de T.S.
- ✓ Difundir las funciones y programas de los servicios de Trabajo Social, ante nuevos miembros del equipo o grupo de estudiantes.
- ✓ Realizar sesiones bibliográficas y sesiones especiales de actualización en el área.
- ✓ Efectuar sesiones de supervisión a estudiantes.”²³

²³Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”.1990 México.

Conocimientos, Capacidades y Habilidades, y Aptitudes

Conocimientos que requiere de Trabajo Social para:

- “Conceptualizar al Trabajo Social como una disciplina, identificar su objeto de intervención y reconocer las funciones y objetivos genéricos de la profesión, así como los de las diferentes áreas del campo profesional.
- Analizar la filosofía del Trabajo Social sobre la construcción histórico-social de la especificidad del Trabajo Social
- Aplicar las estrategias teórico-metodológicas del Trabajo Social y los modelos de intervención social.

Conocimientos que requiere de la Política Social para:

- “Conceptualizar y analizar el estado, las clases sociales, en su relación con la Política Social.
- Orientar sobre la Política Social y la Legislación Social: Derecho Laboral, Derecho Sindical, Derecho Civil, Derecho Familiar.
-

Conocimientos que requiere saber sobre Economía para:

- Analizar las relaciones sociales de producción.
- Estudiar la estructura social económica del país y sus particularidades regionales.
- Analizar prospectivamente el desarrollo del capitalismo en México.
- Analizar las formas de producción y reproducción de las condiciones sociales vigentes.
- Conceptualizar las necesidades y carencias, y los conflictos sociales que convergen en el proceso de satisfacción de las mismas.

Conocimientos que requiere de Psicología para:

- Comprender las motivaciones, emociones y mecanismos de respuesta como individuo, como grupo o como comunidad.

- Comprender la situación problema en el individuo, en su contexto familiar, grupal y laboral.
- Aplicar técnicas para la intervención en problemáticas individuales, familiares y grupales: Dinámicas de Grupo Operativo, Entrevistas, Terapia Familiar.
- Desarrollar procesos de comunicación social y de relaciones humanas.
-

Conocimientos de Administración para:

- Elaborar planes, programas y proyectos.
- Organizar, dirigir y controlar los diferentes niveles de la programación empresarial.
- Aplicar procedimientos para elaborar presupuestos.

Conocimientos de Matemáticas y Estadística para:

- Aplicar técnicas de análisis e interpretación matemáticas y estadísticas en la cuantificación de resultados de investigaciones”.²⁴

Capacidades y Habilidades

“A Niveles Directivos (en la toma de decisiones), para:

- Ejercer autoridad.
- Establecer políticas que normen el trabajo
- Diseñar planes y programas.
- Delegar funciones.
- Controlar los procesos de trabajo.
- Evaluar procesos.

A Niveles Intermedios (en la planeación, administración y supervisión de los procesos), para:

- Identificar situaciones y problemas sociales.

²⁴ Ibídem

- Analizar los problemas sociales, teniendo como contexto la realidad social.
- Diseñar y llevar a cabo procesos de investigación social.
- Establecer diagnósticos sociales.
- Analizar prospectivamente el comportamiento que se espera de los problemas y condiciones laborales.
- Seleccionar procesos que indican en la solución de la problemática social.
- Identificar los recursos humanos, materiales de la empresa, para dar solución a los problemas.
- Administrar y organizar procesos.
- Coordinar acciones.
- Supervisar o asesorar los procesos.
- Trabajar en equipo
- Optimizar recursos.
- Participar multi e interdisciplinariamente
- Establecer comunicación oral y escrita.
- Relacionar la teoría con la práctica.
- Detectar y capacitar líderes.
- Formar grupos.
- Participación en procesos educativos.
- Atender problemáticas individuales.”²⁵

Capacidades y Habilidades para teorizar a través de:

- “Sistematizar los procesos sociales.
- Generar conocimientos propios a partir de la reflexión del trabajo en terreno.
- Generar conocimientos propios a partir de la reflexión del trabajo en terreno.
- Desarrollar la especificidad del Trabajo Social.
- Retroalimentar la teoría a partir de la práctica.
- Desarrollar las teorías del Trabajo Social.

²⁵Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”. 1990 México.

A Niveles Operativos (en la aplicación de procesos técnicos), para:

- Observar.
- Entrevistar.
- Aplicar cuestionarios.
- Conducir casos.
- Aplicar dinámicas de grupo.
- Aplicar técnicas de educación y promoción social.
- Aplicar técnicas de educación social y utilización de apoyo didáctico.
- Organizar cooperativas de diferente tipo.
- Participar en campañas
- Orientar a la población sobre los recursos existentes.
- Aplicar técnicas de registro de información. (Diario de campo, diario fichado, crónica grupal, guías de observación, etc.).
- Elaborar informes.
- Elaborar programas.
- Elaborar presupuestos.
- Aplicar técnicas de la información.”²⁶

Actitudes para:

- “Mantener el apego a las políticas empresariales.
- Ser responsable de la información de la empresa.
- No sobre pasar el dominio de las atribuciones.
- Ser solidario con los colegas de la profesión y con el equipo de trabajo.
- Respetar la delimitación de los campos profesionales.
- Compartir su experiencia y conocimiento con otros profesionales.
- Mantener el secreto profesional.
- Tener conciencia del valor de la relación personal y profesional.
- Ser crítico, objetivo y justo.
- Respetar la dignidad humana.

²⁶ Ibídem

- Tener compromiso con la población.
- Adecuar su comunicación al nivel de las personas.
- Respetar la decisión de las personas en la solución de los problemas”.²⁷

La integración de las funciones y actividades que desempeña el Trabajador Social dentro de la empresa son fundamentales, así como sus conocimientos y habilidades para una buena intervención, por ello la importancia de haber realizado este capítulo el cual muestra el quehacer del profesionista así como su proyección dentro de la empresa a nivel operativo y directivo.

²⁷Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”. 1990 México.

CAPÍTULO III

CANACO SERVYTUR URUAPAN

En este capítulo se abordará de manera general que es CANACO SERVYTUR, con la intención de conocer sus características, su estructura organizacional, misión, visión, valores, el marco legal y las empresas afiliadas a esta Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan.

Antecedentes de la Institución

“La Cámara de Comercio e Industria de Uruapan, fue fundada el 1° diciembre de 1918 y se constituyó como Institución de interés Público, Autónoma y con Personalidad Jurídica con la aprobación emitida por la Secretaría de Comercio en Oficio No. 3129 de fecha 8 de marzo de 1938, en cumplimiento de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, nuevamente se reestructura y conserva la denominación de: Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan, pudiendo utilizar indistintamente las abreviaturas de CANACO URUAPAN o CANACO SERVYTUR de URUAPAN.

CANACO SERVYTUR, fue creada por un grupo de empresarios hace 94 años con la intención de asesorar a los comerciantes de aquella y de esta época, también para tener un respaldo y poder ingerir en leyes del municipio con forme a derecho. No se tiene un registro de los empresarios que iniciaron o conformaron esta institución, tampoco se cuenta con el organigrama que tenían desde un inicio, al revisar los únicos manuales con los que cuenta la institución son 3 de organización uno del 2001, otro revisado y actualizado en el 2006 y la más reciente actualización en enero del 2012 cabe mencionar que esta actualización fue realizada por una estudiante prestador de Servicio Social de la carrera de la Lic. En Trabajo Social”.²⁸

En ellos se muestra como estaban conformados los organigramas por jerarquías desde presidencia hasta la gerencia o áreas en las que se divide la estructura

²⁸Información retomada del Manual de Organización CANACO 2012

operativa de CANACO”. Por otra parte de acuerdo a la información proporcionada por él Lic. José Guadalupe Sáenz Naranjo quien fue Director General de esta institución por ocho años; CANACO SERVYTUR, antes de ocupar el edificio actual estuvo laborando por el año de 1981, en el edificio de La Estación de Bomberos ubicado en la calle Libertad casi esquina con 5 de febrero de la colonia centro de esta ciudad y para el año de 1984 se cambió a la calle Bruselas de la colonia Los Ángeles. Y desde el año de 1989 las oficinas se encuentran ubicadas en Paseo Lázaro Cárdenas no. 1661 de la colonia los Ángeles.

Características Generales de la Institución

“Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan es institución privada puesto que es el fruto del esfuerzo del Consejo Directivo que está compuesto por 30 Colegiados donde cada miembro tiene una función, además se encuentra la parte operativa que se encarga del buen funcionamiento de la Cámara.

CANACO se dedica a la prestación de servicios a micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, es decir al comercio establecido, que este afiliado, los servicios que brinda son: capacitación en manejo de personal, mercadotecnia, primeros auxilios, organización y manejo del tiempo, higiene en el trabajo y motivación. Además brinda asesoría en trámites legales, contables, fiscales, gestoría y administrativos a todos sus afiliados siempre y cuando estos correspondan a la jurisdicción que tiene CANACO SERVITUR. Así mismo cuenta con una bolsa de trabajo que da servicio a la población en general tanto a solicitantes de empleo como a aquellas empresas que tiene vacantes disponibles; dando atención a población abierta pero principalmente a sus afiliados atendiendo así sus necesidades”.²⁹

“Su cobertura es regional y de acuerdo a su Circunscripción asignada brinda servicios en los municipios de Arteaga, Charapan, Cherán, Gabriel Zamora,

²⁹Información retoma del Manual de Organización CANACO 2012

Nahuatzen, Nuevo Parangaricutiro, Paracho, Peribán, Tancítaro, Taretan, Tingambato, Uruapan y Ziracuaretiro

Las necesidades que atiende CANACO SERVYTUR son las que presenta la sociedad de los comercios establecidos, estas consisten en asesoría legal cuando les llega un requerimiento de alguna institución pública, se les brinda orientación cuando tienen que realizar algún trámite para la licencia municipal o anuncio luminoso, además pone a disposición de los afiliados capacitaciones contables, financieras, de recursos humanos, de administración y computación básica”.³⁰

Razón Social: Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan (CANACO SERVYTUR)

Domicilio: Paseo Lázaro Cárdenas no. 1661 col. Los Ángeles

Teléfonos y Fax: (452) 52 4-50-19 y 52 4-50-20

Correo electrónico:

direccion@canacouruapan.com.mx

bolsa.trabajo@canacouruapan.com.mx

servicios@canacouruapan.com.mx

contabilidad@canacouruapan.com.mx

Horario de atención: De lunes a viernes en horario de oficina de 9:00 am a 2:00 pm y de 4:00 a 7:00 pm, sábado de 9:00am a 2:00 pm.

Objetivo, Misión, Visión, Valores y Servicios de CANACO SERVYTUR Uruapan.

Es importante conocer los objetivos de la institución así como su misión, visión y valores, con la finalidad de tener un panorama más amplio respecto a los servicios que los afiliados a esta institución tienen derecho al ser parte de ella, y cuales son aprovechados por la población empresarial.

³⁰Ibidem

Objetivos

“Los objetivos de esta institución están establecidos de manera estratégica y operacional en cuatro áreas para lograr los fines generales de la institución.

Objetivos Generales:

- **Crecimiento Institucional**

- 1) Desarrollar e implementar nuestro proyecto de capacitación de afiliados para dar la solidez necesaria a la institución.
- 2) Establecer la comunicación con los afiliados beneficiándose con actividades como el desarrollo del portal de internet y la integración de información en el informativo bimestral.
- 3) Definir y aplicar un método de seguimiento en la satisfacción de nuestros afiliados.

- **Productos y Servicios**

- 1) Desarrollar y poner a funcionar estrategias que beneficien los costos por el consumo de nuestros productos y servicios que ofrecemos a los afiliados.
- 2) Desarrollar cursos o talleres pertinentes conforme a las necesidades de nuestros afiliados.
- 3) Lograr que la bolsa de trabajo sea más dinámica e integrada a operar con los recursos que facilita la página web.
- 4) Depurar sistemáticamente el catálogo de servicios, es una actividad indispensable que se llevara a cabo”.³¹

- **Administración**

- 1) “Depurar nuestro sistema contable y la disciplina presupuestal con base en el manejo de las finanzas sanas, es un enfoque que se seguirá en este periodo.
- 2) Iniciar el desarrollo e implementación de un proceso de mejora continua que haga más eficiente y efectivo nuestro trabajo.

³¹Información retoma del Manual de Organización CANACO 2012

- **Infraestructura**

- 1) Nuestro edificio e instalaciones en general son la imagen y las herramientas fundamentales para la atención adecuada de nuestros afiliados.
- 2) Estar a la vanguardia en la aplicación de los recursos autorizados que ofrece la tecnología en cuanto a programas y equipo de cómputo.

Objetivos Específicos:

1. Representar, promover y defender los intereses generales del comercio, los servicios, el turismo o de la industria según corresponda, como actividades generales de la economía nacional anteponiendo el interés público sobre el privado;
2. Ser órgano de consulta y de colaboración de los tres niveles de gobierno, para el diseño, divulgación y ejecución de las políticas, programas e instrumentos para el fomento de la actividad económica nacional;
3. Fomentar la participación gremial de los Comerciantes y los Industriales;
4. Operar el SIEM con la supervisión de la Secretaría, en los términos establecidos por esta Ley;³²
5. "Actuar como mediadoras, árbitros y peritos, nacional e internacionalmente, respecto de actos relacionados con las actividades comerciales, de servicios, de turismo o industriales en términos de la legislación aplicable y la normatividad que para tal efecto se derive de esta Ley;
6. Colaborar con el Servicio de Administración Tributaria emitiendo opinión respecto de los sectores que deben integrar el Padrón de Sectores Específicos, y proporcionar a solicitud de dicho órgano la información estadística que requiera para la incorporación de contribuyentes a dicho Padrón;
7. Colaborar con la Secretaría en la evaluación y emisión de certificados de origen de exportación, de conformidad con las disposiciones aplicables previa autorización de la dependencia;

³²Información retoma del Manual de Organización CANACO 2012

8. Prestar los servicios públicos concesionados por los tres niveles de gobierno, destinados a satisfacer necesidades de interés general relacionados con el comercio, los servicios, el turismo y la industria;
9. Colaborar con la Secretaría en las negociaciones comerciales internacionales, cuando así lo solicite ésta;
10. Prestar los servicios que determinen sus Estatutos en beneficio de sus afiliados, dentro de los niveles de calidad que se determinen conjuntamente con su Confederación;
11. Participar con el gobierno en el diseño y divulgación de las estrategias de desarrollo socioeconómico
12. Promover, orientar e impartir capacitación sobre la realización de toda clase de trámites administrativos obligatorios ante toda clase de autoridades administrativas con las que se pueda tener injerencia por virtud de la actividad empresarial y comercial que desempeñan sus afiliados, con la finalidad de generar una cultura social de responsabilidad y observancia de la legislación que regulan sus actividades como sector productivo;
13. Defender los intereses particulares de las empresas afiliadas a solicitud expresa de éstos, y
14. Llevar a cabo las demás actividades que se deriven de su naturaleza, de sus Estatutos y las que les señalen otros ordenamientos legales.”³³

Misión

En CANACO SERVYTUR DE URUAPAN representamos, promovemos y defendemos los intereses generales de las personas físicas y morales formalmente establecidas en el ramo comercial, de servicios y de turismo; así mismo, a nuestros asociados les proveemos: fortaleza de grupo, servicios de asesoría, apoyos de gestión y recursos de capacitación.

³³Información retoma del Manual de Organización CANACO 2012

Visión

Somos una Institución que garantiza la unión comprometida e informada de nuestros afiliados, siendo esto factor fundamental de confianza, estímulo y capacidad para enfrentar los retos económicos y sociales que nos involucran”.³⁴

Valores o Decálogo de la Institución

“Espíritu de servicio: Atendemos con decidido interés a quienes nos solicitan o pretenden solicitar nuestros servicios.

Calidad: Es nuestra actitud natural investigar y satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros afiliados y sociedad en general.

Liderazgo: Las actitudes y comportamiento de todos nosotros nos inspiran, impulsan y comprometen en el logro de la Visión.

Trabajo en equipo: Trabajamos unidos con calidad, sabiendo que los beneficios se multiplican al encauzar esfuerzos coordinados en la misma dirección.

Orden: Mantenemos los recursos en la ubicación o disposición que les corresponde.

Responsabilidad: Damos atención consistente a los compromisos que adquirimos como personas y como institución.

Asertividad: La expresión directa, positiva, sincera y respetuosa de nuestras ideas es fuente de ejercicio de libertad, creatividad y mejora continua.

Honradez: Respetamos y protegemos los bienes personales y de la institución”.³⁵

³⁴ Ibídem

³⁵ Ibídem

Servicios y Beneficios que CANACO SERVYTUR Uruapan, ofrece a sus afiliados

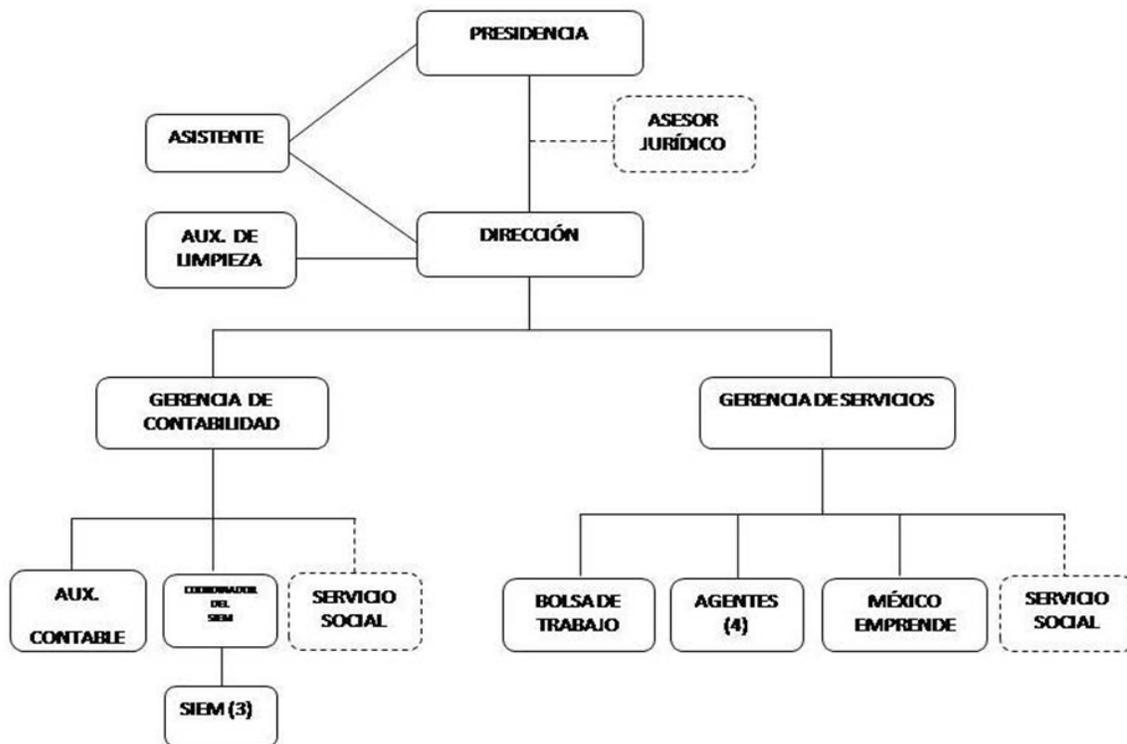
De los objetivos específicos se derivan los servicios y beneficios que CANACO ofrece a sus afiliados y son los siguientes:

- Asesoría en trámite de registro de marcas.
- Asesoría jurídica, contable y fiscal.
- Asesoría en Trámites ante hacienda. (Altas, cambios al RFC, cambios de domicilio etc.).
- Asesoría en Declaración anual de Prima de Riesgo de Trabajo.
- Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas públicas y descentralizadas como lo son: IMSS, INFONAVIT, CFE.
- Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia.
- Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares.
- Acceso gratuito a eventos de información.
- Acceso a redes de negocios.
- Acceso a convenios con afiliados.
- Representación, Asesoría y Orientación ante dependencias Gubernamentales, para la realización de trámites como lo son: Licencia Municipal, (resello, cancelación, reposición, cambio de nombre y nueva; en giro SARE). Licencia de anuncios luminosos. (Nueva y resello, cumpliendo sus requisitos). Permisos ante Tránsito municipal. (Para cajones especiales de estacionamiento), Dictamen de Protección Civil.
- Registro de su negocio ante el Sistema de Información Empresarial Mexicano. (El pago se cubre al pagar su cuota de afiliación).
- Capacitaciones.
- Descuento en Universidades.
- Renta de Salones.
- Módulo de México Emprende.
- Bolsa de Trabajo.

Estructura Organizativa

Esta está compuesta por el Presidente, el Director de CANACO, Asistente de Presidencia, el Asesor Legal (que este solo se presenta cuando se requiere de sus servicios), así como dos gerencias: Gerencia de Contabilidad quien tiene a su cargo a un Auxiliar Contable y a cuatro agentes del SIEM, una Gerencia de Servicios, con cuatro Agentes de Servicios, y un auxiliar en bolsa de trabajo; además se encuentra un asesor del Módulo de México Emprende y la persona de mantenimiento.

Organigrama



Fuente: Manual de Organización CANACO 2012

A continuación se presentan cada una de las áreas de manera general con el nombre del puesto, sus funciones y actividades correspondientes.

Puestos, Funciones y Actividades

Presidencia

El Presidente de CANACO URUAPAN es EL Lic. Pedro Iván Plancarte Molina y es una figura honoraria, por lo tanto sus actividades se manifiestan en facultades como son:

- 1.- “Convocar y presidir las sesiones del Consejo Directivo y de la mesa directiva; y convocará y presidirá las Asambleas que fueren acordadas por el Consejo Directivo.
- 2.- Ejecutará los acuerdos del Consejo Directivo, vigilando que se cumpla con ellos, así como los acuerdos tomados por la Asamblea.
- 3.- Vigilará que se cumplan las disposiciones de la ley como su reglamento.
- 4.- Nombrará al Secretario para las sesiones del consejo o de las Asambleas, cuando no asista el designado por el Consejo Directivo.
- 5.- Firmará las actas de las sesiones del Consejo Directivo y de las Asambleas, en unión del Secretario.
- 6.- Designará a los representantes de la presidencia y demás integrantes de la mesa directiva de las estructuras que estime conveniente, encomendándoles tareas específicas, pudiendo en cualquier tiempo revocar estos nombramientos”.³⁶
- 7.- “Tendrá individualmente todas las facultades de un apoderado para pleitos y cobranzas; para administrar bienes con todas las facultades generales y aun las especiales que quieran cláusula específica conforme a la Ley, en los términos del artículo 2407 del Código Civil para el Estado de Michoacán y su correlativo 2554 del

³⁶Información retomada del Manual de Organización CANACO 2012

Distrito Federal, pudiendo por lo tanto intentar toda clase de juicios y recursos y desistirse de ellos, incluido el juicio de amparo; presentar y ratificar denuncias y querellas del orden penal y otorgar el perdón legal en los términos de los artículos 20 y 21 del Código de Procedimientos Penales del Estado de Michoacán, así presentar a la institución en todo lo relativo a las relaciones laborales con el personal y en juicios y demandas interpuestas en cualquier tribunal de trabajo en los términos de los artículos 11, 523, 692 y relativos a la Ley Laboral: estando facultado para suscribir mancomunadamente con cualquier otro apoderado autorizado por el consejo, todo tipo de títulos de crédito en los términos del artículo noveno de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, dichos títulos de crédito, deberán estar autorizados por el consejo directivo; asimismo estará facultado con su firma para suscribir mancomunadamente con otra persona autorizada por el consejo, para la apertura de cuentas ante instituciones bancarias, así como librar todo tipo de cheques con cargo a las cuentas bancarias de la institución.

8.- Podrá otorgar poderes generales y poderes especiales para pleitos y cobranzas y para actos de administración, con todas las facultades generales y aun las especiales que requieran cláusula específica conforme a la Ley, con la amplitud que se señala en el objetivo anterior.

Además, está facultado para conferir poderes generales y poderes especiales para actos de administración, rescisión o terminación de contratos de trabajo del personal de la institución, incluyendo las facultades previstas en los artículos 11, 692, 786 y 876 de la Ley Federal del Trabajo”.³⁷

“El otorgamiento de poderes generales para actos de riguroso dominio sobre los bienes inmuebles de la Cámara y para actos de dominio sobre los bienes inmuebles con valor superior al equivalente de cinco mil veces el salario mínimo diario, está reservado específicamente a la aprobación de la Asamblea General extraordinaria.

³⁷Información retomada del Manual de Organización CANACO 2012

9.- Solicitar y recibir los informes relacionados con la operación administrativa interna de la Cámara.

10.- Conceder autorización a los funcionarios y empleados de la Cámara, para que puedan desempeñar puestos honorarios o remunerados en cualquier otro organismo.

11.- Determinar aquellos asuntos que el Consejo Directivo y la mesa directiva deben guardar como confidenciales, para evitar su difusión.

12.- En su caso, autorizar que el reglamento de los recursos de Cámara, se inviertan exclusivamente en valores de renta fija.

13.- Será el único vocero autorizado de la Cámara, pudiendo delegar esta atribución en la persona que considere conveniente.

Asesor Legal

El asesor legal es el respaldo de todas las acciones que los representantes de Cámara y/o sus afiliados tengan la necesidad de emprender y se deriven y/o tengan que ser atendidas con base a una ley ya sea de representación y/o defensa de sus afiliados.

El Asesor deberá ser un conocedor de las leyes, reglamentos, y cualquier documento que repercuta en los intereses del organismo, actuando de manera proactiva, es decir anticipada en la realización de acciones y/o actividades que representen los intereses del grupo y tengan como objeto la búsqueda de mejoría de los intereses del sector.³⁸

“Realizar comunicados periódicos de información una vez que se publique alguna noticia y/o cambio que apliquen en las acciones de comercio. Respaldo a la mesa directiva en la representación y defensa de los intereses del sector. Utilizar la experiencia de casos que se presenten en cada uno de los giros para dar aviso e

³⁸Información retoma del Manual de Organización CANACO 2012

información a otros afiliados que puedan tener en el presente y/o futuro inmediato problemas del mismo tipo. Apoyar en la realización de artículos relacionados con su área para ser insertados en la revista, boletín y/o sencillamente vía internet de tal forma de tener una información estrecha y constante con los afiliados. Dar asesoría de primera mano a los afiliados que estén al corriente en sus pagos y requieran de un consejo en particular para solucionar los problemas legales RELACIONADOS con su Negocio y atender cualquier problema legal que involucre a la mesa directiva y/o sus representantes derivados de las acciones directas que haya realizado para Cámara de Comercio.

Dirección

Su puesto consiste en planear, organizar, dirigir y controlar la operación interna a fin de hacerla rentable y proporcionar un excelente servicio; atendiendo aspectos administrativos relacionados con la operatividad de la Cámara, así como facilitar los procesos internos y su vinculación con afiliados, Secretaria del Trabajo, Secretaria de Economía, CEXPORTA, Dependencias Municipales y CONCANACO.

Asistencia de Dirección y Presidencia

Es la persona encargada de llevar la agenda de presidencia y dirección general.

Gerencia de Contabilidad

Es quien está encargado de esta gerencia y su objetivo es elaborar y proporcionar información administrativa y contable, logrando optimizar los recursos financieros, para llevar un control y registro de las operaciones, de forma que se cuente con información veraz, confiable y oportuna, de manera que se pueda contribuir a la toma de decisiones de la dirección.

Auxiliar Contable

La función del auxiliar contable es mantener en orden el registro de afiliaciones, en este momento este puesto no está cubierto y las actividades correspondientes las realiza el contador.

Agentes de SIEM

En este puesto son cuatro personas, su función consiste en dar a conocer la información completa y el registro en establecimientos en el Sistema de Información Empresarial Mexicano.

Gerencia de Servicios

Su objetivo es brindar la atención, seguimiento, servicio, asesoría y capacitación que se requieran, conforme a las necesidades e intereses de las empresas afiliadas a CANACO.

Agente de Servicios

Los agentes de servicios son cuatro ellos se encargan de llevar a cabo las afiliaciones y renovaciones de los afiliados”.³⁹

Bolsa de Trabajo

“Su objetivo es elaborar el perfil laboral adecuado para cada puesto de trabajo requerido por las empresas a través de la recepción de documentación, reclutamiento de personal, aplicación de entrevistas, capacitación y canalización a las empresas.

Asesor del Módulo México Emprende

Se encarga de promover asesoría, consultoría, programas y demás servicios que ofrece el módulo así como la vinculación con empresas y emprendedores.

Auxiliar de Limpieza

La persona encargada de esta área es quien debe de mantener en óptimas condiciones de limpieza y orden el área de trabajo de oficinas administrativas, salas de juntas y frente del edificio de CANACO SERVYTUR para dar a nuestros visitantes

³⁹Información retomada del Manual de Organización CANACO 2012

una excelente imagen, así como ofrecer equipo e instalaciones que brinden a los usuarios un servicio de calidad”.⁴⁰

Estos son los puestos o áreas en los que se estructura la CANACO SERVYTUR, y las funciones que se realizan en cada una de ellas, además de los nombres de las personas, que actualmente están al frente de cada puesto; para que sea más fácil la ubicación de los puestos o áreas existe un organigrama el cual se presenta en el esquema del subtema anterior del punto (Organigrama).

Marco Legal

“La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan se encuentra legislada por la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 20 de enero de 2005 y el decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones y del Código de Comercio publicado el 9 de junio de 2009.

Atribuciones

La Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan está constituida con este objeto por lo que debe acatar las siguientes disposiciones legales.

TÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Capítulo Primero

Disposiciones Generales

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público y de observancia en todo el territorio nacional.

⁴⁰Información retomada del Manual de Organización CANACO 2012

Tiene por objeto normar la constitución y funcionamiento de las Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo y de las Cámaras de Industria, así como de las Confederaciones que las agrupan.

También tiene por objeto normar al Sistema de Información Empresarial Mexicano.

Artículo 5.- Las instituciones constituidas y organizadas de acuerdo con esta Ley deberán usar en sus denominaciones los términos "Cámara" o "Confederación", seguidos de los vocablos que conforme a lo establecido en la misma, permitan identificar su circunscripción, actividad o giro según corresponda.”⁴¹

Empresas Registradas a la CANACO SERVYTUR Uruapan 2011

“Las empresas registradas afiliadas en el 2011 fueron 907, clasificadas como micro, pequeñas, medianas y grandes.

De las cuales 715 son micro empresas, estas se clasifican así de acuerdo al número de empleados que tienen, en este caso de 1 a 5 empleados, algunos los giros o actividades son: abarrotes, constructoras, tiendas de ropa, inmobiliarias, joyerías, escuelas de cómputo e inglés, cafeterías, zapaterías, carnicerías, entre otras.

Las empresas pequeñas se clasifican así cuando cuentan con 6 a 15 empleados en el año 2011 fueron 139 registradas bajo esta clasificación y sus actividades o giros son: Mueblerías, hoteles, empaques, hospitales farmacias, ferreterías, gasolineras entre otras

34 empresas medianas fueron las registradas en ese mismo año y se clasifican por contar con 16 a 25 empleados sus giros son: agencias de autos, constructoras, restaurant, gasolineras, ente otros.

⁴¹Ibidem

Tan solo 19 empresas grandes son las registradas en el año 2011 su clasificación depende de que tenga 25 empleados o más; los giros o actividades se van reduciendo y son: universidades, gasolineras, hoteles, agencias de autos, periódicos.

Para que estas empresas puedan ser afiliadas es requisito indispensable tener su registro ante hacienda para así contar con su inscripción al RFC y contemplarse como un negocio formalmente establecido que ha creado derechos y obligaciones como Persona Física o Moral".⁴²

Es importante aclarar que esta clasificación del tamaño de las empresas es de acuerdo a las necesidades de CANACO, que fue creada por la institución para su mejor funcionamiento.

Por otra parte conocer la estructura orgánica de CANACO SERVYTUR URUAPAN, sus objetivos, misión, visión y valores que viven cada día, así como su marco legal y las diferentes áreas de trabajo que tiene, permite identificar de manera más clara la importancia que tiene que una empresa este afiliada a esta institución y sobre todo los servicios y beneficios a los que tiene derecho y que debe de aprovechar en su totalidad.

⁴²Información retomada de la Base de Datos del 2012, del departamento de Contabilidad.

CAPÍTULO IV

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

La trascendencia que puede tener un Organismo como Cámara de Comercio, radica en la calidad y el compromiso de los servicios y beneficios que le ofrece a sus afiliados, lo que requiere de un arduo trabajo para mantener a estos informados sobre lo que les ofrece esta institución, generando así una participación de los empresarios con esta Cámara a través de la solicitud de algún servicio.

Es por ello que en este capítulo se explican los detalles de la investigación práctica, conociendo como se realizó la investigación y a quienes, así como el instrumento utilizado que permitirá aprobar la hipótesis a través de sus resultados, específicos de si son o no aprovechados los servicios y beneficios por sus afiliados.

Definición del Universo

La presente investigación se realizó con los afiliados a la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Uruapan, que durante el año 2012 se encontraban activos 845 denominándolos así como el total del universo de la población, la cual era muy amplia por lo que se tuvo que aplicar una muestra estadística que permitiera determinar a los sujetos de estudio de la investigación por lo que una vez aplicada esta muestra se obtuvo un resultado de 87 afiliados a quienes se les aplicó un instrumento de investigación que permitiera conocer si los afiliados realmente aprovechan o no los servicios que CANACO les ofrece al ser parte de los afiliados a esta misma.

Elaboración del Instrumento

Para poder realizar la investigación de campo acerca de: “el aprovechamiento de los servicios y beneficios que canaco ofrece a sus afiliados”, fue necesario plantearse una hipótesis que fue: “Los servicios y beneficios que ofrece CANACO SERVYTUR, no están siendo aprovechados en su totalidad por sus afiliados” una vez que se operacionalizó esta hipótesis (ver anexo 1), se diseñó un instrumento llamado cuestionario (ver anexo 2) que es una serie de preguntas divididas en diferentes rubros como: *Datos Generales* (tipo de empresa, membresía, antigüedad y número de empleados); *Servicios* (tomando en cuenta todos los servicios que CANACO ofrece a sus agremiados), *Beneficios* (Capacitaciones, Descuentos a Universidades, Renta de Salones, Módulo de México Emprende, Bolsa de trabajo) y finalmente se rescató la *opinión* que tienen los afiliados respecto a esta Cámara; haciendo un total de 37 preguntas de las cuales 30 fueron de opción múltiple y el resto preguntas abiertas; para tener una idea acerca del instrumento ya elaborado y distribuido de las preguntas (ver anexo 2).

Es importante mencionar que para la aplicación del cuestionario fue necesario utilizar una técnica como la entrevista directa que fue preguntar frente a frente al afiliado; para poder comprobar que el instrumento realmente fuera entendible se realizó una prueba piloto a cuatro afiliados muy allegados a esta institución quienes hicieron sus observaciones respecto al contenido y estructura del cuestionario el cual se tuvo que modificar porque había preguntas muy repetitivas, también se modificó la estructura del mismo ya que estaba muy amplio y se tuvieron que insertar dos cuadros incluyendo cuatro preguntas en cada uno.

Recopilación de Datos

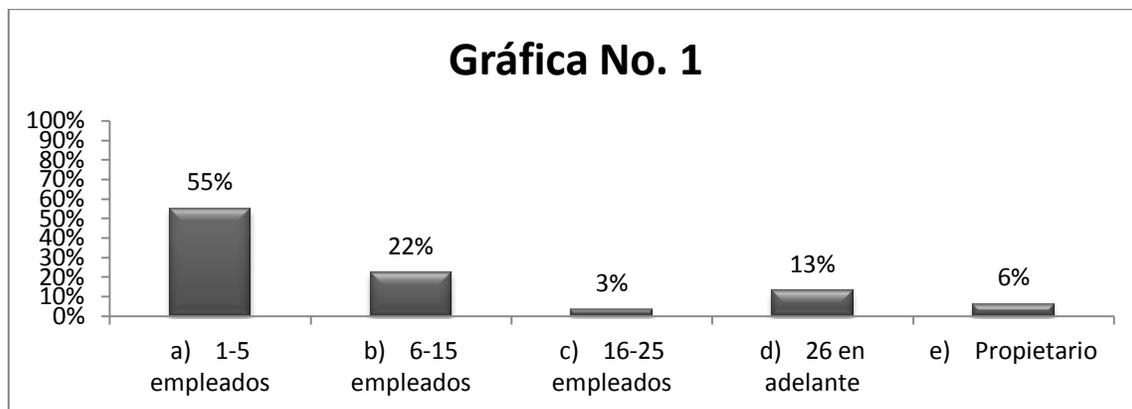
Para poder obtener la información a través del cuestionario fue necesario realizar visitas directamente a los afiliados, y realizarles una entrevista directa, sin embargo se encontraron varias limitantes, como el hecho de no encontrar a la persona indicada al momento de la visita que pudiera brindar la información requerida, por

lo que se tuvieron que implementar estrategias que facilitaran y agilizaran el rescate de la información, de tal manera que en algunos casos se dejó el instrumento y se les hizo una segunda o tercera visita para recogerlo ya contestado, cabe mencionar que cinco instrumentos no fueron regresados, además se realizaron llamadas solicitando el apoyo para responder a la encuesta a través de correo electrónico de 30 correos enviados solo se obtuvo respuesta de tres personas, la poca participación de los afiliados permitió finalmente rescatar 67 instrumentos en un periodo del 2 de noviembre al 21 de diciembre del 2012.

Presentación de Resultados

1. Número de Empleados:

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) 1-5 empleados	37	55%
b) 6-15 empleados	15	22%
c) 16-25 empleados	2	3%
d) 26 en adelante	9	13%
e) Propietario	4	6%
TOTAL:	67	100%



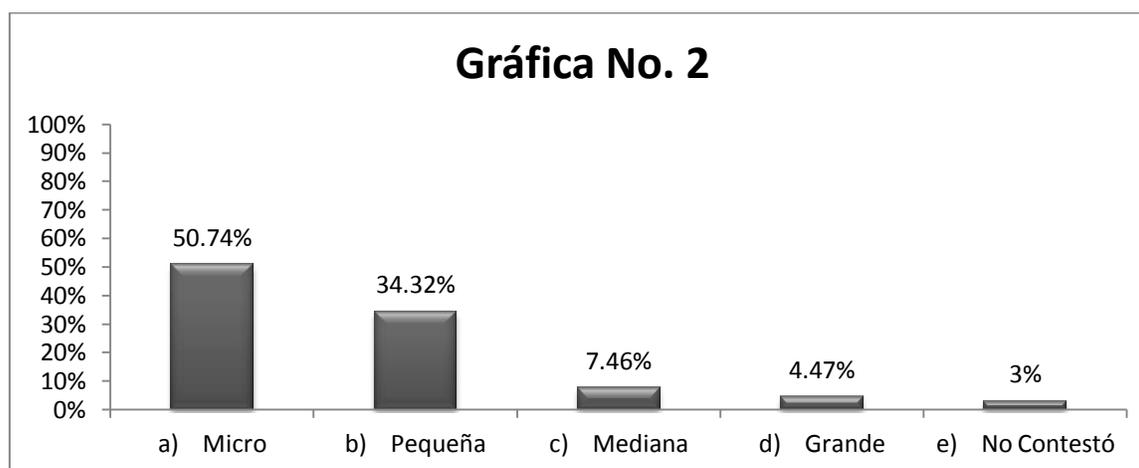
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

CANACO clasifica a las empresas en base al número de empleados y las considera micro cuando tienen de 1 a 5 empleados, pequeña de 6 a 15, mediana de 16 a 25 y grande de 25 empleados en adelante; en esta gráfica podemos observar que la mayor parte de empresas afiliadas a esta institución tienen de 1 a 5 empleados, lo que indica que de acuerdo a la clasificación de esta Cámara pertenecen a microempresas por su número de colaboradores, haciendo también referencia a la gráfica no. 2 en donde se observa que la mayor parte de empresas afiliadas a CANACO son micro; en el Marco Teórico la clasificación que hace Secretaría de Economía en México respecto a las empresas, puede apreciarse que el número de empleados aumenta por lo que se considera que la clasificación de CANACO fue realizada solo para su funcionamiento.

2. Tipo de Empresa

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Micro	34	50.74%
b) Pequeña	23	34.32%
c) Mediana	5	7.46%
d) Grande	3	4.47%
e) No Contestó	2	3%
TOTAL:	67	100%



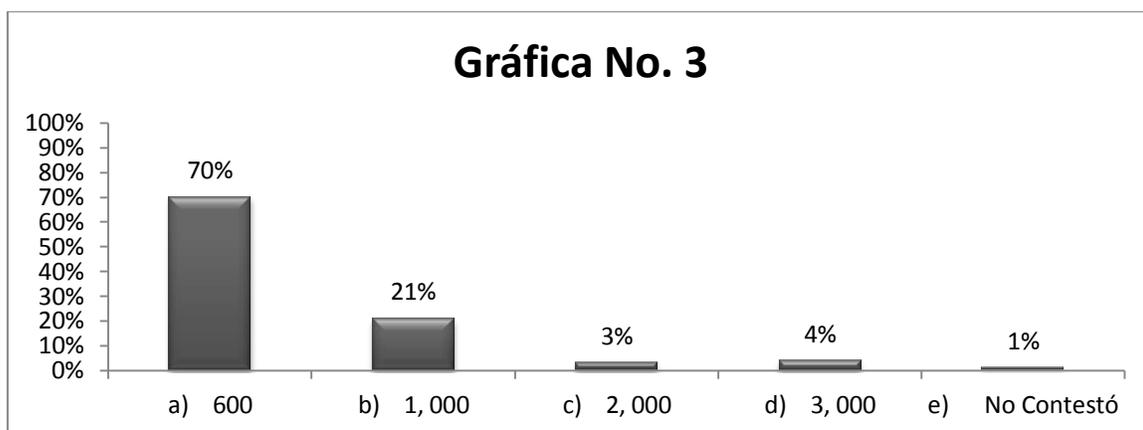
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Esta gráfica se puede comparar con la anterior, al observar que la mayor parte de las empresas afiliadas a CANACO SERVYTUR son micro, por lo que su personal está conformado de uno a cinco personas; y de acuerdo a la base de datos de los afiliados registrados durante el 2012, las micro empresas ocupan un 77% y las empresas pequeñas el 15%. Sin embargo en estos datos hay algunas empresas que han registrado menos empleados de los que tienen lo que puede deberse a que pagarían un costo menor por su afiliación como se puede ver en la gráfica no. 3.

3.- ¿Cuánto paga por su membresía?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) 600	47	70%
b) 1, 000	14	21%
c) 2, 000	2	3%
d) 3, 000	3	4%
e) No Contestó	1	1%
TOTAL:	67	99%



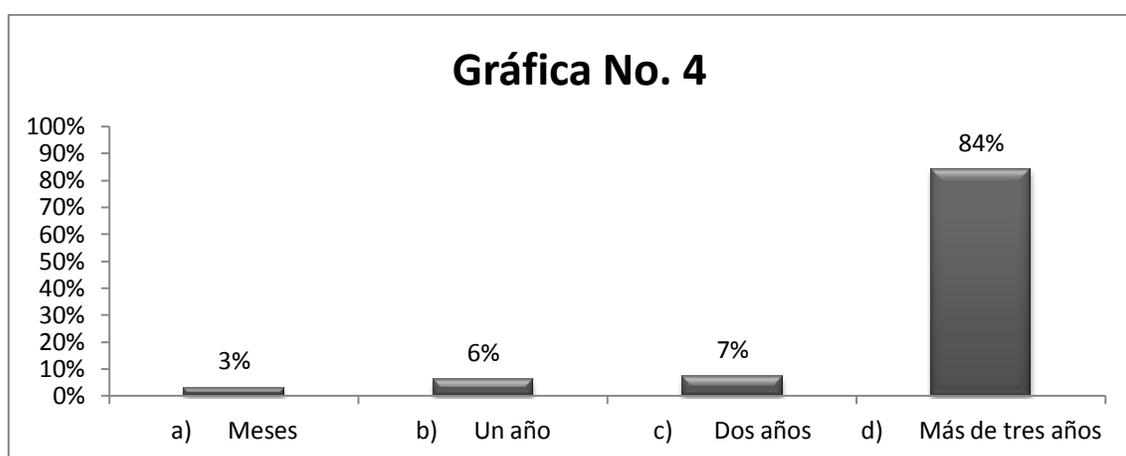
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

De acuerdo al tipo de empresa con la que se afilien los comercios establecidos a CANACO, se paga la anualidad que va desde los \$ 600 a los \$ 3, 000 pesos; en esta gráfica se puede apreciar que la mayoría de las empresas encuestadas pagan \$ 600 pesos que corresponden a la micro empresa, pero el porcentaje de las micro no corresponden al número de empresas señaladas en la gráfica anterior, esto se puede deber a que aun siendo considerada una empresa micro, pequeña, mediana o grande no hay restricción para afiliarse con la membresía que el afiliado decida; cabe mencionar que el tipo de empresa y de afiliación se va determinando por el giro, y en su mayoría la actividad que realizan es venta de ropa, abarrotes, bisutería, ferretería, pinturas, materiales para la construcción o bien son empresas de servicios turísticos.

4.- ¿Cuánto tiempo tiene usted formando parte de los afiliados a CANACO SERVYTUR?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Meses	2	3%
b) Un año	4	6%
c) Dos años	5	7%
d) Más de tres años	56	84%
TOTAL:	67	100%



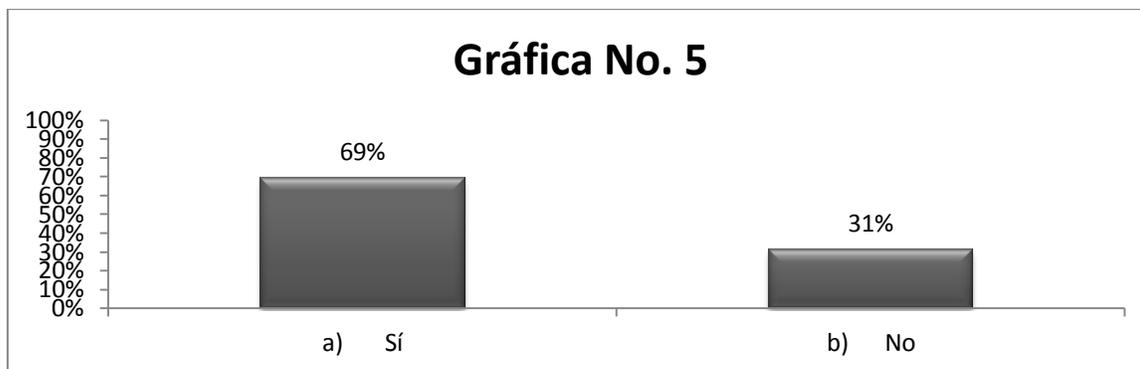
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Cámara Nacional de Comercio tiene como misión apoyar, asesorar y representar al comercio establecido, a esto se debe que la antigüedad de la mayoría de los afiliados a CANACO sea superior a los tres años, sin embargo a pesar de tener más de tres años afiliados no todos conocen los servicios y beneficios a los que tienen derecho como lo indica la gráfica no. 6; al momento de realizar la encuesta 3 personas mencionaron que estaban afiliadas a CANACO por obligación cuando a partir del año de 1989 deja de ser obligatorio para los comercios estar afiliado a una Cámara.

5.- ¿Conoce usted los servicios y beneficios a los que tiene derecho al ser afiliado a CANACO SERVYTUR?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	46	69%
b) No	21	31%
TOTAL:	67	100%



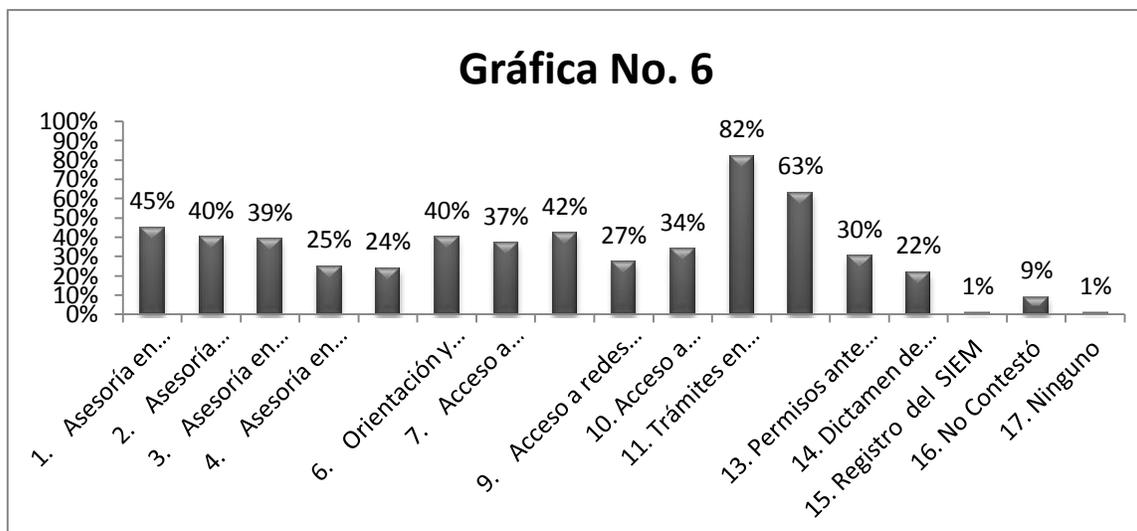
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Esta gráfica muestra que la mayoría de los afiliados entrevistados sí conocen los servicios a los que tienen derecho, sin embargo es un alto porcentaje los que no los conocen a pesar de tener más de tres años perteneciendo a CANACO, se pueden comparar estos resultados con los de la gráfica siguiente en donde se aprecia que no todos los servicios son conocidos por los afiliados, aun cuando al momento de afiliarse se hacen acreedores a estos servicios que les son mostrados a través de un listado de acuerdo a la afiliación que ellos desean ya sea micro, pequeña, mediana o grande empresa; otro medio por el cual se dan a conocer estos servicios es a través de una página web con la que cuenta esta institución. Aquellos que mencionaron que no conocen los servicios y beneficios a los que tienen derecho señalaron “que no se les ha dado información al respecto, pero tampoco ellos han hecho por conocer más a la institución a la que pertenecen y por la que pagan una cuota”.

6. ¿De los servicios que CANACO le ofrece cuáles conoce?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1. Asesoría en trámite de registro de marca	30	45%
2. Asesoría Jurídica, Contable y Fiscal.	27	40%
3. Asesoría en trámites ante Hacienda	26	39%
4. Asesoría en declaración anual de prima de riesgo de trabajo	17	25%
5. Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas descentralizadas	16	24%
6. Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia	27	40%
7. Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares	25	37%
8. Acceso gratuito a eventos de información	28	42%
9. Acceso a redes de negocios	18	27%
10. Acceso a convenio con afiliados	23	34%
11. Trámites en Licencia Municipal	55	82%
12. Trámites en Licencia de Anuncios	42	63%
13. Permisos ante Tránsito Municipal	20	30%
14. Dictamen de Protección Civil	15	22%
15. Registro del SIEM	1	1%
16. No Contestó	6	9%
17. Ninguno	1	1%



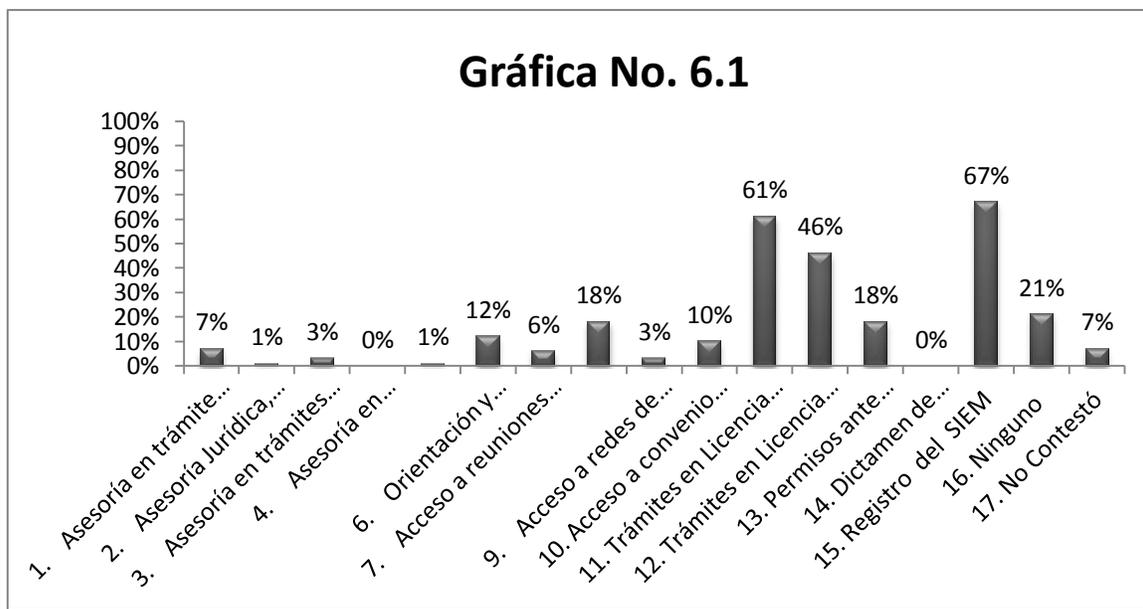
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

La presente gráfica indica que los servicios más conocidos por los afiliados a CANACO son los relacionados con trámites de licencia municipal y anuncios; pero es importante señalar que existe un desconocimiento de los servicios a los que tienen derecho los afiliados, y esto determina que los servicios no están siendo aprovechados en su totalidad, como puede apreciarse en la gráfica no. 6.1 que indica cuales servicios son utilizados por los afiliados. Cabe señalar que por el giro de empresa a la que pertenecen tampoco requieren de los servicios, por ejemplo aquellos que son microempresas como tiendas de ropa, estéticas, tiendas de abarrotes, etcétera, no requieren de un trámite de licencia de uso de suelo y menos podrían acceder a una red de negocio ya que el capital que manejan no sería suficiente.

6.1 ¿De los servicios que CANACO le ofrece, cuáles ha utilizado?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1. Asesoría en trámite de registro de marca	5	7%
2. Asesoría Jurídica, Contable y Fiscal.	1	1%
3. Asesoría en trámites ante Hacienda	2	3%
4. Asesoría en declaración anual de prima de riesgo de trabajo	0	0%
5. Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas descentralizadas	1	1%
6. Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia	8	12%
7. Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares	4	6%
8. Acceso gratuito a eventos de información	12	18%
9. Acceso a redes de negocios	2	3%
10. Acceso a convenio con afiliados	7	10%
11. Trámites en Licencia Municipal	41	61%
12. Trámites en Licencia de Anuncios	31	46%
13. Permisos ante Tránsito Municipal	12	18%
14. Dictamen de Protección Civil	0	0%
15. Registro del SIEM	67	67%
16. Ninguno	14	21%
17. No Contestó	5	7%



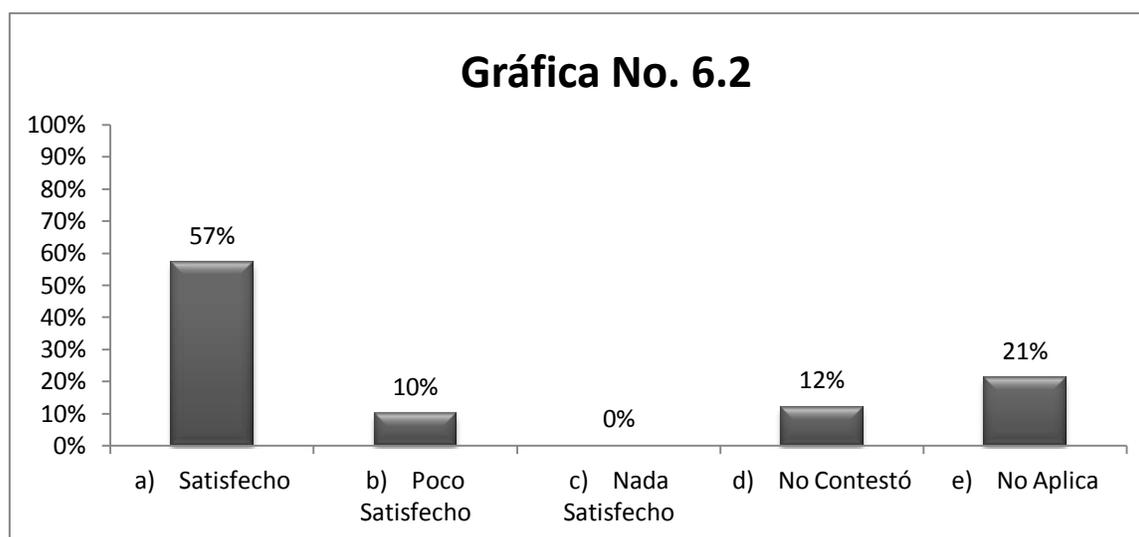
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

La presente gráfica indica cuales de los servicios a los que tienen derecho los afiliados son realmente utilizados por estos, y se aprecia que el principal es el registro al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) que solo es un registro de la ubicación de los negocios y de su actividad o giro, este registro se hace automáticamente al pagar la membresía él afiliado; otros de los servicios más utilizados por los afiliados es el de trámites de licencias municipales y anuncios luminosos; trámite que solo se realiza una vez por año, ya sea para resello o reposición de cualquiera de las licencias. La realidad es que son pocos los servicios utilizados por los afiliados esto puede deberse a la falta de difusión por parte de CANACO, como se observa en la gráfica no. 7 en donde los mismos afiliados sugieren que se den a conocer estos servicios.

6.2 ¿Cómo se siente con la atención que le dieron?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Satisfecho	38	57%
b) Poco Satisfecho	7	10%
c) Nada Satisfecho	0	0%
d) No Contestó	8	12%
e) No Aplica	14	21%
TOTAL:	67	100%



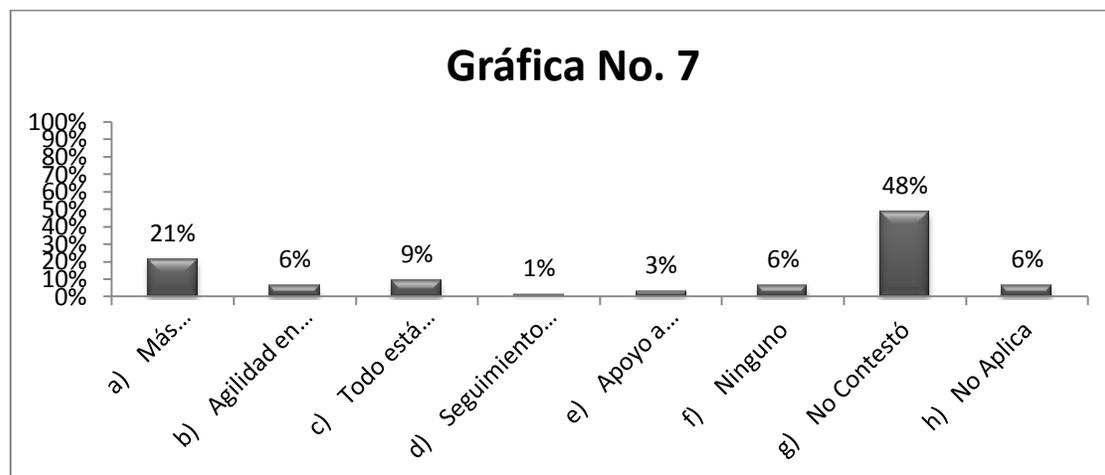
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica muestra que la mayoría de los afiliados hay una satisfacción por la atención que CANACO les dio al solicitar algún servicio, pero sí se comparan los resultados con la gráfica no. 7 serían una contradicción, ya que los afiliados solicitan mayor difusión de los servicios, agilidad y seguimiento en los trámites y un trato por igual a todos los afiliados. Cabe mencionar que algunos de los afiliados no respondieron a esta pregunta porque no han utilizado ningún servicio, como lo puede apreciar en la gráfica no. 6.1.

7. ¿Respecto a las asesorías y trámites algún comentario y/o sugerencia?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Más difusión de los servicios	14	21%
b) Agilidad en la solución de los trámites	4	6%
c) Todo está bien	6	9%
d) Seguimiento en los tramites	1	1%
e) Apoyo a todos los afiliados por igual	2	3%
f) Ninguno	4	6%
g) No Contestó	32	48%
h) No Aplica	4	6%
TOTAL:	67%	100%



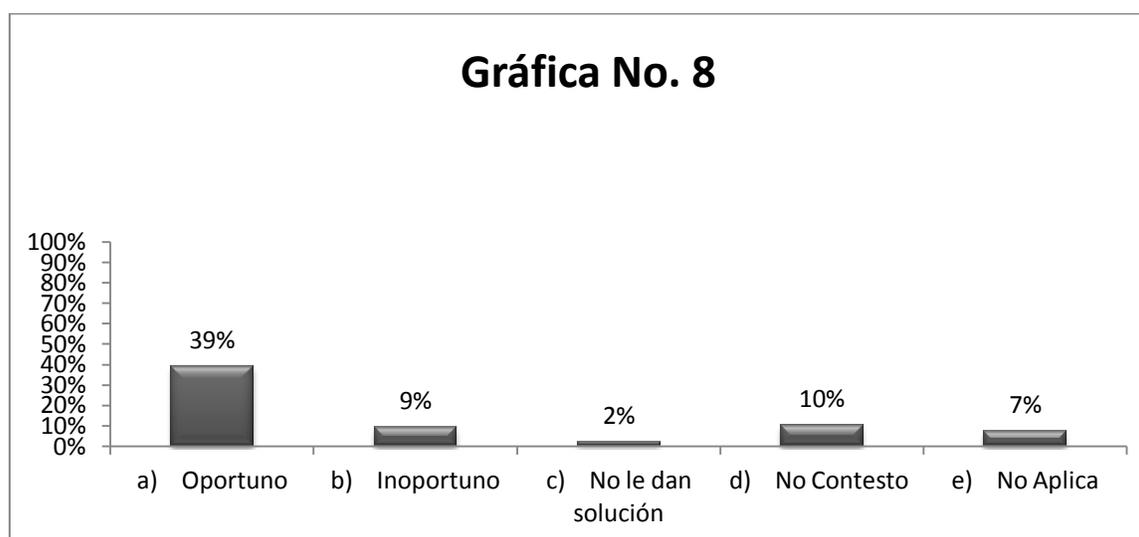
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Un alto porcentaje de afiliados omitieron su comentario o sugerencia posiblemente porque no aprovechan los servicios que CANACO les ofrece como lo podemos apreciar en la gráfica no. 6.1 y desconocen los procesos de estos mismos; para quienes sí dieron su opinión consideran importante dar difusión a los servicios y dar agilidad y seguimiento a los trámites que se solicitan lo cual indica que estos deben mejorar.

8. ¿El tiempo que tardan en darle solución al servicio(s) solicitado es?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Oportuno	39	58%
b) Inoportuno	9	13%
c) No le dan solución	2	3%
d) No Contestó	10	15%
e) No Aplica	7	10%
TOTAL:	67	99%



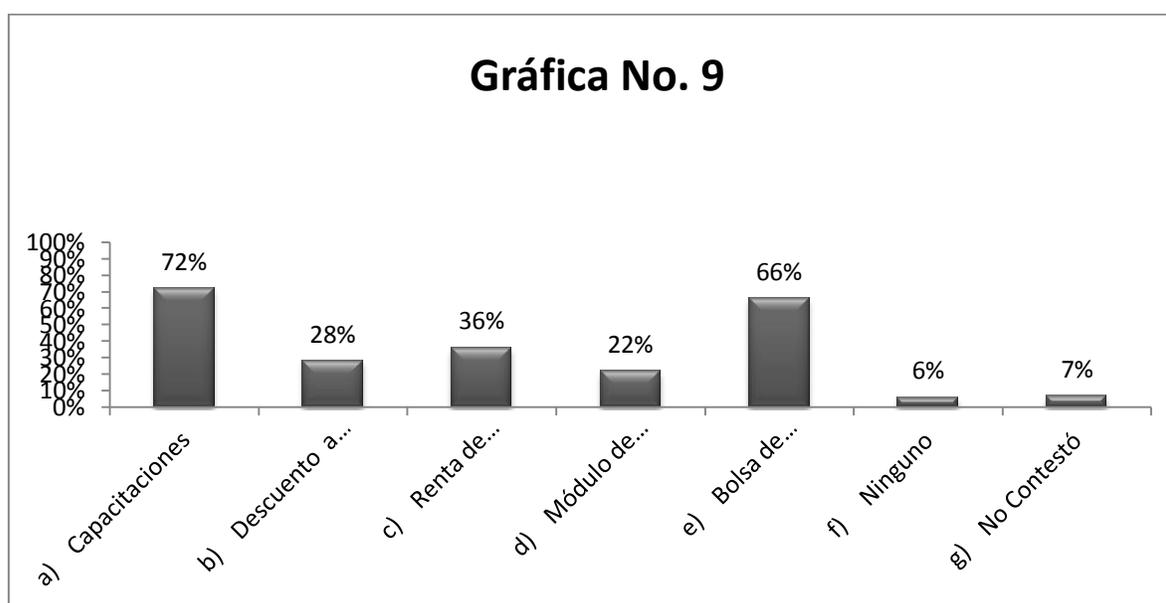
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los afiliados que han solicitado un trámite a CANACO consideran oportuno el tiempo en que se le da solución a este mismo, esto se refleja en la gráfica no. 6.2 en donde los afiliados se sienten satisfechos por la atención recibida por parte de CANACO.

9. ¿De los beneficios que CANACO le ofrece cuáles conoce?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Capacitaciones	48	72%
b) Descuento a Universidades	19	28%
c) Renta de Salones	24	36%
d) Módulo de México Emprende	15	22%
e) Bolsa de Trabajo	44	66%
f) Ninguno	4	6%
g) No Contestó	5	7%



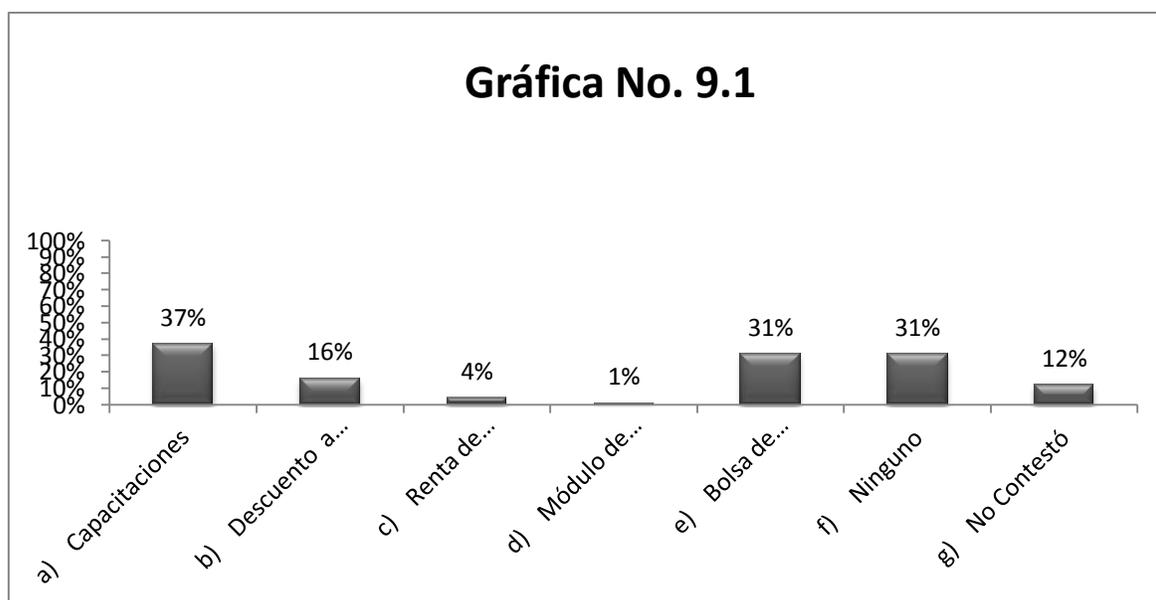
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

CANACO ofrece a sus afiliados diferentes beneficios sin embargo en esta gráfica se puede apreciar que no todos los afiliados tienen conocimiento de ellos a pesar de que estos marcan la diferencia entre una y otra membresía porque a partir de la afiliación pequeña los afiliados tienen descuentos en universidades, cursos de capacitación, renta de salones y pases gratuitos a conferencias magistrales.

9.1. ¿De los beneficios que CANACO le ofrece cuales ha utilizado?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Capacitaciones	25	37%
b) Descuento a Universidades	11	16%
c) Renta de Salones	3	4%
d) Módulo de México Emprende	1	1%
e) Bolsa de Trabajo	21	31%
f) Ninguno	21	31%
g) No Contestó	8	12%



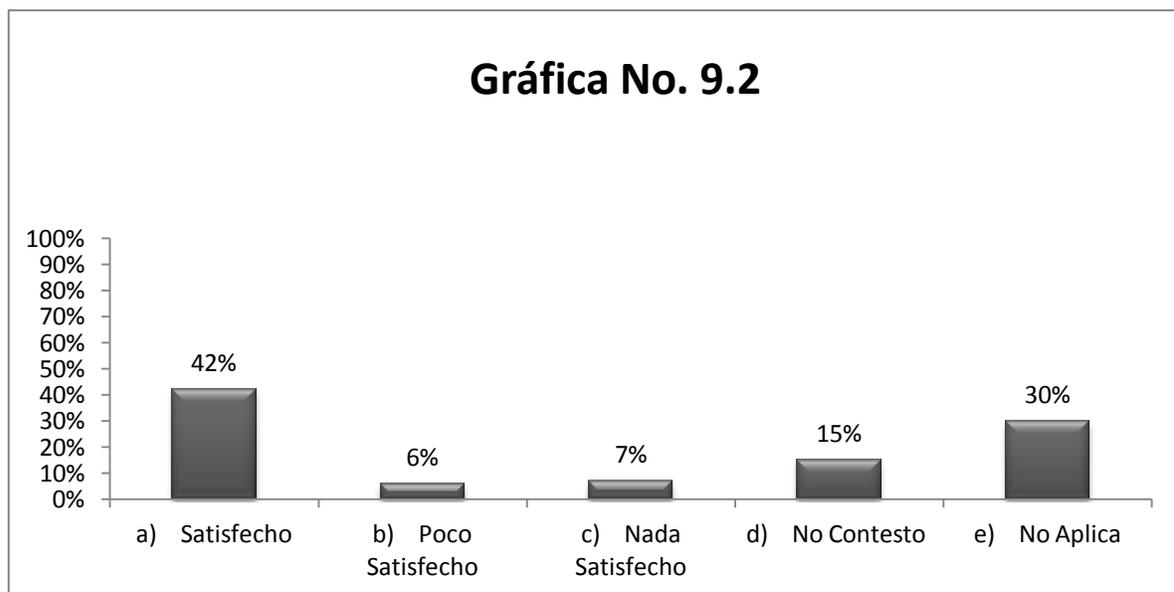
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

CANACO SERVYTUR, además de ofrecer asesorías y trámites a sus afiliados les brinda diferentes beneficios que dependen de la membresía que tengan; en esta gráfica se puede apreciar que las capacitaciones son de los beneficios más utilizados por los afiliados, cabe mencionar que esta capacitación es a través de cursos como se aprecia en la gráfica 12.1 estos cursos han sido de ventas, contables o fiscales. Por otra parte la gráfica también permite apreciar que los beneficios no son aprovechados en su totalidad por los afiliados.

9.2 ¿Cómo se siente con la atención que le dieron?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Satisfecho	28	42%
b) Poco Satisfecho	4	6%
c) Nada Satisfecho	5	7%
d) No Contesto	10	15%
e) No Aplica	20	30%
TOTAL:	67	100%



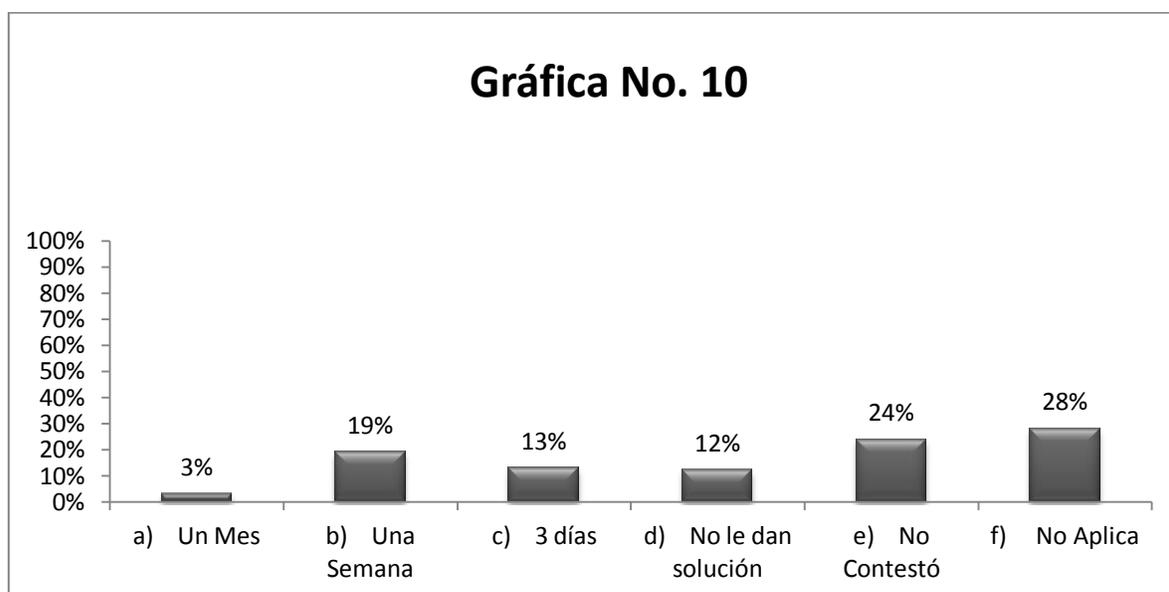
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Una buena atención es una parte fundamental que se debe de cuidar dentro de las empresas para que éstas tengan el éxito deseado puesto que sí se descuida este elemento los clientes se pueden retirar; en CANACO no es la excepción, sin embargo lo que determina que el afiliado se sienta satisfecho depende de varios aspectos, como la agilidad de los trámites que soliciten, o simplemente que se le dé una buena atención cuando solicite algún beneficio.

10. ¿Cuánto tardan en darle solución al beneficio que solicita?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Un Mes	2	3%
b) Una Semana	13	19%
c) 3 días	9	13%
d) No le dan solución	8	12%
e) No Contestó	16	24%
f) No Aplica	19	28%
TOTAL:	67	100%



Fuente: Encuesta Directa 2012

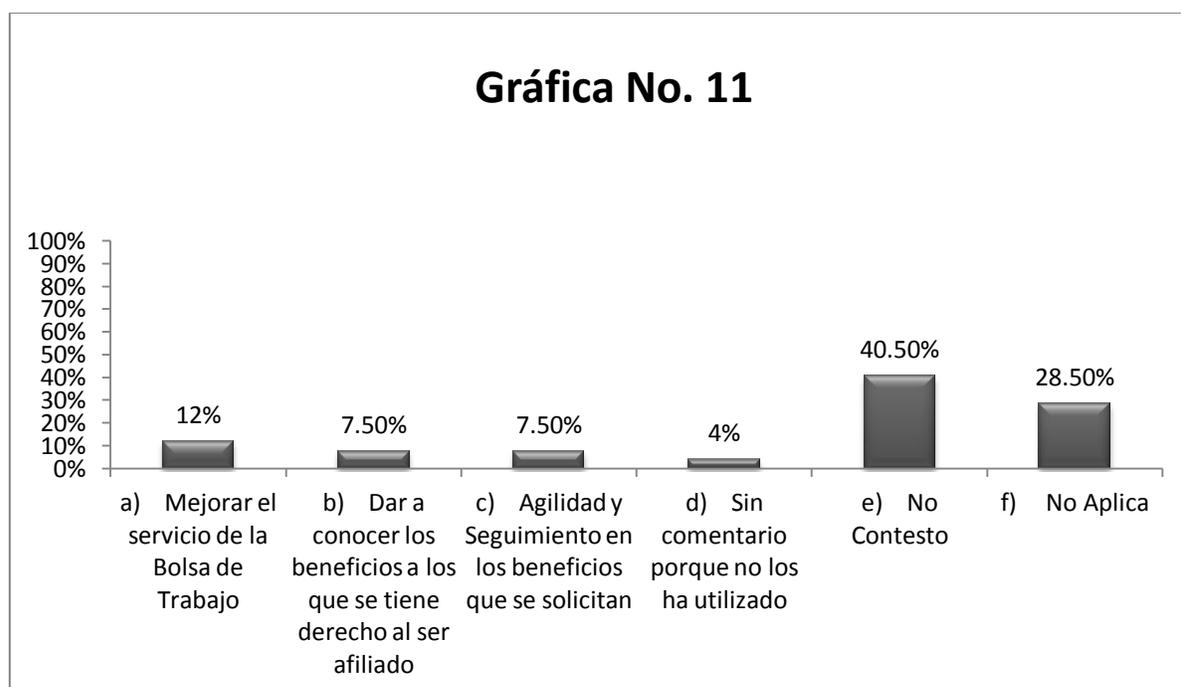
INTERPRETACIÓN

La presente gráfica nos muestra, que el tiempo promedio en el que se le da solución a un beneficio solicitado, va de tres días a una semana; según los afiliados esto puede ser ya que para poder hacer uso de los beneficios no se requieren de más tiempo, por ejemplo en el caso de reservar un lugar para alguna capacitación o renta de salones solo basta con llamar y reservar, excepto para la Bolsa de trabajo en donde se requiere de más tiempo para publicar la vacante y enviar prospectos.

11. ¿Respecto a los beneficios que ha solicitado, tiene algún comentario y/o sugerencia?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Mejorar el servicio de la Bolsa de Trabajo	8	12%
b) Dar a conocer los beneficios a los que se tiene derecho al ser afiliado	5	7.5%
c) Agilidad y Seguimiento en los beneficios que se solicitan	5	7.5%
d) Sin comentario porque no los ha utilizado	3	4%
e) No Contestó	27	40.5%
f) No Aplica	19	28.5%
TOTAL:	67	100%

Gráfica No. 11



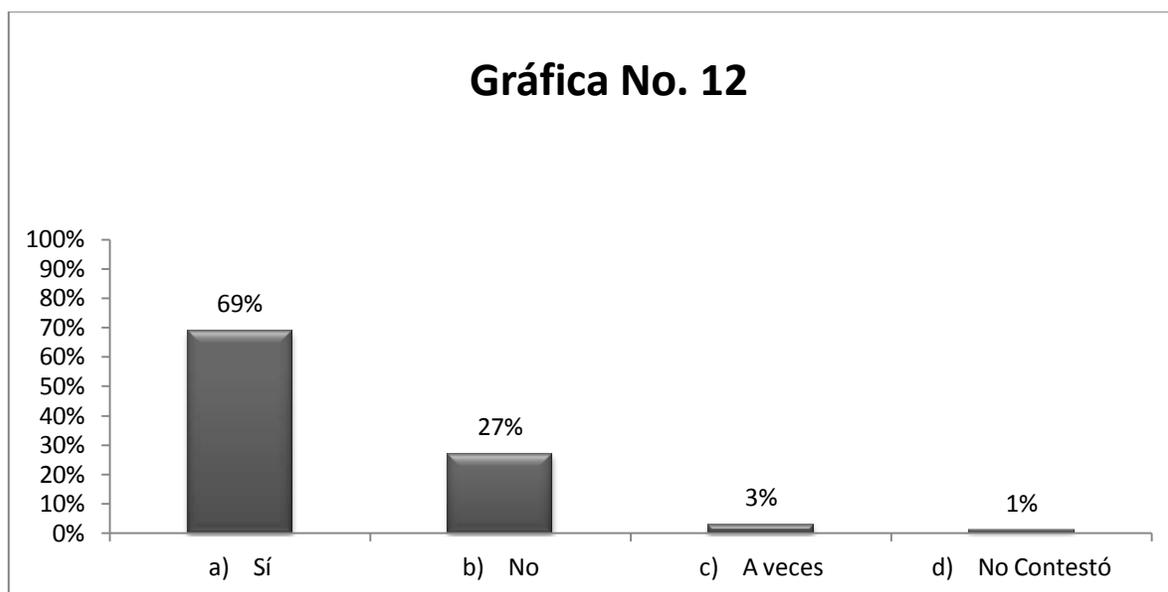
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Puede observarse en esta gráfica, como al cuestionar al afiliado respecto a las sugerencias o comentarios sobre los beneficios que estos reciben, es poca la información que se puede rescatar puesto que la mayoría no contestaron a esta pregunta y quienes lo hicieron piden que se mejore el proceso de la Bolsa de Trabajo, que cabe mencionar que no es un proceso rápido ya que depende mucho de que el solicitante de empleo cumpla con el perfil que la empresa solicite para poder enviarle personal. Por otra parte podemos apreciar que se requiere dar un poco más de difusión a los beneficios a los que tienen derecho los afiliados para así poder aprovecharlos.

12. ¿Le envían información acerca de los cursos que habrá durante el año?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	46	69%
b) No	18	27%
c) A veces	2	3%
d) No Contestó	1	1%
TOTAL:	67	100%



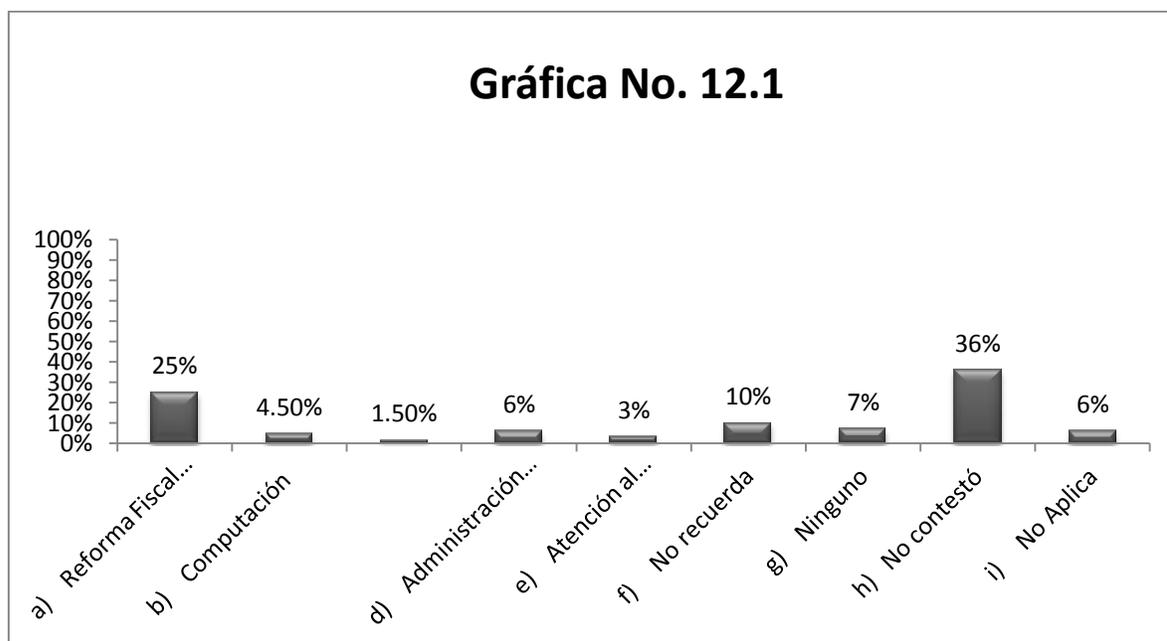
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Es importante señalar que la presente gráfica, muestra que la mayor parte de los afiliados sí reciben información respecto a los cursos de capacitación que son programados por esta institución, uno de los medios de comunicación entre CANACO y los afiliados es el correo electrónico, por lo que quizá aquellos que no reciben información se debe a que no manejan este medio de comunicación o bien a que el correo no es correcto.

12.1 ¿Qué cursos conoce que haya dado CANACO?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Reforma Fiscal y Laboral	17	25%
b) Computación	3	4.5%
c) Facturación Electrónica	1	1.5%
d) Administración para el pequeño comercio	4	6%
e) Atención al Cliente	2	3%
f) No recuerda	7	10%
g) Ninguno	5	7%
h) No contestó	24	36%
i) No Aplica	4	6%
TOTAL:	67	99%



Fuente: Encuesta Directa 2012

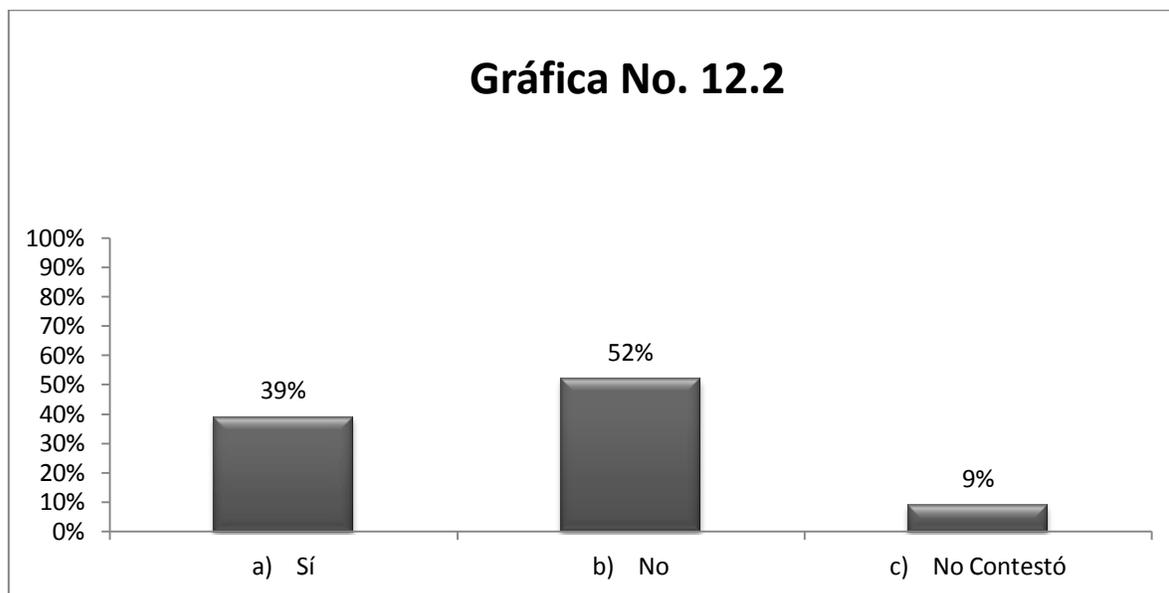
INTERPRETACIÓN

Esta gráfica muestra que los cursos que tienen que ver con la parte fiscal o laboral son los más conocidos por los afiliados. En el marco teórico se aprecia que los afiliados que pagan por una membresía grande tienen un pase gratuito al curso de

Reforma Fiscal, lo que puede influir para que sea de los más conocidos; por otra parte se sigue observando que los afiliados se muestran un poco reservados al no contestar a esta pregunta, lo que nos puede indicar, que no conocen que cursos les ofrece CANACO aun cuando en la gráfica no. 9.1 indica la mayoría de los afiliados, que sí conocen los beneficios a los que tienen derecho principalmente las capacitaciones.

12.2 ¿Ha asistido a un curso que haya realizado CANACO?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	26	39%
b) No	35	52%
c) No Contestó	6	9%
TOTAL:	67	100%



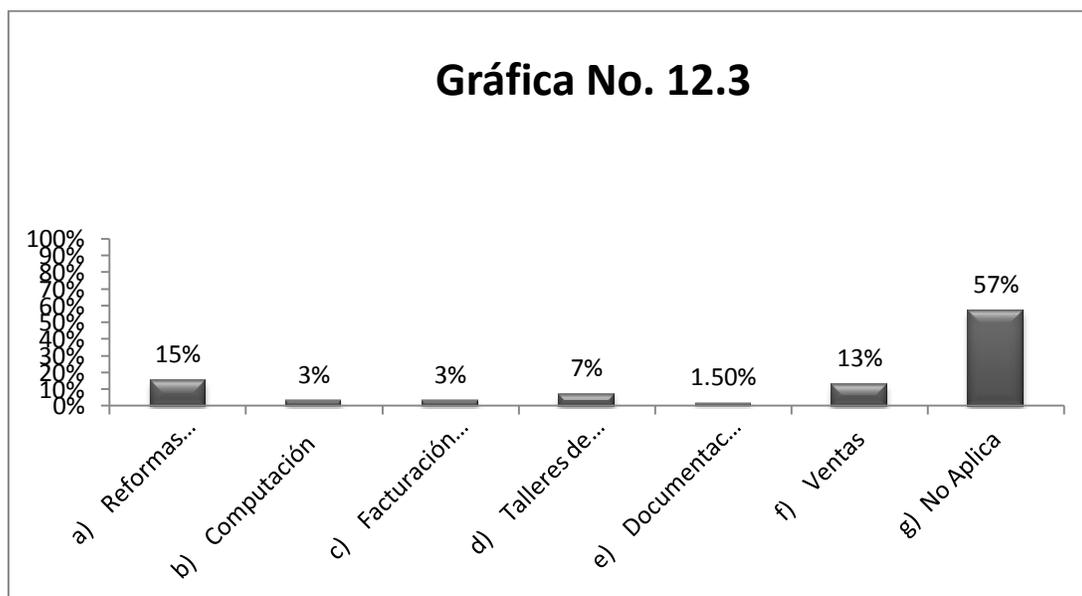
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica es evidente que la mayoría de los afiliados no aprovechan las capacitaciones que CANACO les ofrece aun cuando la afiliación pequeña, mediana o grande tienen un descuento en cursos o talleres, o bien porque los temas propuestos no son del interés de los empresarios por la diversidad de giros empresariales.

12.3 ¿Cuáles?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Reformas Fiscales o Laborales	10	15%
b) Computación	2	3%
c) Facturación Electrónica	2	3%
d) Talleres de Negocios	5	7%
e) Documentación Laboral	1	1.5%
f) Ventas	9	13%
g) No Aplica	38	57%
TOTAL:	67	99.5%



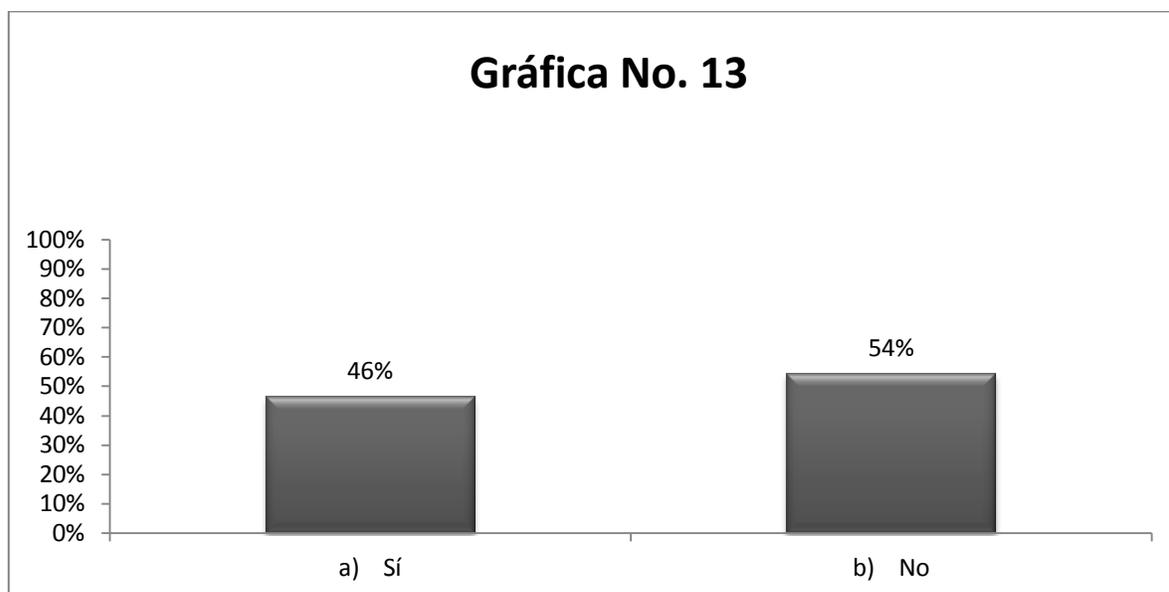
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

La gráfica no. 12.1 se puede comparar con esta, ya que las capacitaciones que más se conocen y a las que más se asisten son de Reforma Fiscal, aunque también es de interés para los afiliados lo que tenga que ver con la parte de ventas puesto que todas las empresas afiliadas a Cámara de Comercio tienen que ver con la parte de ofertar servicios o productos.

13. ¿Utiliza el servicio de la Bolsa de Trabajo?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	31	46%
b) No	36	54%
TOTAL:	67	100%



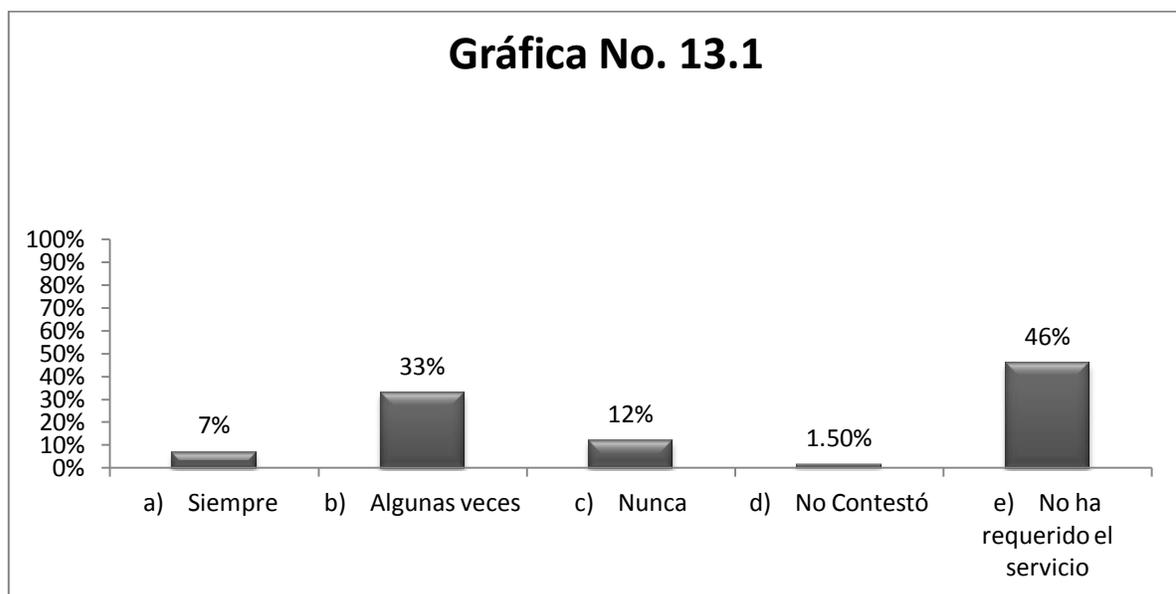
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Si se compara esta gráfica con la no. 9.1, se observa que la Bolsa de Trabajo, es uno de los beneficios más utilizados por los afiliados, obviamente no por la mayoría de estos, porque la mayor parte de los afiliados son micro empresas que no requieren de empleados, ya que son atendidas por los mismos empresarios.

13.1 ¿Los prospectos que le envían de la Bolsa de Trabajo cumplen el perfil solicitado?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Siempre	5	7%
b) Algunas veces	22	33%
c) Nunca	8	12%
d) No Contestó	1	1.5%
e) No ha requerido el servicio	31	46%
TOTAL:	67%	99.5%



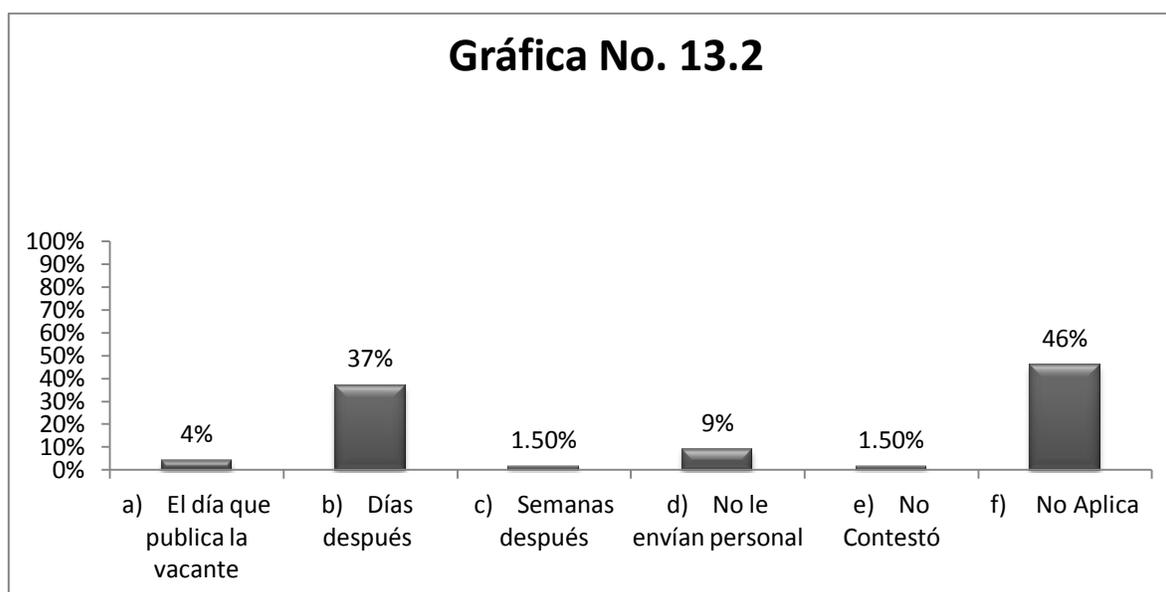
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En la gráfica no. 11 los afiliados sugieren que se mejore el servicio de la Bolsa de Trabajo, una de las razones por las cuales se pudo haber hecho esta sugerencia es la que se nos muestra en esta gráfica, en la que la mayor parte de los afiliados que hacen uso de este beneficio comentan que algunas veces el prospecto enviado no cumple con el perfil requerido el cual se determina por diversos aspectos como: la edad, escolaridad, experiencia laboral, estado civil, etc.

13.2 ¿El tiempo en enviarle prospectos para su vacante es?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) El día que publica la vacante	3	4%
b) Días después	25	37%
c) Semanas después	1	1.5%
d) No le envían personal	6	9%
e) No Contestó	1	1.5%
f) No ha requerido el servicio	31	46%
TOTAL:	67	99%



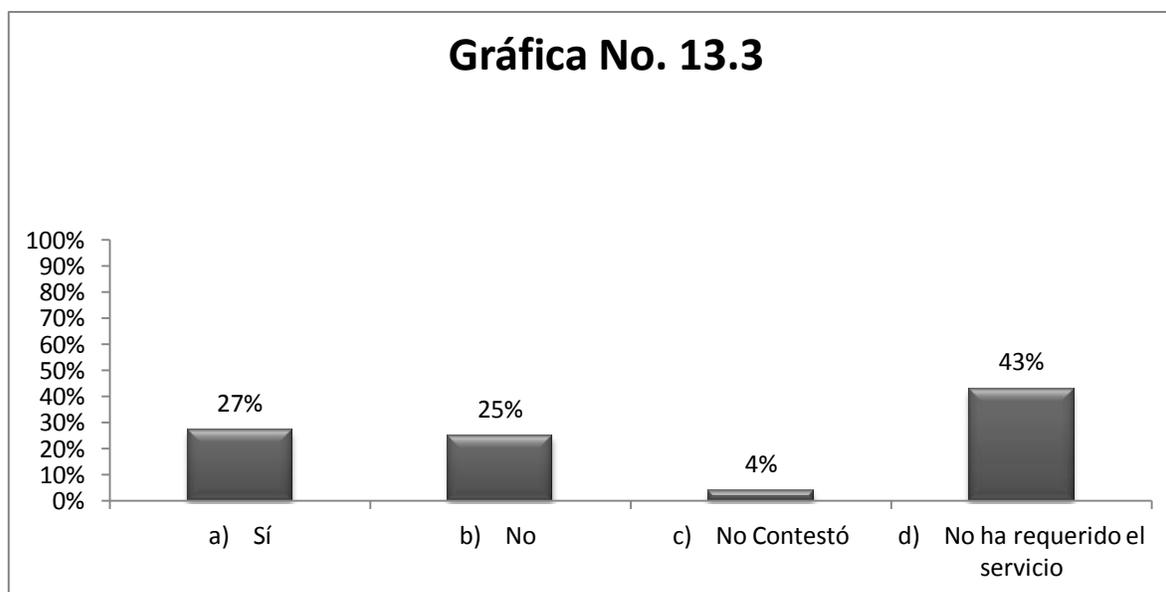
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

El proceso de la Bolsa de Trabajo de acuerdo al Manual de Organización de CANACO SERVYTUR, indica que una vez publicada la vacante, se revisará la base de datos, para comparar el perfil solicitado con el del solicitante de empleo, y promover esta misma dentro de los prospectos, si estos están interesados en la vacante se les enviará a una entrevista; por lo que lleva más de un día poder enviar personal a las empresas.

13.3 ¿Se siente satisfecho con el servicio que le ofrecen en la Bolsa de Trabajo?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	18	27%
b) No	17	25%
c) No Contestó	3	4%
d) No ha requerido el servicio	29	43%
TOTAL:	67	99%



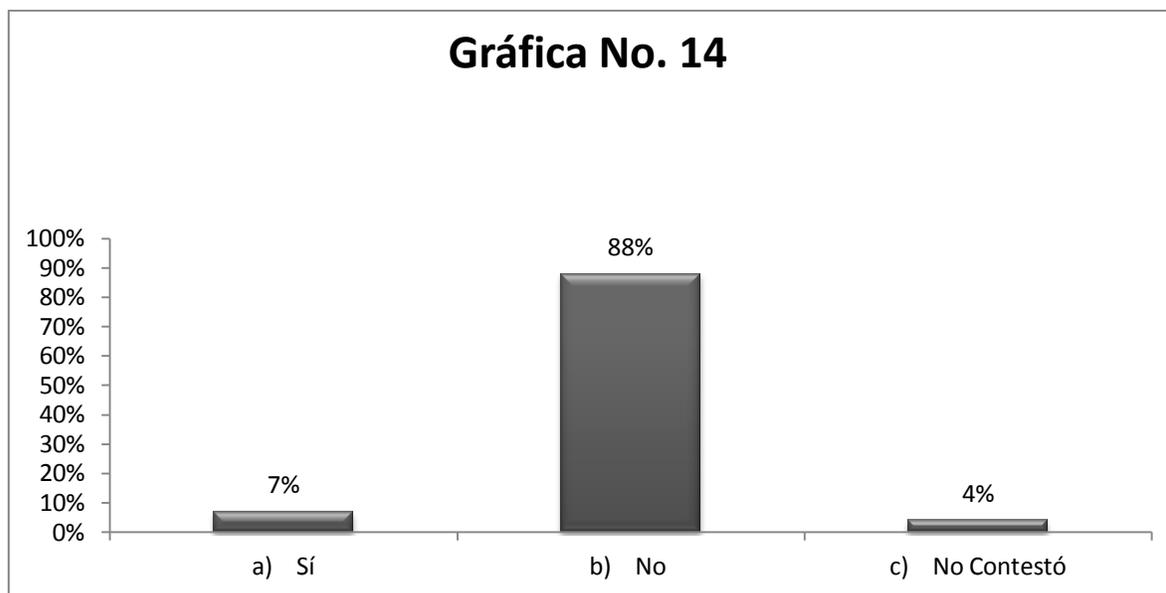
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Esta gráfica muestra cómo se sienten los afiliados con el servicio de la Bolsa de Trabajo, seguramente el motivo por el cual algunos se sienten satisfechos, es porque se les envió personal con el perfil solicitado, quienes no se sienten satisfechos puede deberse a dos motivos: que el personal no haya cumplido con lo requerido por parte de la empresa que publicó la vacante o bien porque no les enviaron personal, que en ocasiones esto sucede sí a los solicitantes de empleo no les interesa la vacante o no cubrieron con el perfil.

14. ¿Ha solicitado la renta de salones?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	5	7%
b) No	59	88%
c) No Contestó	3	4%
TOTAL:	67	99%



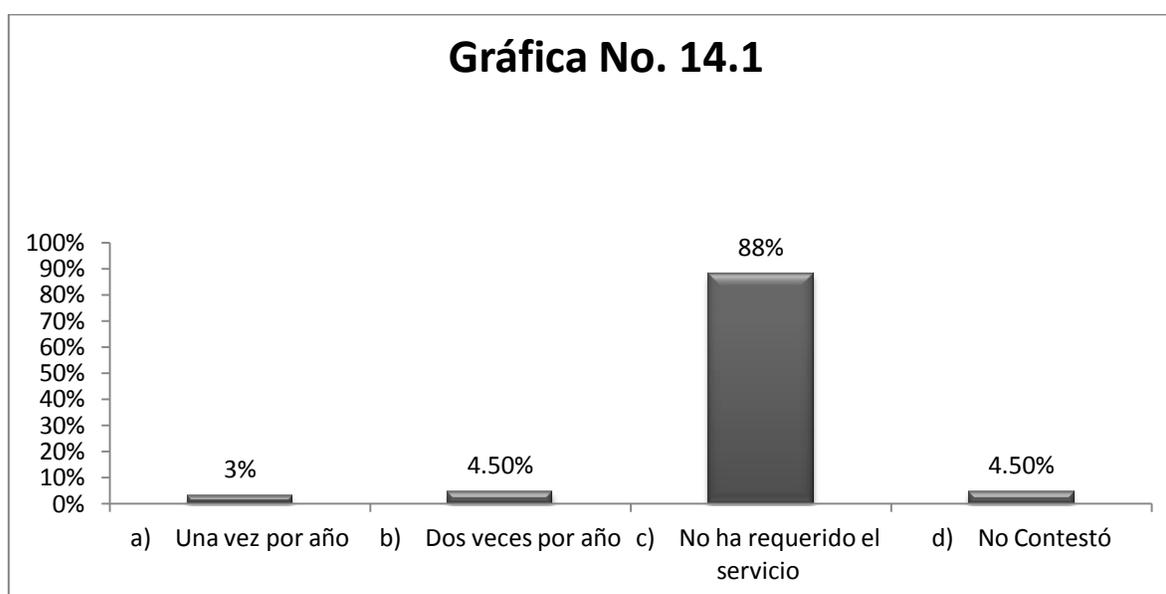
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Es evidente que la renta de salones es uno de los beneficios que la mayoría de los afiliados no solicitan, lo que indica que este beneficio no es aprovechado por ellos, esto puede estar determinado porque la mayoría de los afiliados a CANACO son micro empresas, como se aprecia en la gráfica no. 2; por su giro o actividad no necesitan hacer uso de un salón ya que por lo regular lo ocupan empresas que tienen un mayor número de empleados a los que les ofrecen capacitaciones, o las empresas que organizan reuniones para sus clientes, ya sea para demostración de sus productos o capacitaciones.

14.1 ¿Con qué frecuencia utiliza los salones?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Una vez por año	2	3%
b) Dos veces por año	3	4.5%
c) No ha requerido el servicio	59	88%
d) No Contestó	3	4.5%
TOTAL:	67	100%



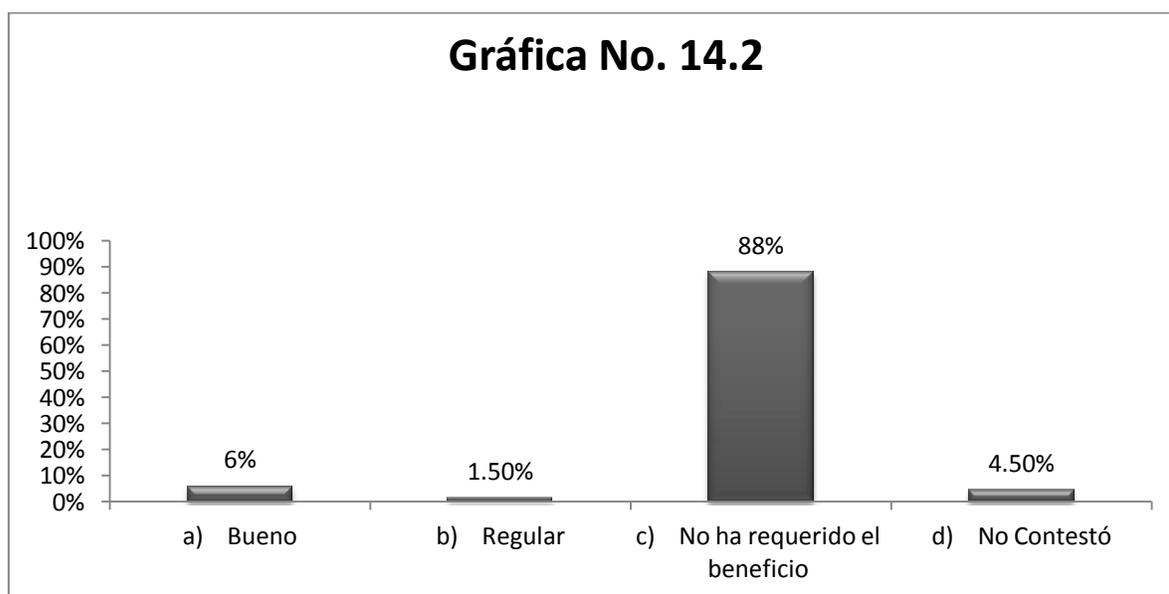
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica puede observarse que los afiliados en realidad ocupan muy poco la renta de salones, en tres empresas han sido para capacitaciones de los empleados y las otras dos rentas para reuniones personales. Es importante resaltar en esta gráfica que este servicio que se vuelve beneficio cuando al pagar se aplica un descuento, no es aprovechado por los afiliados lo que puede indicar que tampoco es una necesidad para los empresarios.

14.2 ¿Cómo es el servicio que le ofrecen en la renta de salones?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Bueno	4	6%
b) Regular	1	1.5%
c) No ha requerido el beneficio	59	88%
d) No Contestó	3	4.5%
TOTAL:	67	100%



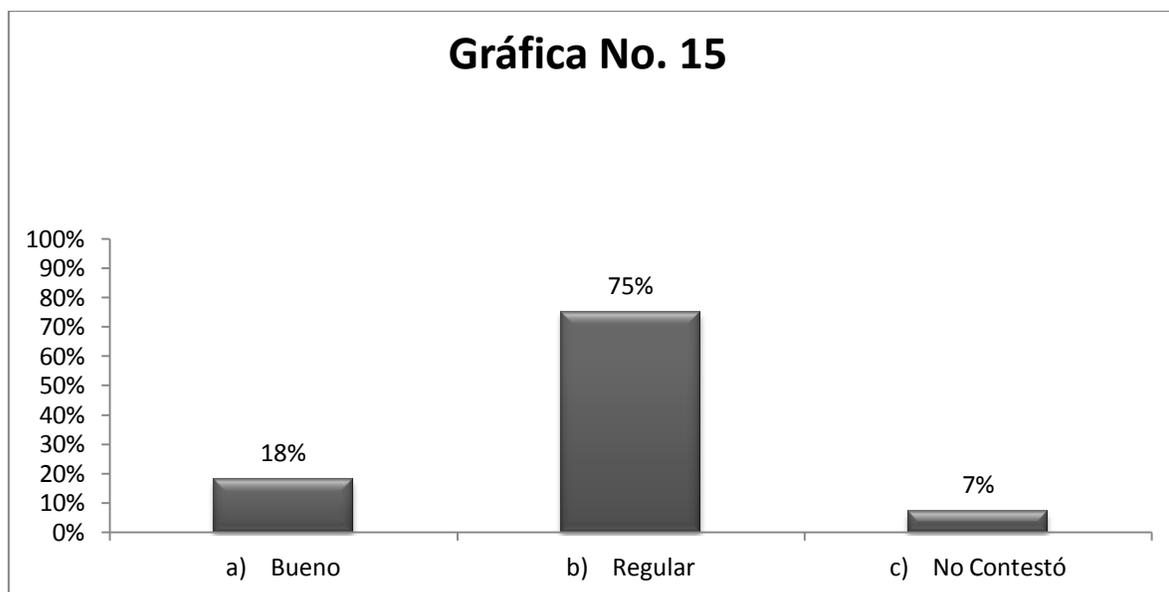
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica se puede apreciar, que el servicio que se ofrece al rentar un salón en CANACO, es considerado como bueno por la mayoría de los afiliados que lo han requerido, cuando un empresario renta un salón el servicio consiste en tener las instalaciones y el mueble en buenas condiciones, servicio de coffe-breack, sonido, y cañón.

15. ¿Utiliza los descuentos que ofrecen las universidades al ser afiliado?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	12	18%
b) No	50	75%
c) No Contestó	5	7%
TOTAL:	67	100%



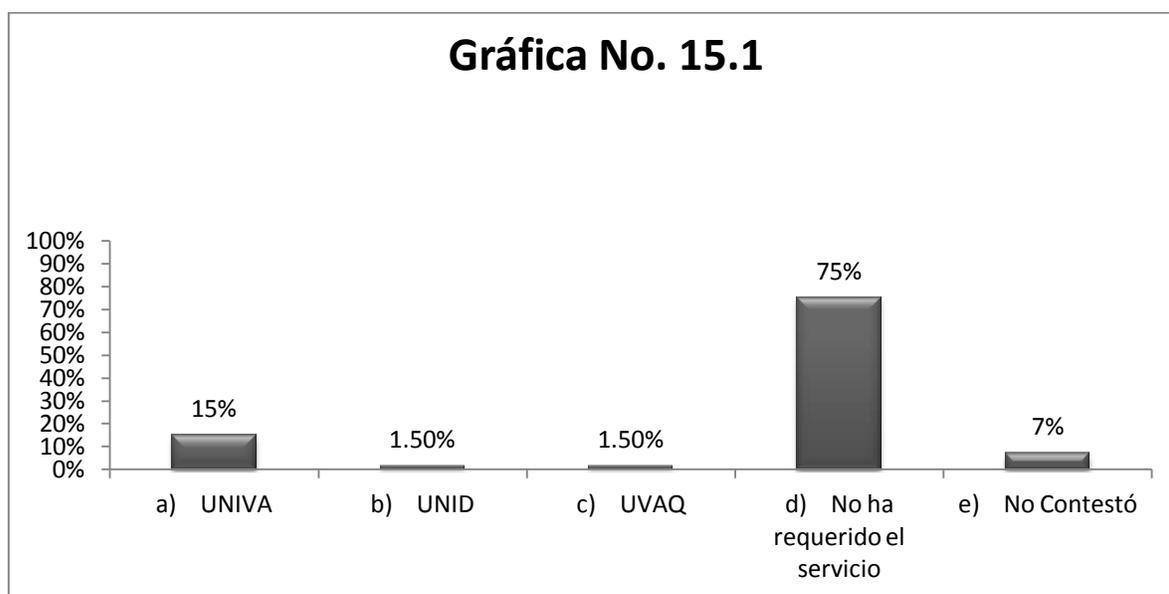
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Es importante comentar en esta gráfica que los afiliados se hacen acreedores a los descuentos de las universidades con solo pagar una membresía de \$ 600 pesos anuales y se puede apreciar que son muy pocos los que utilizan este beneficio, las razones por lo que esto ocurre pueden ser el desconocimiento del beneficio o que los afiliados no cuentan con familiares directos o empleados que estén estudiando.

15.1 ¿De cuál Universidad?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) UNIVA	10	15%
b) UNID	1	1.5%
c) UVAQ	1	1.5%
d) No ha requerido el servicio	50	75%
e) No Contestó	5	7%
TOTAL:	67	100%



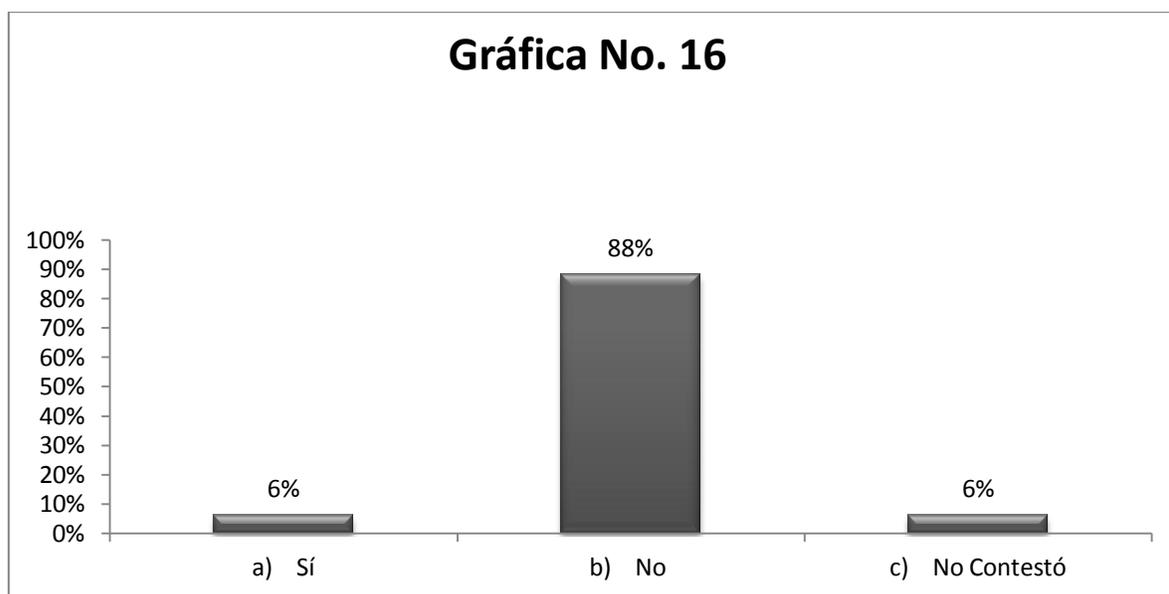
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Como se puede apreciar en esta gráfica, la UNIVA es una de las universidades de las cuales los afiliados solicitan más los descuentos que ofrece, cabe mencionar que esta universidad ofrece maestrías y licenciaturas en horarios vespertinos y sabatinos lo que facilita al empresario y empleados estudiar y trabajar.

16. ¿Conoce los programas que le ofrece el Módulo de México Emprende?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	4	6%
b) No	59	88%
c) No Contestó	4	6%
TOTAL:	67	100 %



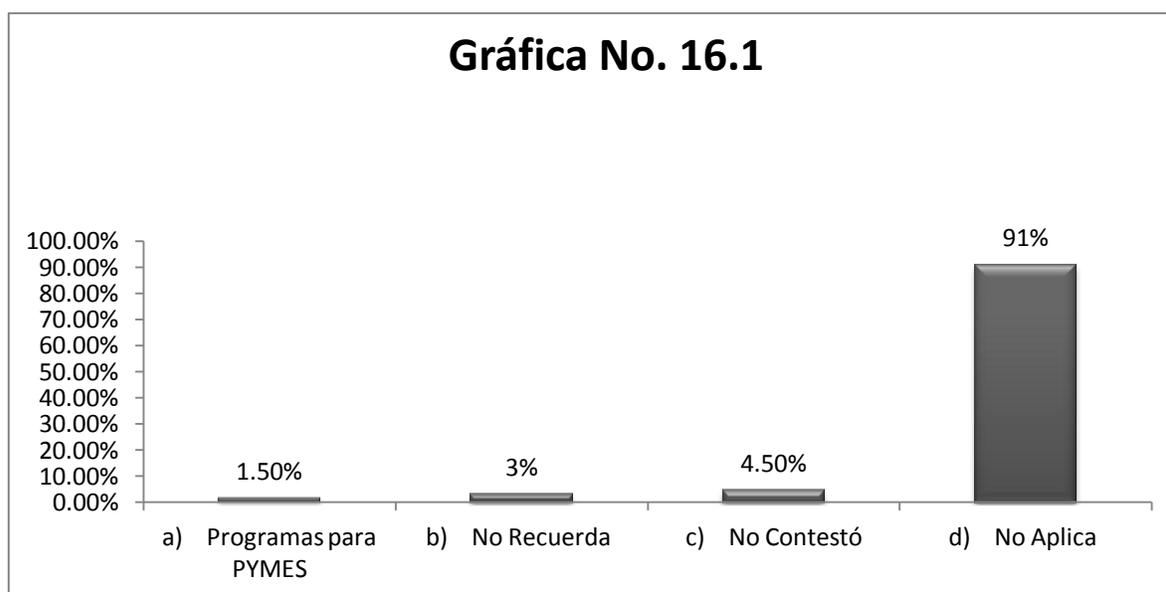
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Dentro los beneficios que tienen los afiliados a CANACO, se encuentra el Módulo de México Emprende el cual tiene diferentes programas y servicios subsidiados por Secretaría de Economía, por poner un ejemplo de esto: el Registro de Marca ante el IMPI tiene un costo es de \$ 2, 768 pesos, y sí este se hace a través del Módulo de México Emprende el empresario solo pagaría \$ 600; se hace referencia a este ejemplo porque, es importante señalar que este beneficio como se puede apreciar en esta gráfica, no está siendo aprovechado por los agremiados a esta Cámara porque no conocen los programas que ofrece.

16.1 ¿Cuáles?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Programas para PYMES	1	1.5%
b) No Recuerda	2	3%
c) No Contestó	3	4.5%
d) No Aplica	61	91%
TOTAL:	67	100%



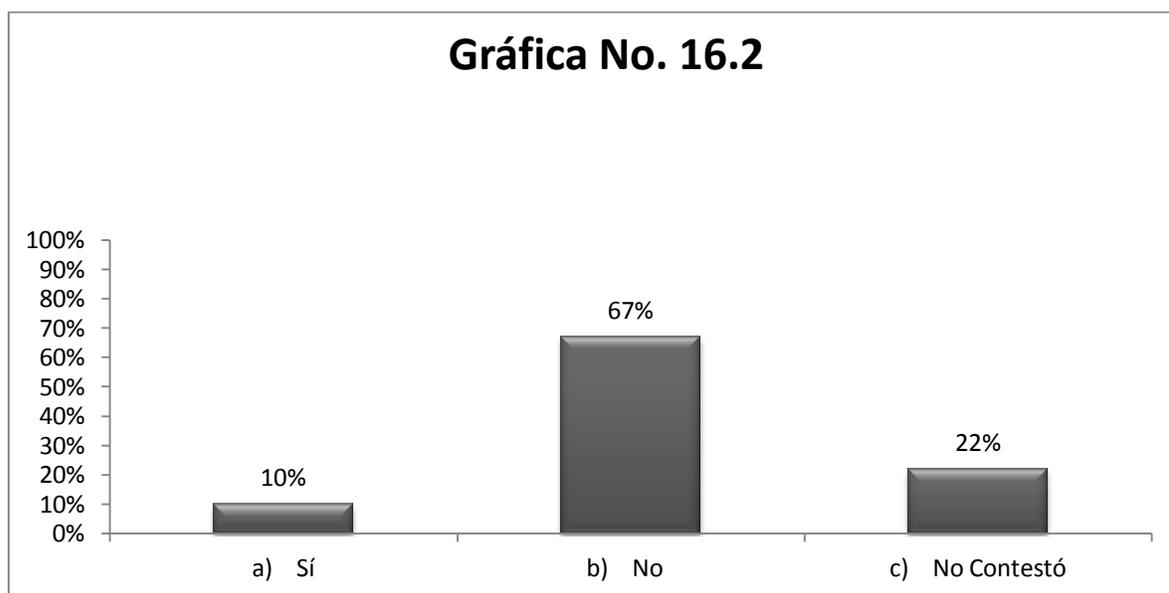
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información proporcionada en CANACO, respecto a los programas que ofrece este Módulo efectivamente estos van dirigidos a las MIPYMES y Emprendedores y son: Cursos de Idiomas, trámite de Registro de Marca, Trabajo de Equipo entre otros; cabe señalar que estos programas son en línea y lo hace menos atractivo para los afiliados puesto que la mayoría no maneja la herramienta de internet, lo que puede influir para que estos no se conozcan, sumando a esto que por parte de esta institución no se le da la suficiente información a los afiliados sobre los beneficios del Módulo de México Emprende como se aprecia en la gráfica no 16.2.

16.2 ¿Le envían información acerca de los beneficios del Módulo de México Emprende?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	7	10%
b) No	45	67%
c) No Contestó	15	22%
TOTAL:	67	99 %



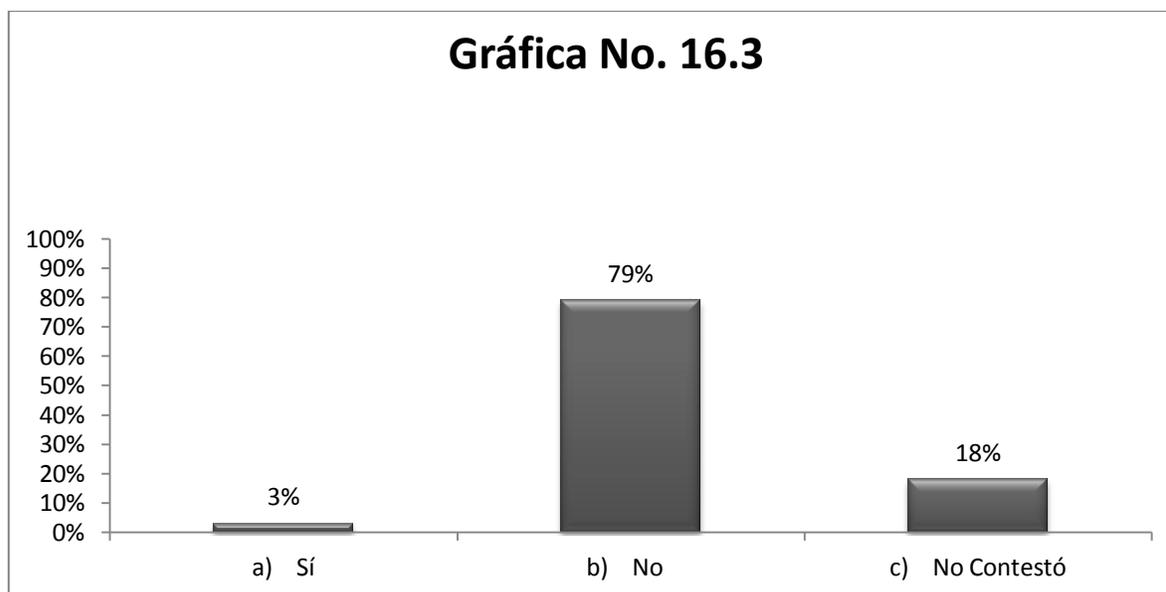
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

El motivo principal por el cual los afiliados no conocen los programas que les ofrece el Módulo de México Emprende como se aprecia en la gráfica no. 16, es porque no reciben información por parte de CANACO.

16.3 ¿Ha solicitado algún servicio del Módulo México Emprende?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Sí	2	3%
b) No	53	79%
c) No Contestó	12	18%
TOTAL:	67	100 %



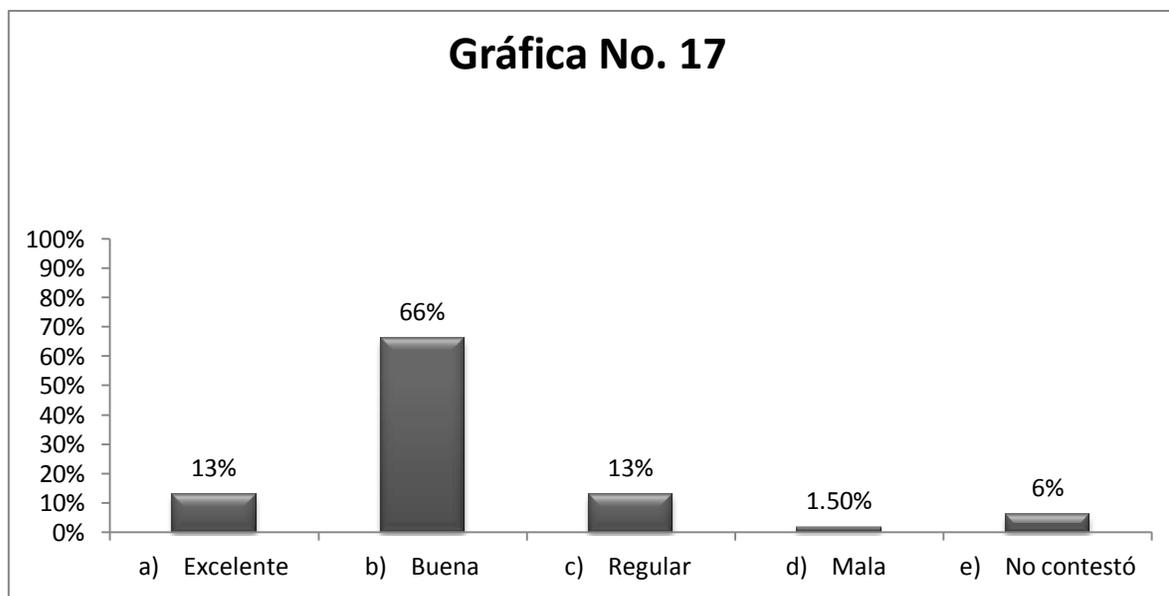
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

No se puede solicitar un servicio del cual no se tiene información, como se aprecia en la gráfica no. 16 y 16.2, así mismo en esta gráfica se comprueba una vez más que los servicios y beneficios que CANACO le ofrece a sus afiliados no son aprovechados por estos mismos.

17. ¿Cómo es la atención que le brinda el personal que labora en CANACO SERVYTUR?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Excelente	9	13%
b) Buena	44	66%
c) Regular	9	13%
d) Mala	1	1.5%
e) No contestó	4	6%
TOTAL:	67	99.5 %



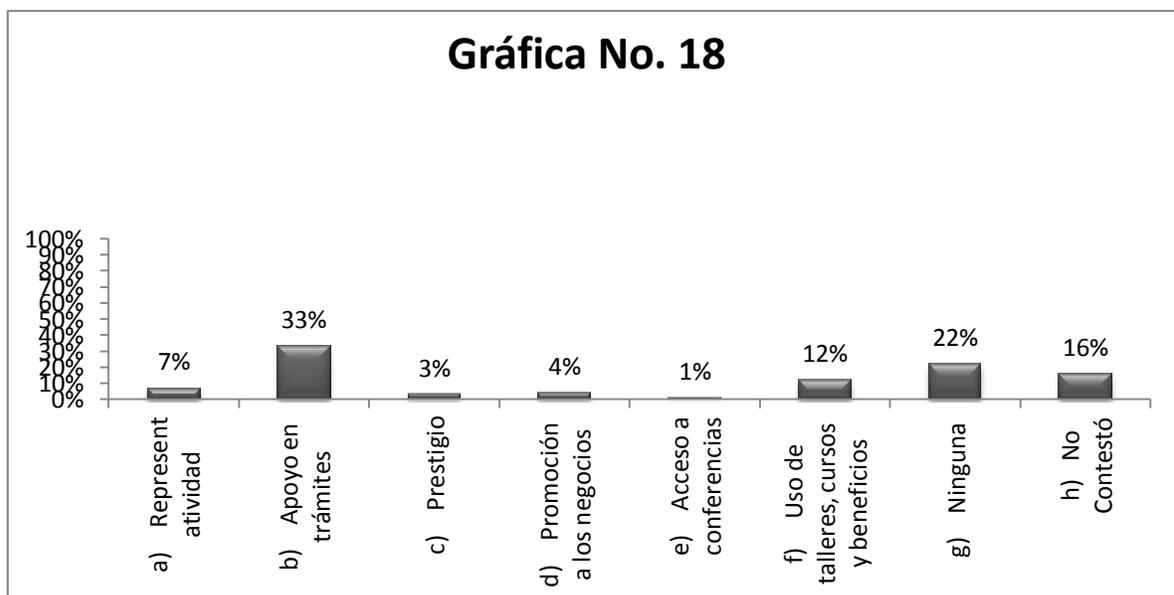
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica se puede observar que los afiliados consideran como buena la atención por parte del personal de CANACO SERVYTUR, sin embargo en la gráfica no. 7 sugieren que se le dé más agilidad a los servicios requeridos y más adelante el gráfica no. 21 sugieren que esta Cámara debe mejorar en la difusión de los servicios y en la comunicación con los afiliados; estos aspectos dependen de las habilidades y aptitudes del personal de CANACO, por esto es contradictorio los resultados de esta gráfica con la información que han arrojado las gráficas mencionadas.

18. ¿Qué ventajas le trae ser afiliado a la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Representatividad	5	7%
b) Apoyo en trámites	22	33%
c) Prestigio	2	3%
d) Promoción a los negocios	3	4%
e) Acceso a conferencias	1	1%
f) Uso de talleres, cursos y beneficios	8	12%
g) Ninguna	15	22%
h) No Contestó	11	16%
TOTAL:	67	98 %



Fuente: Encuesta Directa 2012

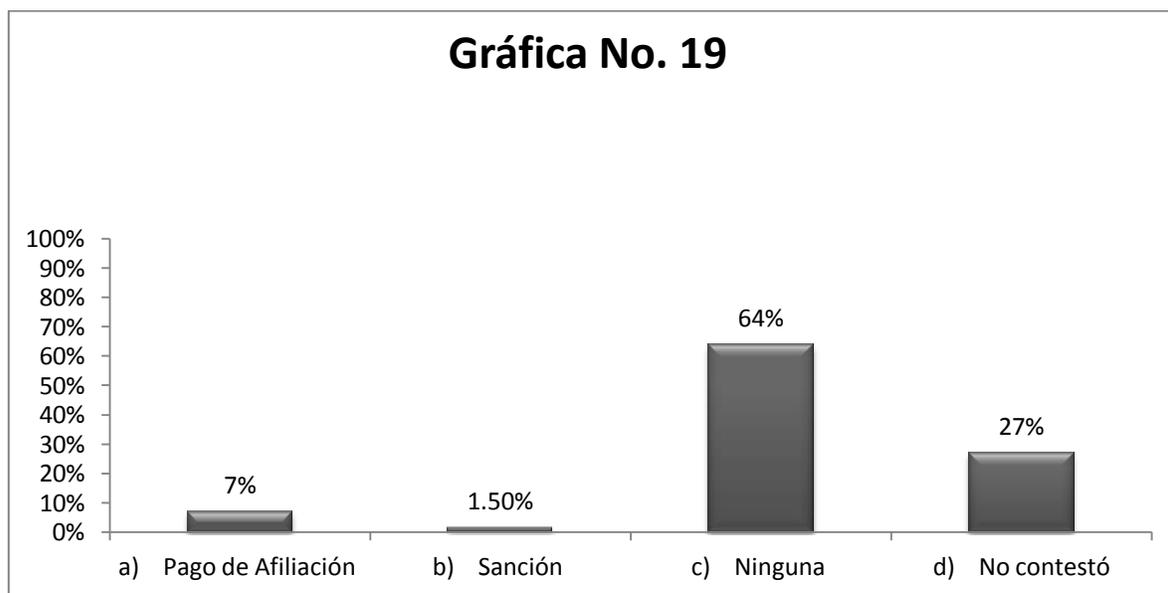
INTERPRETACIÓN

Una de las ventajas que le trae al empresario ser afiliado a CANACO SERVYTUR, es el apoyo en trámites como se aprecia en la gráfica no. 6.1 en donde se observa que los servicios más solicitados por los afiliados son trámites de: licencias municipales, anuncios luminosos y permisos ante tránsito municipal. Pero también es importante

señalar que un gran porcentaje de afiliados comenta que no tienen ninguna ventaja al ser afiliados a esta Cámara, dentro de los cuales están los afiliados que siguen siendo socios porque tienen la creencia de que aún es obligatorio estar afiliado a una Cámara de Comercio o bien aquellos que están afiliados por si en algún momento llegan a requerir del servicio o respaldo de esta institución.

19. ¿Qué desventajas le trae ser afiliado a la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Pago de Afiliación	5	7%
b) Sanción	1	1.5%
c) Ninguna	43	64%
d) No contestó	18	27%
TOTAL:	67	99.5 %



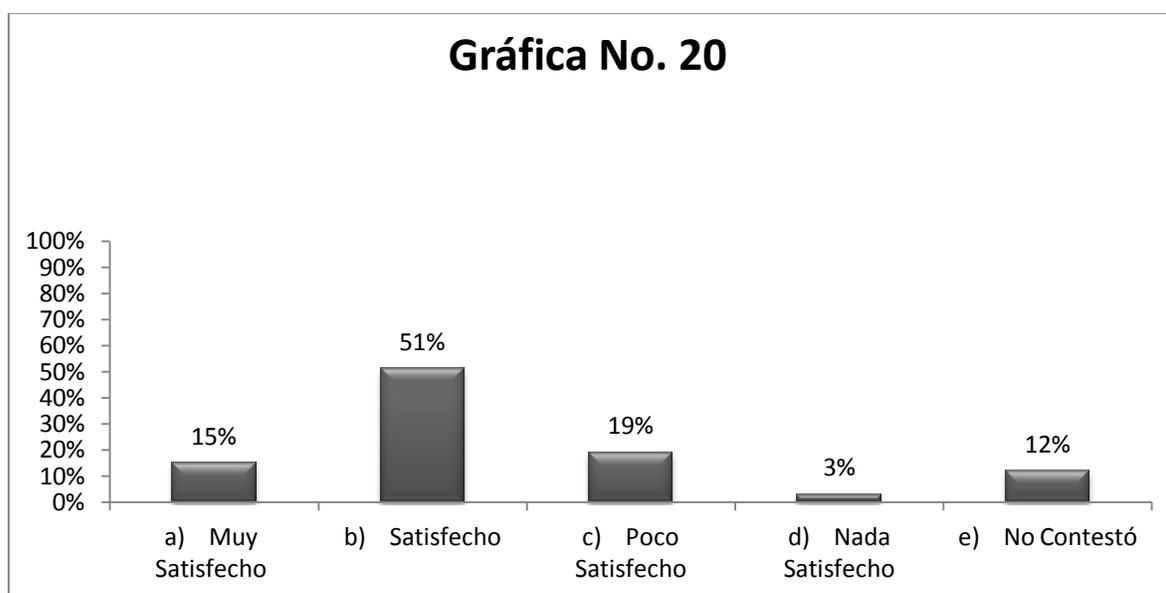
Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

Como se puede observar en esta gráfica, para la mayoría de los socios no hay desventajas al estar afiliado a CANACO SERVYTUR, pero tampoco mayores ventajas como se aprecia en la gráfica no. 18, posiblemente esta expectativa cambiaría si se aprovecharan los servicios y beneficios que la cámara les ofrece.

20. ¿De manera general cómo se siente con los servicios y atención brindada por CANACO SERVYTUR?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Muy Satisfecho	10	15%
b) Satisfecho	34	51%
c) Poco Satisfecho	13	19%
d) Nada Satisfecho	2	3%
e) No Contestó	8	12%
TOTAL:	67	100 %



Fuente: Encuesta Directa 2012

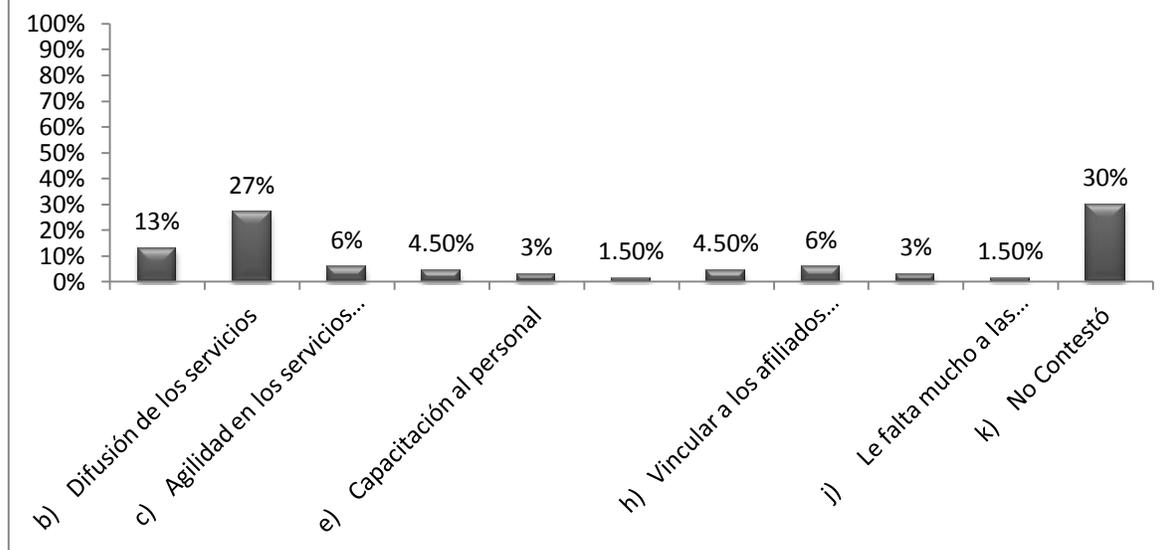
INTERPRETACIÓN

Esta gráfica muestra el grado de satisfacción de los afiliados a CANACO, sin embargo con los resultados de gráficas anteriores se puede ser una contradicción, puesto que no aprovechan los servicios y beneficios que esta institución les ofrece.

21. ¿En qué aspectos considera que CANACO debe mejorar?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) En la comunicación con sus afiliados	9	13%
b) Difusión de los servicios	18	27%
c) Agilidad en los servicios solicitados	4	6%
d) Solucionar los problemas de los afiliados	3	4.5%
e) Capacitación al personal	2	3%
f) Seguimiento a los tramites	1	1.5%
g) Costos accesibles en los cursos	3	4.5%
h) Vincular a los afiliados para oportunidades de negocio	4	6%
i) Omite su opinión por que no conoce los servicios que ofrece	2	3%
j) Le falta mucho a las actividades que realiza	1	1.5%
k) No Contestó	20	30%
TOTAL:	67	100 %

Gráfica No. 21



Fuente: Encuesta Directa 2012

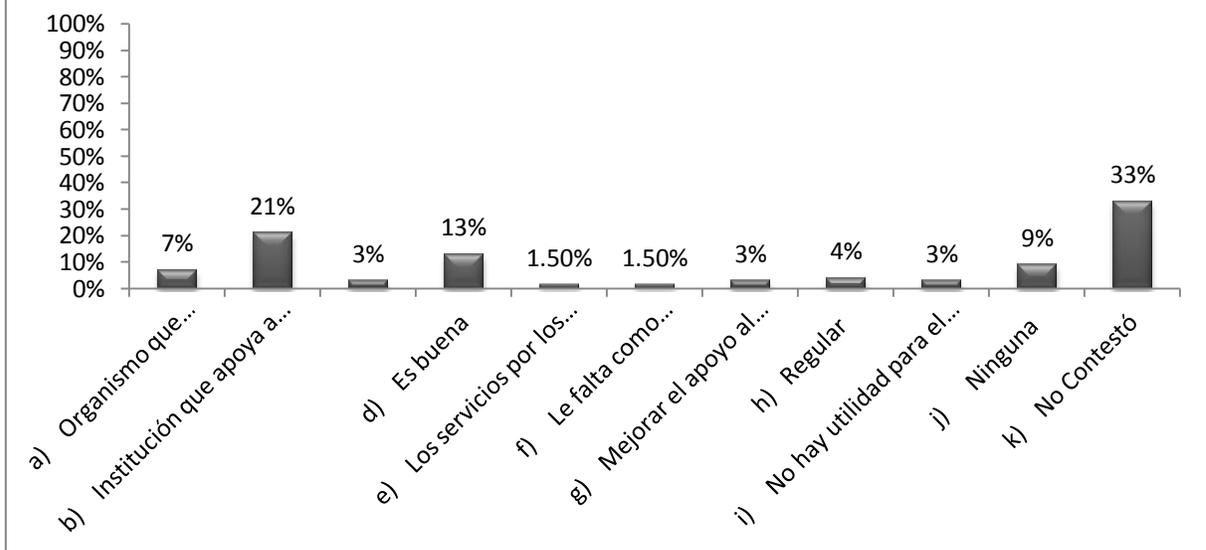
INTERPRETACIÓN

Difusión y comunicación son los aspectos en los que los afiliados consideran que CANACO SERVYTUR, debe de mejorar; es importante comentar en esta gráfica que si estos aspectos mejoraran seguramente los afiliados podrían tener acceso a los servicios y beneficios que la cámara ofrece y poderlos aprovechar.

22. ¿Qué opinión tiene acerca de CANACO SERVYTUR?

CONCEPTO	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Organismo que representa al comercio	5	7%
b) Institución que apoya a los comercios	14	21%
c) Se enfoca más a las empresas grandes	2	3%
d) Es buena	9	13%
e) Los servicios por los que cobra son gratuitos	1	1.5%
f) Le falta como institución para cumplir su objetivo	1	1.5%
g) Mejorar el apoyo al comercio	2	3%
h) Regular	3	4%
i) No hay utilidad para el negocio	2	3%
j) Ninguna	6	9%
k) No Contestó	22	33%
TOTAL:	67	99%

Gráfica No. 22



Fuente: Encuesta Directa 2012

INTERPRETACIÓN

En esta gráfica puede observarse una vez más que la mayoría de los afiliados, prefiere no hacer el más mínimo comentario respecto a su opinión sobre esta institución, cabe mencionar que para algunos es un apoyo al sector comercio o que por lo menos la consideran buena; es importante señalar que para unos cuantos afiliados a CANACO le hace falta mejorar el apoyo y comunicación con sus afiliados.

Análisis de los Resultados de la Investigación

Al realizar la presente investigación se encontró que el 50.74% de las empresas afiliadas a CANACO SERVYTUR, están clasificadas como microempresas, tal como se puede apreciar en el marco teórico, que hasta el mes de diciembre del año 2012 la mayoría de afiliados a esta institución fueron microempresas, las cuales de acuerdo a la clasificación de CANACO tienen de 1 a 5 empleados o son atendidas por su propietario, es importante aclarar que esta clasificación solo aplica para esta Cámara ya que para Secretaría de Economía las microempresas son aquellas que tienen de 0 a 10 empleados; por otra parte es cierto que hay empresas que aun teniendo más de 5 empleados pagan la afiliación de microempresa aunque sus beneficios se reduzcan y no sean acreedoras a los descuentos en las Universidades, Salones o Cursos de Capacitación.

Ahora bien, la mayoría de los afiliados tienen más de tres años como socios, lo que debería permitirles conocer todos los servicios que esta Cámara les ofrece y a los que tienen derecho al pagar una membresía anual, sin embargo en esta investigación se encontró que solo el 46% de los afiliados conocen los servicios que les ofrece CANACO SERVYTUR

Servicios:

- **Asesoría en trámite de registro de marcas.**

Solo el 30% de los afiliados conoce que CANACO ofrece este servicio que es a través del Módulo de México Emprende y nada más el 7% de la población entrevistada ha solicitado el Registro de Marca, de las cinco empresas que hicieron uso de este servicio son microempresas una de ellas es una agencia de viajes y la otra una papelería, dos más son empresas pequeñas una dedicada a la venta de ropa deportiva y la otra una empresa que vende servicios turísticos, y solo una empresa grande que se dedica a la venta y asesoría de créditos.

El registro de marca tiene un costo de más de \$ 2, 000 pesos si se hace directamente ante el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) y sí la

solicitud se hace a través del Módulo de México Emprende el costo es de \$ 600 pesos, por el subsidio que ofrece Secretaria de Economía; es importante señalar que tan solo el 22% de los empresarios conoce los programas que se ofrecen en este Módulo y el 6% ha utilizado alguno de ellos, la mayoría de los afiliados comenta que no reciben información sobre los servicios y programas que tienen para las MIPYMES este Módulo.

- **Asesoría jurídica, contable y fiscal.**

Como se puede apreciar en el Marco Teórico específicamente en el Organigrama de CANACO, se cuenta con un Asesor Jurídico que aun cuando no este de planta dentro de la institución, puede ofrecer asesoría a aquellos afiliados que lo requieran ya sea en materia laboral o penal, así mismo está el Departamento de Contabilidad que puede ofrecer asesoría contable o fiscal, pero poco menos de la mitad de los afiliados conoce que este servicio se les ofrece en esta Cámara y solo el 1% de los afiliados a recurrido a solicitar este servicio que puede prevenir alguna problemática grave para sus empresas.

- **Asesoría en Trámites ante hacienda. (Altas, cambios al RFC, cambios de domicilio etc.)**

Este es un servicio el cual el 39% conocen que existen, pero solo el 3% lo han requerido es decir dos empresas una tienda de ropa deportiva y una papelería, como estos trámites se hacen de manera particular solo se les ofrece a los afiliados asesoría, sin embargo no se requiere con frecuencia.

- **Asesoría en Declaración anual de Prima de Riesgo de Trabajo.**

Este servicio es conocido por el 25% de la población entrevistada de acuerdo a los resultados de esta investigación, y nadie mencionó haberlo utilizado, es un tema que debería de ocupar a todos los empresarios ya que entre más accidentes laborales tengan más será lo que tienen que desembolsar económicamente hablando. A principio de cada año la institución del IMSS se acerca a CANACO para convocar a los empresarios e impartirles una plática sobre este tema, la convocatoria se hace a

través del correo electrónico, pero de acuerdo a los registros de capacitación que se tienen en Cámara de Comercio solo asisten entre 30 y 50 personas a escuchar esta información.

- **Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas públicas y descentralizadas como lo son: IMSS, INFONAVIT, CFE.**

Son muy pocos los afiliados que conocen acerca de estas asesorías, y solo una papelería ha solicitado este servicio, estas asesorías se pueden complementar con las pláticas que estas dependencias ofrecen a los afiliados a CANACO año con año.

- **Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia.**

Uno de los principales objetivos de Cámara de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan, es representar y defender a los empresarios ante cualquier arbitrariedad por eso ofrece este servicio a sus afiliados, y cuenta con el personal capacitado para intervenir cuando se requiera, pero en esta investigación se puede apreciar que tan solo el 40% de la comunidad empresarial conoce este servicio y el 12% ha hecho uso de él, es importante que se diera a conocer así disminuirían las arbitrariedades por parte de las dependencias de gobierno contra los empresarios sobre todo cuando hay cambios en la administración pública.

- **Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares.**

Este servicio es un plus para los afiliados ya que a través de este se pueden solucionar problemas particulares y colectivos de los empresarios por ejemplo: solicitar alguna prórroga para realizar el pago de alguna multa por parte del H. Ayuntamiento lo más común es por no contar o cumplir con los requisitos solicitados para la Licencia Municipal, Anuncio Luminoso o Permiso ante Tránsito Municipal para hacer uso de la Vía Pública. O bien para llegar a algún acuerdo sobre la ocupación de la Policía Federal en el centro de la Ciudad que impiden el tránsito de los clientes sobre todo en la zona céntrica de la ciudad afectando así a los comercios de esta

misma zona. Sin embargo solo el 37% de los afiliados conoce este servicio y el 6 % ha hecho uso de el para solucionar algún problema y la mayoría de estas empresas que han solicitado este servicio son empresas que están en la zona del centro de la ciudad.

- **Acceso gratuito a eventos de información.**

Los eventos de información a los que se refiere este servicio, son las pláticas de instituciones como: IMSS, CFE ó SEDECO que buscan informar a la sociedad empresarial acerca de la Prima de Riesgo de Trabajo, de cómo reducir el gasto de energía eléctrica e información acerca de los programas de financiamiento por parte del Gobierno Estatal. Del 42% de los afiliados que conocen de la existencia de este servicio solo el 18% lo han utilizado.

- **Acceso a redes de negocios.**

Solo 18 empresarios conocen este servicio que consiste en crear una red de negocio en la cual se beneficien los afiliados, pero solo dos han hecho uso de este mismo, cuando una red de negocio abriría las puertas a los comercios para darse a conocer y tener una mejor promoción de los productos y servicios que cada uno ofrece.

- **Acceso a convenios con afiliados.**

Los convenios que CANACO hace con algunos de los afiliados pueden ser de manera particular o colectiva, y busca con ellos beneficiar a empresarios que son socios promocionándolos y al resto de afiliados por ejemplo: con las universidades UNIVA, UNID, y UVAQ, tiene un convenio el cual consiste en que aquel afiliado que compruebe que ha pagado la membresía del año en curso y lo solicite se hace acreedor a un porcentaje de descuento según lo determine la empresa que ha firmado el convenio, para que un familiar directo o un empleado pueda tener en cada mensualidad un porcentaje de descuento; en esta investigación se puede apreciar que el 10% ha utilizado este servicio, sin embargo es importante señalar que para poder firmar un convenio la empresa debe de reunir ciertos requisitos como por ejemplo estar afiliado con una membresía grande que paga \$ 3, 000 anuales, y las empresas que han señalado que han tenido acceso a este servicio corresponden a

micro y pequeñas empresas, solo una es empresa grande y se dedica a la venta y asesoría de créditos, con esto el afiliado se beneficia porque el porcentaje de interés es más bajo para ellos.

- **Representación, Asesoría y Orientación ante dependencias Gubernamentales, para la realización de trámites como lo son:**
 - ✓ Licencia Municipal, (resello, cancelación, reposición, cambio de nombre y nueva; en giro SARE).
 - ✓ Licencia de anuncios luminosos. (Nueva y resello, cumpliendo sus requisitos).
 - ✓ Permisos ante Tránsito municipal. (Para cajones especiales de estacionamiento).
 - ✓ Dictamen de Protección Civil.

De acuerdo a los resultados de la investigación, los servicios de trámites de Licencia Municipal, Anuncios Luminosos y Permisos ante Tránsito Municipal, son de los más conocidos y solicitados por los afiliados, aun cuando se tenga conocimiento de que estos trámites son gratuitos y más ágiles sí el empresario hace de manera personal este trámite.

- **Registro de su negocio ante el Sistema de Información Empresarial Mexicano. (El pago se cubre al pagar su cuota de afiliación).**

De acuerdo a los resultados de esta investigación todos los afiliados conocen y hacen uso de este servicio, cabe señalar que el registro del SIEM se realiza automáticamente al pagar la afiliación a CANACO; es importante señalar que CONCANACO (Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio), concede a CANACO URUAPAN la facultad de cobrar este impuesto por el cual el Gobierno Federal obliga a todos los negocios estar registrados en el Sistema de Información Empresarial Mexicano, el pago de este impuesto depende del número de empleados que tiene la empresa pero esta institución les cobra a todas las empresas por igual \$ 100 pesos incluidos en su membresía.

Es importante señalar, que los servicios que se convierten en derechos para el empresario al afiliarse, va más allá de un trámite de licencia, puesto que uno de los

objetivos de CANACO es apoyar y representar al comercio establecido de esta ciudad, por eso pone al servicio de los comercios las asesorías contable, fiscal y jurídica para en caso de presentarse alguna irregularidad el empresario se pueda defender, pero en la investigación se puede apreciar que estos servicios son poco requeridos por la población comerciante, ciertamente se puede deber a que no ha habido necesidad de requerir de un servicio de esta naturaleza, pero por otra parte se puede decir que tampoco los conocen o bien que de acuerdo a su giro de empresa no se requieren o no son de utilidad para la empresa.

Los afiliados a pesar de estar pagando una membresía anual, no aprovechan del todo los servicios y menos los beneficios que les ofrece CANACO.

Los beneficios que CANACO SERVYTUR, le ofrece a sus afiliados se determinan como tal porque en todos se les aplican descuentos de acuerdo a la afiliación que estos paguen, además de que la Bolsa de Trabajo no tiene costo a diferencia de aquellos que no son afiliados y que si requieren de este servicio pagan \$ 600 cuando contratan personal que se les envía por parte de esta institución.

Beneficios

a) Capacitaciones

Las empresas pequeñas, medianas y grandes, tienen descuentos que se les ofrecen a los afiliados en las capacitaciones y son del 5% y 10% por persona en cada curso, conferencia o taller, esto debería de ser un motivo para que aprovecharan las capacitaciones por lo que es importante señalar que al 69% de los empresarios sí les informan acerca de las capacitaciones que habrá, sin embargo todos los afiliados deberían de tener conocimiento acerca de las capacitaciones, ya que los empresarios y sus empleados deben de capacitarse constantemente para obtener mejores resultados; los resultados arrojados en esta investigación muestran que solo el 39% hacen uso de ellos y han asistido en capacitaciones que tiene que ver con: temas fiscales, contables y ventas. Pero de acuerdo a los registros que se llevan en Cámara ha habido cursos acerca de: atención al cliente, el océano azul y

capacitaciones gratuitas (computación, prima de riesgo de trabajo, CFE e INFONAVIT), según algunos de los empresarios consideran que los costos por las capacitaciones son muy elevados y no los pueden pagar, otros más consideran que no son temas que vayan de acuerdo a las necesidades de la empresa, así que la mayoría de los afiliados no aprovechan las capacitaciones que CANACO les ofrece.

b) Descuento en Universidades

Son muy pocos los afiliados que conocen que al ser afiliado a CANACO, se hacen acreedores a descuentos en las Universidades, tan solo el 16% aprovechan este beneficio aunque también se debe a que la mayoría de los afiliados son micro empresarios y por lo tanto o no estudian o no tienen empleados que estén trabajando y estudiando, el 15% de los descuentos más solicitados son los de la UNIVA, quien ofrece maestrías y como son empresas grandes las que requieren estos servicios cuentan con profesionistas que estudian y trabajan.

c) Renta de Salones

Las pocas rentas de salones que hay son para empresas medianas o grandes las cuales los rentan para capacitaciones del personal o para reclutamiento o selección de personal. En este beneficio para los afiliados también tienen descuentos por ejemplo el 5% para pequeñas empresas y el 10% para medianas y grandes empresas.

d) Módulo de México Emprende

El Módulo de México Emprende es un beneficio adicional que debería de ser aprovechado por los afiliados porque les ofrece diversos programas que van en beneficio del crecimiento de la empresa. Pero este tampoco es aprovechado por los afiliados según los resultados porque desconocen los programas y servicios que ofrece este Módulo.

e) Bolsa de Trabajo

La Bolsa de Trabajo es utilizada solo por el 46% de los afiliados, quienes la han utilizado señalan, que no siempre se les envía personal adecuado que pueda cubrir el perfil requerido o que no se les envía personal. El perfil se determina por diversos aspectos como: la edad, escolaridad, experiencia laboral, estado civil, etc., sí el solicitante de empleo no cubre con lo solicitado por parte de la empresa no se les puede enviar porque no es el candidato adecuado y esto influye para que los empresarios no se sientan del todo satisfechos por este beneficio recibido.

Como se puede observar tanto los servicios como lo beneficios que CANACO Uruapan, ofrece a sus afiliados, no se aprovechan en su totalidad ya que existe un desconocimiento por parte de los empresarios acerca de lo que esta Cámara les puede hacer por ellos.

Es importante señalar que las sugerencias que hacen los empresarios a CANACO es hacer difusión de los servicios y beneficios, que esta institución ofrece, para así poder aprovechar los servicios y beneficios a los que tienen derecho.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en esta investigación permiten aprobar la hipótesis planteada al inicio de esta misma y que consistió en que “Los servicios y beneficios que ofrece CANACO SERVYTUR, no están siendo aprovechados en su totalidad, por sus afiliados”. Esto se pudo comprobar a través de los objetivos planteados desde el inicio de la investigación.

El Objetivo General fue analizar el aprovechamiento que le dan los afiliados a los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR les ofrece, y para poder cumplirlo se tuvieron que alcanzar los objetivos específicos que consistieron en:

1. Enlistar los servicios y beneficios que ofrece CANACO SERVYTUR a sus afiliados.

Este objetivo se pudo cumplir al enlistar los servicios y beneficios que canaco ofrece a sus afiliados y son los siguientes:

Servicios

- Asesoría en trámite de registro de marca.
- Asesoría contable, jurídica y fiscal.
- Asesoría en trámites ante Hacienda.
- Asesoría en declaración anual de prima de riesgo de trabajo.
- Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas descentralizadas.
- Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia.
- Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares.
- Acceso gratuito a eventos de información.

- Acceso a redes de negocios.
- Acceso a convenio con afiliados.
- Trámites en Licencia Municipal.
- Trámites en Licencia de Anuncios.
- Permisos ante Tránsito Municipal.
- Dictamen de Protección Civil
- Registro del SIEM

Beneficios

- Capacitaciones
- Descuento a Universidades
- Renta de Salones
- Módulo de México Emprende
- Bolsa de Trabajo

2. Detectar los servicios y beneficios que son aprovechados por sus afiliados.

De acuerdo a los resultados encontrados se pudo observar que los servicios y beneficios que son realmente aprovechados por los afiliados contemplando que son arriba del 16% son los siguientes:

Servicios:

- | | |
|--|-----|
| • Registro del SIEM | 67% |
| • Trámites en Licencia Municipal | 61% |
| • Trámites en Licencia de Anuncios | 46% |
| • Permisos ante Tránsito Municipal | 18% |
| • Acceso gratuito a eventos de información | 18% |

Beneficios:

- | | |
|--------------------|------|
| • Capacitaciones | 36 % |
| • Bolsa de Trabajo | 31 % |

- Descuento en Universidades 16 %

3. Distinguir los servicios y beneficios que no están siendo aprovechados por sus afiliados.

Es evidente dentro de los resultados de la investigación que los siguientes servicios y beneficios no son aprovechados en su totalidad por los afiliados a CANACO SERVYTUR.

- Asesoría en trámite de registro de marca 7%
- Asesoría Jurídica, Contable y Fiscal 1%
- Asesoría en trámites ante Hacienda 3%
- Asesoría en declaración anual de prima de riesgo de trabajo, servicio no utilizado por nadie
- Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas descentralizadas 1%
- Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia 12%
- Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares 6%
- Acceso a redes de negocios 3%
- Acceso a convenio con afiliados 10%
- El Dictamen de Protección Civil, es un servicio no utilizado.

Beneficios

- Renta de Salones 4%
- Módulo de México Emprende 1%

4. Conocer los motivos que influyen para que los afiliados aprovechen los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR les ofrece.

Se puede concluir que los servicios y beneficios que son aprovechados por los afiliados se debe, a que en el caso de los servicios, ellos evitan andar haciendo filas para tramitar algún tipo de Licencia Municipal, o permiso ante Tránsito Municipal, en

lo que respecta al registro del SIEM se hace automáticamente al pagar la afiliación a Cámara.

En cuanto a los beneficios de Capacitaciones y Descuentos en Universidades se debe a que les genera un descuento y esto facilita para algunas empresas poder tener acceso a estos beneficios, en el caso de la Bolsa de Trabajo quienes la utilizan de alguna manera confían en que los prospectos que se les envían son más confiables o recomendables.

5. Identificar los motivos que influyen para que los afiliados no aprovechen en su totalidad los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR les ofrece.

Los motivos que influyen para que los afiliados no aprovechen en su totalidad los servicios y beneficios son los siguientes:

➤ **Falta de conocimiento de los servicios y beneficios a los que tienen derecho.**

Es importante señalar al respecto, que los afiliados que en realidad conocen los servicios que esta cámara les ofrece son muy pocos, y se debe a diferentes motivos, por ejemplo: hay microempresas que tienen más de 5 años como afiliadas a Cámara y sus empresarios aún siguen creyendo que es una obligación estar afiliados por lo que ni se preocupan por preguntar o conocer cuáles son los servicios y sobre todo los beneficios que les trae ser socios de esta institución, creen que solo cumplen con un requisito del Gobierno Federal. Por otra parte está la falta de comunicación que CANACO tiene con sus afiliados ya que no se ocupan porque ellos conozcan que les ofrecen.

- **Por los giros de las empresas afiliadas que no todas, tienen necesidad de solicitar los servicios y beneficios que la Cámara ofrece.**

Hay empresas que por sus giros o actividad económica que realizan, no llegan a requerir de los servicios y beneficios que CANACO les ofrece, porque no saben en qué les puede ser útil, por el desconocimiento de los servicios y beneficios que esta institución ofrece.

- **En las microempresas la falta de recursos económicos, influye para que no puedan acceder a los cursos de capacitación y por eso no aprovechan los beneficios que les ofrece esta institución.**

Algunos de los afiliados a CANACO SERVYTUR, manifestaron que los costos de los cursos son muy elevados, por lo que no se tiene un fácil acceso para participar en las capacitaciones programadas por esta institución, sobre todo las microempresas que son las que menos ingresos económicos tienen.

- **Falta de interés por participar con la Cámara**

La mayoría de los afiliados mostraron poco interés al querer participar con Cámara, lo que no exige más que acudir a esta institución cuando la empresa tenga algún problema con instancias gubernamentales o empresas descentralizadas, o al no querer participar en las capacitaciones o bien aprovechar los descuentos en universidades o renta de salones aunque cabe mencionar que estos beneficios pueden ser que no los soliciten porque no tienen necesidad de hacerlo.

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN DE TRABAJO SOCIAL

Denominación del Proyecto

“Campaña de difusión de los Servicios y Beneficios que CANACO SERVYTUR Uruapan, le ofrece a sus afiliados”.

Descripción del Proyecto

Este proyecto consiste en realizar una campaña de difusión de los servicios y beneficios, que CANACO le ofrece a sus afiliados, haciendo uso de los diferentes medios de comunicación como son: teléfono, e-mail, periódico, redes sociales, internet, revista y volantes. La difusión se llevara a cabo durante un periodo de siete meses; contemplando los meses de junio a diciembre, considerando que estos son los más apropiados para hacer la difusión de los servicios y beneficios ya que los empresarios pueden mantenerse interesados en seguir afiliados y renovar su afiliación en el mes de enero y aquellos que aún no son afiliados se pueden ir convenciendo para afiliarse en el primer mes del año.

En el mes de junio, se iniciara el proyecto enviando correos electrónicos a todos los afiliados con un flyer informativo (elaborado por el diseñador) con los servicios y beneficios, una vez enviados los correos, durante el mes de junio y julio se realizará una llamada telefónica a todos los afiliados preguntando si han recibido el correo e invitándolos a revisarlo para que se enteren del objetivo del mismo.

Durante el mes de agosto los días lunes, miércoles y viernes se publicará una nota en el periódico indicando los servicios y beneficios que CANACO le ofrece a sus afiliados.

Para el mes de septiembre se estarán publicando en Facebook los servicios y beneficios ofrecidos por esta institución. Durante el mes de octubre cada semana se estarán dando a conocer los servicios y beneficios a través de la pág. web de CANACO.

Se elaborara por el diseñador un volante con los servicios y beneficios que Cámara de Comercio ofrece a sus afiliados, para que durante los meses de noviembre y diciembre se entregue uno a cada comercio de la ciudad de Uruapan, sin importar si es o no afiliado a esta institución; se pretende que todos los negocios de la ciudad conozcan los derechos que tienen los afiliados a la Cámara Nacional de Servicios y Turismo de Uruapan, despertando el interés por ellos a la afiliación a CANACO SERVYTUR.

Para la ejecución de este proyecto será necesario contratar en caso de que se requiera a un profesionalista de mercadotecnia que con su conocimiento busque la manera más adecuada para hacer llegar a los afiliados la información sobre los servicios y beneficios que CANACO les ofrece, además se coordinara con un diseñador para que elabore los diseños de la publicidad para la difusión. Las actividades de enviar correos, hacer llamadas telefónicas, publicaciones en redes sociales, edición de la revista, información para planas de periódicos, internet y reparto de volantes, serán coordinadas por el Trabajador Social en conjunto con los encargados de las diferentes áreas de la institución según corresponda, ellos podrán hacer uso de los recursos humanos que en su momento tengan a su cargo como: agentes de ventas, agentes del SIEM y prestadores de servicio social.

Justificación

La justificación de este proyecto parte de los resultados de esta investigación donde se aprueba la Hipótesis “Los servicios y beneficios que ofrece CANACO SERVYTUR, no están siendo aprovechados en su totalidad, por sus afiliados”.

Para CANACO SERVYTUR Uruapan es de gran importancia representar, promover y defender los intereses generales de las personas físicas y morales formalmente establecidas en el ramo comercial, de servicios y de turismo; así mismo, a los asociados les provee de: fortaleza de grupo, servicios de asesoría, apoyos de gestión y recursos de capacitación; y tiene como misión ser la Institución que garantice la unión comprometida e informada para los afiliados, siendo esto factor

fundamental de confianza, estímulo y capacidad para enfrentar los retos económicos y sociales.

Para poder cumplir con lo antes mencionado esta Cámara requiere de la participación de los afiliados, para cuando ellos tengan alguna dificultad se acerquen a la institución para asesorarlos y apoyarlos, pero sí estos no tienen concommitamiento de los alcances que tiene la Cámara no será posible cumplir con el objetivo.

Para los comercios de la Ciudad de Uruapan y sus alrededores es indispensable contar con una Cámara Nacional de Comercio, que cuide y defienda sus intereses ante diferentes organismos principalmente de carácter público por los trámites que se deben de realizar y que a través de esta se agilizan, por lo que los servicios y beneficios que Cámara ofrece a sus afiliados deben de ser de calidad y utilidad y para que esto sea así es importante que ellos conozcan las ventajas de estar afiliado a la Cámara.

La mayor parte de los afiliados a esta institución son micro empresas, las cuales pagan una membresía de \$ 600 pesos anuales, sin embargo la mayoría de estas empresas solo conocen los servicios relacionados con trámites de licencia municipal y anuncios; pero es importante señalar que existe un desconocimiento de los servicios a los que tienen derecho los afiliados, y esto determina que los servicios no están siendo aprovechados en su totalidad; de los servicios más utilizados son: Registro del SIEM, Trámites en Licencia Municipal, Trámites en Licencia de Anuncios, Permisos ante Tránsito Municipal y Acceso gratuito a eventos de información. Los beneficios también son poco conocidos y utilizados por los afiliados los que se conocen un poco más y que se utilizan son: Capacitaciones, Bolsa de Trabajo y Descuento en Universidades

A través de este proyecto los afiliados conocerán los alcances que esta institución tienen y así podrán aprovechar los servicios y beneficios a los que tienen derecho, de una manera más adecuada que les permita sentirse totalmente satisfechos por pertenecer a ella.

Para el profesional de Trabajo Social, una intervención de este tipo en una Cámara Nacional de Comercio, proporcionara elementos para futuras intervenciones en la difusión de los servicios que ofrece, puesto que de su cobertura y eficacia depende el éxito o fracaso de la institución. Y es labor del Trabajador Social proyectar a las instituciones o empresas de manera externa para poder integrar a los usuarios sin perder la visión social de ofrecer calidad en los servicios en organismos como este.

Objetivo General

Dar a conocer los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR Uruapan, ofrece a sus afiliados, con la finalidad de que estos los aprovechen de acuerdo a su giro o actividad económica que realizan.

Objetivos Específicos

- Informar y actualizar a los afiliados acerca de los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR les ofrece
- Generar el interés de los afiliados por el aprovechamiento de los servicios y beneficios que CANACO les ofrece
- Incrementar la base de datos de afiliados a CANACO SERVYTUR Uruapan
- Posicionar a la Cámara como un organismo de apoyo, representación y defensa de sus afiliados.

Metas

- Informar y actualizar al 80% de los afiliados acerca de los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR, le ofrece a sus afiliados
- Que mínimo el 80% de los afiliados aprovechen los servicios y beneficios que CANACO les ofrece
- Incrementar en un 40% los afiliados a CANACO SERVYTUR Uruapan

- Que el 80% de los empresarios reconozcan a Cámara como un Organismo de apoyo, representación y defensa.

Funciones y Actividades de Trabajo Social

Dentro de las funciones y actividades que realiza el Trabajador Social en el área de empresa y que se pueden aplicar en el presente proyecto son:

Administración:

- ✓ Calendarizar las actividades que comprenderá la campaña de difusión de los servicios y beneficios que CANACO ofrece a sus afiliados.
- ✓ Participar en el presupuesto de los recursos humanos y materiales requeridos para el proyecto.
- ✓ Controlar la difusión en los diferentes medios de comunicación de los servicios y beneficios que CANACO ofrece a sus afiliados.
- ✓ Mantener una constante supervisión y asesoría al difundir los servicios y beneficios que CANACO ofrece a sus afiliados.
- ✓ Mantener coordinación con los directivos de Cámara de Comercio y con el diseñador gráfico.

Supervisión:

- ✓ Supervisar los contenidos de información en los diseños elaborados para difusión.
- ✓ Supervisión de los involucrados para la realización de llamadas telefónicas, entrega de revistas y volantes.

Investigación:

- ✓ Investigar en la base de datos correos, dirección y números telefónicos de los afiliados para la difusión a través de revista, correo, llamadas telefónicas.

Capacitación y Adiestramiento:

- ✓ Capacitación para los prestadores de servicio social, agentes de cobranza y del SIEM, para la difusión de los servicios y beneficios, a través de llamadas telefónicas y reparto de volantes.

Relaciones Públicas:

- ✓ Divulgación de los servicios y beneficios que CANACO ofrece a sus afiliados, a través de la página web y redes sociales, correos electrónicos.

Coordinación:

- ✓ Coordinar entrega de volantes y revista

Educación:

- ✓ Informar y actualizar a los afiliados acerca de los servicios y beneficios que CANACO les ofrece.
- ✓ Sensibilizar a los afiliados para hacer uso de los servicios y beneficios que CANACO les ofrece.

Recursos Humanos

Para lograr el éxito del presente proyecto será de gran importancia coordinarse con:

- Directivos de Cámara de Comercio
- Diseñador Gráfico

- En caso de requerirse, un mercadologo
- Trabajador Social
- Colaboradores de CANACO SERVYTUR, Uruapan. (encargados de áreas, agentes del SIEM, agentes de servicios, prestadores de servicio social).

Recursos Técnicos y Materiales

Para poder elaborar los flyer's informativos, correos, volantes, y publicaciones en los periódicos acerca de la difusión de los servicios y beneficios que CANACO SERVYTUR, ofrece a sus afiliados, será necesario contar con los siguientes recursos técnicos y materiales.

- Equipo de cómputo
- Memoria USB
- Lapiceros
- Hojas blancas
- Impresora
- Sala de juntas, para las reuniones en las que se coordinaran los Recursos Humanos

Presupuesto

Tipo de Recurso	Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Humanos Por el pago de servicios profesionales	Directivos de Cámara de Comercio, Encargados de Áreas, Agentes de Servicios, Agentes del SIEM y prestadores de Servicio Social	10 personas	Sin costo	\$ 0
	Diseñador Gráfico	6 diseños	\$ 332	\$ 1, 992
	Trabajador social	12 días	\$ 600	\$ 7, 200
Técnico	Equipo de computo	1	Sin costo	\$ 0
	Memoria USB	1	Sin costo	\$ 0
Material	Lapiceros	3	\$ 7.50	\$ 22.50
	Hojas blancas	20	\$.50	\$ 10.00
	Sala de junta	1	Sin costo	\$ 0
	Volantes	10000	\$.80	\$ 8000
	Publicaciones en los periódicos	24	\$ 90.00	\$ 2, 160
Total:				\$ 19, 384.50

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Presentación del Proyecto	P						
Coordinación (Directivos y Diseñador)	P						
Coordinación con encargados de áreas	P						
Difusión Llamadas telefónicas y E-mail		P					
Difusión a través de la Revista		P					
Difusión Periódicos ABC y La Opinión			P				
Difusión a través de la Revista				P			
Difusión Redes sociales				P			
Difusión a través de la Pág. Web Internet					P		
Difusión a través de la Revista						P	
Difusión a través de Volantes						P	
Evaluación							P

INDICADORES DE EVALUACIÓN

Para poder evaluar el impacto que tuvo la “Campaña de difusión de los Servicios y Beneficios que CANACO SERVYTUR Uruapan, le ofrece a sus afiliados”, será necesario tomar en cuenta los siguientes indicadores:

1. Conocimiento de los servicios y beneficios por parte de los afiliados
2. Medio por el cuál se enteraron acerca de los servicios y beneficios
3. Incremento en el uso de servicios o beneficios por parte de los afiliados
4. ¿Lograron los medios utilizados llamar la atención de los afiliados?
5. Los periodos manejados en cada medio de comunicación fueron suficientes
6. Fue oportuna la información y diseño que se manejó de los servicios y beneficios en los medios utilizados
7. Incremento de la base de datos de los afiliados al término de la Campaña de difusión.

Estos indicadores se retomaran para elaborar, un instrumento de evaluación que pueda aplicarse a los afiliados con la finalidad de conocer el impacto del proyecto en cuanto al conocimiento y aprovechamiento de los servicios y beneficios que la institución ofrece a sus afiliados. Además del análisis que se tendrá que hacer en la base de datos para identificar si hubo un incremento en esta misma de nuevos afiliados durante y después de la Campaña de Difusión.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander-egg, Ezequiel, “Diccionario del Trabajo Social”, Brujas, Argentina 1995.
- Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración”, Trillas, México, 1994.
- Münch Lourdes, “Fundamentos de Administración Casos y Práctica”, Trillas, 2da. Ed. México, 1997.
- Reyes Ponce Agustín, “Administración de empresas teoría y práctica”, Limusa, México, 1978.
- Rodríguez Santa María Alfonso, “Calidad Total”, Mund-prensa S.A., Madrid.

- Revista de Trabajo Social no. 44 “Perfil del trabajador social en el área de empresa”.UNAM- ENTS 1990 México.
- Manual de Organización CANACO 2012
- Base de Datos de afiliados, del departamento de Contabilidad. CANACO 2012

Paginas

- <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/4-tipos-de-empresas/>
- http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/
- <http://www.sistemaempendedor.gob.mx>
- <http://www.importancia.org/servicios.php#ixzz35QXe1vw>
- http://www.fondopyme.gob.mx/fondopyme/Historico_RO.asp
- http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf

ANEXOS

ANEXO 2

UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.
INCORPORACIÓN No. 8727-29 A LA UNAM
ESCUELA DE TRABAJO SOCIAL.

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS AFILIADOS A CANACO SERVYTUR URUAPAN 2012

OBJETIVO: Conocer si los servicios y beneficios que ofrece CANACO SERVYTUR, están siendo aprovechados en su totalidad por sus afiliados.

NOTA: La información que proporcione es de carácter confidencial, solo se utilizará para fines de la investigación.

INSTRUCCIONES: Lea y conteste lo que a continuación se le indique, cuando sea de opción múltiple puede subrayar la respuesta que elija.

1.- Tipo de Empresa:

No. Empleados: _____

- e) Micro
- f) Pequeña
- g) Mediana
- h) Grande

2.- ¿Cuánto paga por su membresía?

- a) 600
- b) 1,000
- c) 2,000
- d) 3,000
- e) Otro: _____

3.- ¿Cuánto tiempo tiene usted formando parte de los afiliados de CANACO SERVYTUR?

- a) Meses
- b) Un año
- c) Dos años
- d) Más de tres años

4.- ¿Conoce usted los servicios y beneficios a los que tiene derecho al ser afiliado a CANACO SERVYTUR?

- a) Sí
- b) No

5.- SERVICIOS:

Servicios que ofrece CANACO a sus afiliados	¿Cuáles conoce?	¿Cuáles ha Utilizado ?	Número de veces en el 2012 que los utiliza	¿Cómo se siente con la atención que le dieron?		
				Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
1.- Asesoría en trámite de registro de marca						
2.- Asesoría contable						
3.- Asesoría en trámites ante Hacienda						
4.- Asesoría en declaración anual de prima de riesgo de trabajo						
5.- Asesoría y defensa en servicios por parte de empresas descentralizadas						
6.- Orientación y defensa en caso de arbitrariedades con cualquier dependencia						
7.- Acceso a reuniones con funcionarios y solución de problemas particulares						
8.- Acceso gratuito a eventos de información						
9.- Acceso a redes de negocios						
10.- Acceso a convenio con afiliados						
12.- Tramites en Licencia Municipal						
13.- Tramites en Licencia de Anuncios						
14.- Permisos ante Tránsito Municipal						
15.- Dictamen de Protección Civil						
16.- SIEM						

6.- ¿Respecto a las asesorías y tramites algún comentario y/o sugerencia?

7.- ¿El tiempo que tardan en darle solución al servicio(s) solicitado es?

a) Oportuno

b) Inoportuno

c) No le dan solución

8.- BENEFICIOS:

Beneficios que ofrece CANACO a sus afiliados	¿Cuáles conoce?	¿Cuáles ha Utilizados?	Número de veces en el 2012 que los utiliza	¿Cómo se siente con la atención que le dieron?		
				Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
1.-Capacitaciones						
2.-Descuento a Universidades						
3.- Renta de salones						
4.- Modulo de México Emprende						
5.- Bolsa de Trabajo						

9.- ¿Cuánto tardan en darle solución al beneficio que solicita?

a) Un mes

b) Una semana

c) 3 días

d) No le dan solución

10.- ¿Respecto a los beneficios que ha solicitado algún comentario y/o sugerencia?

CAPACITACIONES:

11.- ¿Le informan acerca de los cursos que habrá durante el año?

a) Sí

b) No

12.- ¿Qué cursos conoce que haya realizado CANACO?

11.- ¿Ha asistido a un curso por parte de CANACO?

a) Sí

b) No

¿Cual(es)?: _____

BOLSA DE TRABAJO:

13.- ¿Utiliza el servicio de la Bolsa de Trabajo?

a) Sí

b) No

OPINIÓN DE LOS AFILIADOS RESPECTO A LOS SERVICIOS Y BENEFICIOS QUE CANACO SERVYTUR LES OFRECE:

25.- ¿Cómo es la atención que le brinda el personal que labora en CANACO SERVYTUR?

- a) Excelente b) Buena c) Regular d) Mala

26.- ¿Qué ventajas le trae ser afiliado a la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan?

27.- ¿Qué desventajas le trae ser afiliado a la Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Uruapan?

28.- ¿De manera general como se siente con los servicios y atención brindada por CANACO SERVYTUR?

- a) Muy satisfecho b) Satisfecho c) Poco satisfecho d) Nada satisfecho

29.- ¿En qué aspectos considera que CANACO debe mejorar?

30.- ¿Qué opinión tiene acerca de CANACO SERVYTUR?

OBSERVACIONES: _____

¡¡GRACIAS POR SU APOYO

