



Transdisciplinary Framework for Micro and Small Enterprises in Gentrified Environments

José Alfredo Rodríguez Escobar, Miguel Patiño Ortíz and Ignacio Enrique Peón Escalante

EasyChair preprints are intended for rapid dissemination of research results and are integrated with the rest of EasyChair.

October 21, 2020

Marco transdisciplinario para micro y pequeñas empresas en entornos gentrificados

J. A. Rodríguez Escobar¹, M. Patiño Ortiz¹, I. E. Peón Escalante¹

¹ Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, Sección de Estudios de Posgrado e Investigación, Unidad Profesional Adolfo López Mateos “Zacatenco”, Edificio 5 3er. Piso, Col. Lindavista, C.P. 07300, Ciudad de México
e-mail: rgueze.industrial@gmail.com, mpatino2002@ipn.mx, ignaciopeon@gmail.com

Resumen— Con el paso del tiempo y procesos de globalización, problemáticas complejas como la gentrificación se presentan cada vez con más frecuencia en un grupo creciente de barrios o áreas específicas. Este difumina sus fronteras interviniendo no solamente en el desplazo de residentes, sino también en micro y pequeños negocios. Por lo tanto, con la finalidad de abordar y proponer modificaciones factibles que solventen las necesidades de supervivencia de las MyPEs por medio de su cuota de mercado en un entorno vertiginoso como el gentrificado, requiere plantear los márgenes necesarios para orientar los resultados de un trabajo de investigación hacia conclusiones plausibles y alcanzables.

Este trabajo, propone los márgenes y teorías transdisciplinarias pertinentes que puede delimitar un trabajo de investigación sobre el comportamiento real de las micro y pequeñas empresas en la vorágine de un entorno avasallador y cambiante con problemáticas de relativa reciente identificación como la gentrificación, vinculados con modelos idílicos planteados para su funcionamiento.

Palabras Clave — Economía, gentrificación, paradigmas, sistemas, transdisciplinariedad.

Abstract— With the passage of time and globalization processes, complex problems such as gentrification are increasingly present in a growing group of neighborhoods or specific areas. This blurs their borders intervening not only in the displacement of residents, but also in micro and small businesses. Therefore, in order to address and propose feasible modifications that solve the survival needs of MSMEs through their market share in a dizzying environment such as gentrification, it is necessary to raise the necessary margins to guide the results of research work towards plausible and achievable conclusions.

This work proposes the margins and relevant transdisciplinary theories that can delimit a research work on the real behavior of the micro and small enterprises in the vortex of an overwhelming and changing environment with problems of relative recent identification such as gentrification, linked to idyllic models proposed for its operation.

Keywords -- Economy, gentrification, paradigms, systems, transdisciplinarity

I. INTRODUCCIÓN

La gentrificación como fenómeno complejo, inicialmente afecta el aspecto habitacional de las zonas en donde se presenta, mientras que colateralmente afecta en gran medida a los negocios que se encontraban establecidos en la zona con

anterioridad por la llegada de empresas de mayor envergadura que buscan posicionarse en el barrio en tendencia.

Por su amplio espectro que escala distintos estratos desde lo político, económico, arquitectónico y social (entre otros), resulta de gran conveniencia ser abordada a través del enfoque sistémico transdisciplinario.

Se entiende que literatura y documentación orientados hacia estos tropos acrecienta las listas y repositorios de información y es utilizado en espacios políticos, económicos y sociales, en detrimento de la exigencia del análisis minucioso de cada uno por su ambivalencia.

Dichas revoluciones en los paradigmas en el mar de los estudios referentes a lo social, urbanístico, económico, sus respectivas teorías y corrientes de pensamiento exigen el uso de una perspectiva **transdisciplinaria**, que se refuerza por la necesidad de abordar un enfoque transversal de los sistemas que las perspectivas monodisciplinarias fragmentarían.

Esto, para diferenciar y delimitar los factores exógenos y endógenos que deban incluirse como partícipes al revisar las afectaciones a cualquier organización dentro de un entorno como el revisado.

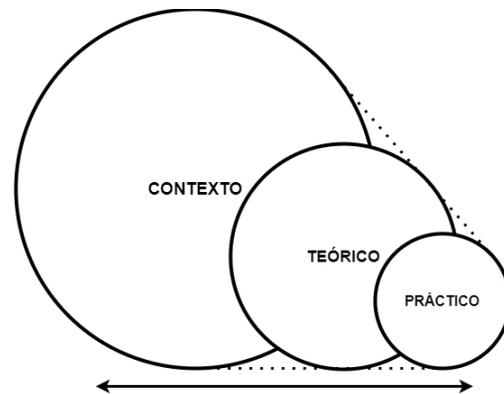


Fig. 1.- Modelo “Relación teoría – práctica”. Elaboración propia.

II. DESARROLLO

Para fines de este artículo, de acuerdo con las relaciones entre las micro y pequeñas empresas (MyPEs) de giro comercial y de servicios, se demarcan los siguientes tópicos de investigación relacionados de manera transdisciplinaria para la

conformación del marco rector de un trabajo de investigación referente a como solventar las afectaciones de la gentrificación para con las pequeñas organizaciones.

III. PROPUESTAS TEÓRICAS

Teoría de la motivación humana de Maslow



Fig. 2.- Pirámide de Maslow [1]

Esto para partir del punto en el que el humano con sus inherentes necesidades puede ser motivado a satisfacerlas; aunado al hecho de que **ninguna necesidad se aísla de otra, y se relacionan con la satisfacción de otra necesidad** [2]. Lo que, para fines de la mejora en el desempeño de ejercicios de posicionamiento de cualquier organización, vinculan fuertemente la motivación a satisfacer diferentes tipos de necesidades mediante la **adquisición de un producto o servicio**.

Proceso administrativo

“La administración busca, precisamente en forma directa la obtención de resultados de máxima eficiencia en la coordinación, y solo a través de ella se refiere a la máxima eficiencia o aprovechamiento de los recursos materiales, tales como capital, materias primas, máquinas, etc. [3]”

Con esto plantear la idoneidad de los modelos pensados y desarrollados para la gestión de una organización o proyecto. Como se menciona a inicios de este documento, la integración de estos conocimientos pretende contrastar, definir y conformar la relación entre lo sugerido por la teoría y lo realmente practicado.

Gestión esbelta

La aplicación y orientación de estándares allegados a la gestión esbelta resultan de gran utilidad cuando se abordan asuntos relacionados al cumplimiento de objetivos apegándose a la optimización de recursos.

Cabe resaltar que, para fines del trabajo, se hace énfasis en los conceptos de la gestión esbelta más como cultura adoptable por las organizaciones que como una metodología a ofrecer [4].

La mejora orientada a procesos repercute en el refinamiento de acciones cotidianas de una micro o pequeña organización, como la revisión de canales de distribución, optimización de costos, selección de proveedores, mejorar en el acercamiento y contacto con el consumidor, entre otros.

Si bien la gestión esbelta fue concebida por y para procesos específicos referentes a la manufactura, orientarla hacia el flujo dentro de canales de distribución contribuye a una factible optimización en cuanto a los productores o proveedores, hasta al posicionamiento de las micro y pequeñas empresas en lo que a la percepción por parte de los clientes corresponde.

Teoría de los océanos azules

La estrategia de los océanos azules planteada por Renée Mauborgne y W. Chan Kim durante el 2005 en su obra homónima [5] la cuál propone un mercado dominado a través de aspectos relativos a la innovación.

Se propone también el posicionamiento y aseguramiento de un lugar a consideración de los consumidores dejando por un lado la competencia habitual creando así un “Océano azul” que representa un mercado “ideal”. Regularmente un océano azul nace a partir de su contrario, un océano rojo. Se basa en distintos tropos o ideas centrales, entre ellas:

- Basarse en resultados más apegados en la viabilidad y sustentabilidad.
- Conocer un poco más allá de los límites de la demanda del consumidor.
- Centrarse más en una idea global que en lo cuantitativo.
- Cimentar relaciones nuevas con los consumidores.

Teoría de la oferta y la demanda

Según la copla número 256 del Thirukkura:

“Si la gente no mata a otros seres con el propósito de consumirlos, entonces nadie suministrará la carne por el precio.” [6]

Obviando que la prosa en el texto antiguo se presta a un proceso constante de interpretación:

- 1) El consumo de un producto o servicio es la causa principal de su producción y, por lo tanto, de su suministro.
- 2) El precio del producto no causa su suministro en absoluto cuando el consumo es cero.
- 3) El precio del producto por sí solo no causa su suministro, es decir, cuando el consumo es positivo, entonces el precio puede influir en la "cantidad" del consumo en función del poder adquisitivo del consumidor.

La oferta y demanda, un término que se registra su primera utilización en un trabajo de James Denham-Steuart [7] y un modelo económico determinístico afianzado incluso antes del siglo XX, se utiliza de manera analógica para revisar la demanda de productos por parte del mercado, que no siempre se orienta hacia la posición con más oferta, si no a quien ofrece mejores soluciones, enlazando lo propuesto con la revisión de los canales de distribución y la identificación, o factible adaptación por parte de los ofertantes dentro del mercado.

Canales de distribución

Los canales de distribución se conforman desde la fase donde se generan o producen bienes o insumos, después se

transporta pasando a través de distintos intermediarios para llegar finalmente al consumidor.

Si bien los servicios no pueden del todo ser transportados como los bienes o materias primas, y son producidos y consumidos en el mismo sitio, sí que requieren entradas a manera de insumos o materia prima para ser producidos.



Fig. 3.- Canal de distribución tradicional Elaboración propia.

Mediante la mercadotecnia, se pueden orientar estos canales de distribución a mercados meta específicos, sin embargo, dentro de las limitantes propias de las pequeñas y microempresas, arreglar la venta o promocionar el producto o los servicios quedaría reducido a un segundo plano [8].

Intermediarios pueden ser agregados a las cadenas de manera modular después del minorista, en donde no se encarece de sobremanera el producto al consumidor, y al mismo tiempo, se facilita esta distribución para los clientes y posicionamiento y promoción con clientes de carácter potencial.

IV. CONOCIMIENTOS PRÁCTICOS

Manejo de proveedores

Las MyPEs de giro comercial mantienen de manera consciente o inconsciente relaciones con proveedores.

Al realizarse de manera empírica, puede o no existir un manejo eficiente de estos proveedores para maximizar los beneficios que podrían resultar de una correcta revisión y análisis de la relación entre la organización y el proveedor.

En el contexto mexicano, las MyPEs suelen establecer estas relaciones mediante la ponderación de factores individuales importantes para la organización en su ejercicio de toma de decisiones.

Esto aunado al límite de recursos inherentes de una organización de tamaño pequeño, resultan en la elección de proveedores de acuerdo con la percepción, subjetividad y entorno propio de cada micro y pequeña empresa.

Es por ello, que la sugerencia de enfatizar únicamente en el análisis y revisión del mercado de proveedores de servicios, bienes, insumos o materia prima para las organizaciones podría mantener el producto de este marco de investigación al margen de lo idílico, sin tomar en cuenta los limitantes reales de un contexto tan volátil como el mexicano.

Control de inventarios

En cuanto al sector terciario, las entradas deberían ser gestionadas de manera rigurosa en afán de aminorar ciertos riesgos propios del control de estos materiales; como lo pueden ser las pérdidas, robos o mermas.

A lo que el conocimiento práctico de estas organizaciones compete, el control de inventarios es llevado hoy en día en

menor medida de manera “mental”, pasando a formar parte de listas escritas y en mayor medida hojas de cálculo, lo que habla de una concientización dentro del giro en cuanto la importancia de este control pese a haberse estancado durante bastante tiempo [9].

Factores endógenos como el impacto de la integración de algún sistema dentro de la pequeña organización, o la curva de aprendizaje y adaptación para el personal limita el abanico de propuestas para mejora en cuanto a procesos de control de inventario.

Atención al cliente

Las MyPEs pueden afianzar y consolidar relaciones estrechas con los consumidores, debido a diversos factores como atención personalizada, cercanía por la dimensión de la plantilla, de los propietarios o por lo menos en una posición de menor tiempo de retroalimentación.

Las micro y pequeñas organizaciones podrían verse reducidas al último contacto con el consumidor final, sin embargo, los constantes cambios en las dinámicas sociales han constituido nuevas maneras en la que las compras se realizan, al mismo tiempo que puede verse mejorado el posicionamiento de cualquier organización, modificando las maneras en que las empresas son percibidas por los clientes.

Gestión de gastos y costos

Si bien, en el mayor número de ocasiones, es la misma conformación del presupuesto que obliga a ceñirse a determinados limitantes de carácter económico.

La economía desde hace varios años no da cabida a despilfarros, gustos ni pasos en falso. Esto limita las entradas de dinero por transacciones, y aunado a los gastos y costos no solo de la organización, si no muchas veces adjuntos propios de la misma familia de los propietarios, acorta aún más dichas entradas. De manera intrínseca, la implementación de mejoras en estos procesos resultaría bastante determinante en una fase posterior, en cuanto se tenga un “qué” administrar mejor.

La propuesta de modificaciones de procesos referentes al control de egresos para fines de este trabajo se reduce a un segundo plano, ya que, al considerar los factores de la realidad del contexto y las incipientes problemáticas del contexto, y también la praxis empírica del personal, no se pretende proponer en primera instancia limitar los gastos que muchas veces comprenden también gastos propios referentes a la subsistencia de la familia mexicana. Sin embargo, no se descarta ni demeritan los esfuerzos por mejorar o proponer estos cambios en cuanto a los procesos de gestión.

Posicionamiento y publicidad

En las MyPEs el posicionamiento se va marcando más por reputación que por mera publicidad. Sin embargo, no se reduce o minimiza la utilización de diversos conocimientos basados en la mercadotecnia incluso de manera empírica por parte de estas.

Un pequeño número de micro y pequeñas empresas consideran, contemplan o ejecutan gastos por conceptos de publicidad. Sin embargo, ni siquiera los propietarios

consideran un egreso inútil cualquier acción que coloque en perspectiva a la organización con nuevos clientes.

Delimitado todo esto, se puede constatar la manera en que la teoría se vincula con la práctica. **Esto planteando el cómo el entorno está concebido para su funcionamiento ideal, de qué manera se desarrollan ideas para un correcto desempeño de una organización y la realidad de las prácticas y limitantes de la mayoría de pequeñas y microempresas en el sector comercial mexicano.**

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

“Es entonces cuando entre toda la vorágine del desarrollo de modelos heurísticos y de investigación, surgen los llamados nuevos paradigmas “con diverso potencial significativo según sus enmarañados procesos cognoscitivos y como respuestas a sucesos que enfrentan “imprintings” y “paradigmas” que se debilitan ante los grupos que los postulaban.”(López Rangel, 2012) [10].

Por lo tanto, se van generando una diversidad de ideas como las del desarrollo sustentable, concatenada con la problemática energética y de recursos. Asimismo, se enmarcan otras corrientes dentro del amplio espectro del problema como podría ser también las modificaciones culturales, y se les atañe el carácter de “multidisciplinario” o “interdisciplinario” mientras que se encuentra un problema con la semántica de cualquier nueva denominación incluso dentro de los procesos de la gentrificación que parte del concepto inicial, hacia denominaciones enfocadas a rehabilitación sociocultural de un barrio, remodelación inmobiliaria y sus habitantes, crecimiento de la marcha urbana y su relación con las periferias.

Por ende, la vinculación entre enfoques hasta cierto punto divergentes, aunque con objetivos afines en contraposición con la problemática, coadyuva a realizar propuestas con tendencia a lo holístico en el entorno actual mexicano.

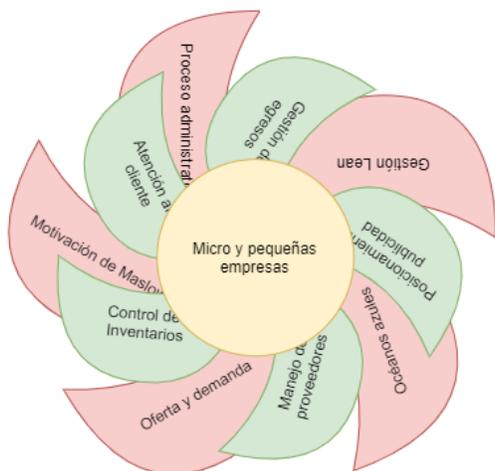


Fig. 4.- Modelo “Relación teoría – práctica”. Elaboración propia.

VI. CONCLUSIONES

Las características inherentes del problema específico, su análisis y los sistemas de actividad humana hacen que todos los procesos e involucrados converjan de manera concurrente, compleja y, por ello mismo, transdisciplinaria.

Con esta propuesta de vinculación de conocimientos teóricos en la transdisciplinaria, con la praxis de las micro y pequeñas empresas a través de ensayo y error en la mayoría de los casos, se pretende orientar los resultados del trabajo “Proceso sistémico para transformar el nivel de competitividad de las MyPEs de comercio y servicio en un contexto de gentrificación: estudio de caso colonia Roma”, el cual revisa el contexto de una zona gentrificada, relacionando el modelo ideal de funcionamiento sistémico de la zona con el modelo real, y que propone modificaciones internas orientadas hacia la realidad, factibles y alcanzables dentro de los márgenes.

Se resalta que el objetivo de los marcos, aun cuando se define en conceptos específicos, no se mantiene estático y con límites “rígidos”, sino que se ve fluctuante acorde a los contenidos y percepciones revisados a lo largo del escrito.

VII. AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen al Instituto Politécnico Nacional, a la Sección de estudios de Estudios de Posgrado e Investigación de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica Unidad Zacatenco, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de la Ciudad de México por el apoyo brindado.

VIII. REFERENCIAS

- [1] Autoría colectiva. (2020, September 2). Pirámide de Maslow. Wikipedia, La Enciclopedia Libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow
- [2] Maslow, A. H. (1943). Psychological Review 50 (4) 370–96-A theory of human motivation. Psychclassics. Yorku. Ca.
- [3] Ponce, A. R. (1992). Administración moderna. Editorial Limusa.
- [4] Mendoza, M. G. (2017). Cultura Lean: Las claves de la mejora continua. Profit Editorial.
- [5] Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2014). Blue ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant. Harvard business review Press.
- [6] Chendroyaperumal, C. (2010). The First Laws in Economics and Indian Economic Thought–Thirukkural. Available at SSRN 1545247.
- [7] Steuart, J. (1767). An inquiry into the principles of political economy (Vol. 2).
- [8] Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J., Báez, E. P., & Martínez, J. F. J. D. (2004). Fundamentos de marketing.
- [9] Rodríguez, J. A., & Patiño, M. (2018). Hacia un modelo de desarrollo sostenible de competencias para las MyPes de zonas en gentrificación. CONGRESO NACIONAL DE INGENIERÍA ELECTROMECAÁNICA Y DE SISTEMAS, XVII.
- [10] López Rangel, R. (2012). Las teorías urbanas, un tema transdisciplinario, no neutral. Catedra Sur: Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Nacional de General Sarmiento. Memorias. Recuperado de: http://www.ungs.edu.ar/Catedrasur/Wp-Content/Uploads/2012/11/3_LOPEZ-RANGEL_VF.Pdf