

Redes locales y capacidades empresariales en el medio rural

*María del Carmen Domínguez Ríos**

Introducción

El término desarrollo ha sido usado libremente para referirse a cualquier cambio positivo en las condiciones de vida de sus miembros. De hecho y no obstante que el término no ha sido definido satisfactoriamente y en forma exacta por los científicos sociales, la idea central que predomina en los intentos por definirlo es que se trata de un proceso mediante y durante el cual se mejora la calidad de vida de la sociedad

La definición anterior implica, por un lado que el desarrollo incluye el mejoramiento en las condiciones económicas, políticas, sociales, ecológicas y culturales de la sociedad en general y por lo tanto, que su campo es más amplio de lo que usualmente se supone. Por otro lado la definición establece la necesidad de evaluar la calidad de vida de la sociedad de manera que se pueda identificar el mejoramiento que se supone es el resultado del proceso.

Este trabajo tiene como objetivo estudiar las redes que establecen los microempresarios rurales que les permiten desarrollarse y mantenerse en el mercado a través de un estudio de caso.

Se parte del supuesto que los conocimientos y habilidades desarrolladas por los microempresarios han sido el resultado de un proceso de desarrollo de vínculos entre ellos y las asociaciones creadas para su desarrollo.

Las redes

Borch y Huse definen las redes como: "Contactos de largo plazo entre personas u organizaciones para obtener informaciones y recursos constructivos".¹ Las diferentes etapas del desarrollo de una empresa, en particular las de creación y crecimiento, dieron lugar a muchas investigaciones.²

* Profesora investigadora de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

¹ Odd Jarl Borch y Morten Huse, "Informal Strategic Networks and the Board of Directors", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, otoño de 1993, p.23

²Para el proceso de organización inicial de la empresa, véase Howard Aldrich y Catherine Zimmer, "Entrepreneurship through Social Networks", Donald L. Sexton y Raymond W. Smilor (coordinadores), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Ballinger Publishing Company, Cambridge, Ma., 1986, pp. 3-23; Sue Birleym, "The Role of Network in the Entrepreneurial Process", *Journal of Business Venturing*, núm. 1, 1985, pp. 107-117;

En estas dos fases, las redes tienen la misma función: constituyen un medio para alcanzar los recursos necesarios para el funcionamiento y crecimiento de la empresa, así como para obtener las informaciones y los recursos necesarios para el desarrollo de la empresa. El término recurso es muy amplio y pueden distinguirse dos tipos: a) los recursos materiales que hacen posible constituir físicamente a la empresa, o sea, el capital humano y financiero, la propiedad y los socios comerciales, y b) los recursos no materiales que permiten a la empresa desarrollar su actividad, esto es el entorno y el acceso a la información crítica.

Los enfoques económicos y social

Una primera distinción de la literatura en el enfoque de las redes según su uso es el económico, el cual favorece una percepción parcial de la actitud del empresario, para tal fin emplea la teoría de los costos de transacción de Williamson³, donde la red es una vía para abatir los costos de transacciones en el mercado mediante la selección de los recursos más baratos; la desventaja es que no toman en cuenta las influencias sociales en el empresario. El enfoque social, por su parte, privilegia los contactos personales como herramienta principal para obtener los recursos deseados. En este modelo se presupone que las instituciones económicas se construyen sobre relaciones sociales y están influenciadas por los vínculos personales resultantes. En este marco los individuos y las empresas invierten tiempo y esfuerzo en transacciones sociales que puedan brindarles provecho y ganancias; el empresario asegura el acceso a los recursos que necesita por medio de su red social. Se considera que una relación es útil y eficaz cuando existen vínculos personales, reputación y una relación de confianza.

Redes formal e informal

Jerome Kratz y William B. Garther, "Properties of Emerging Organizations", *Academy of Management Review*, Vol.13, núm. 3, 1988, pp. 429-441; Andrea Larson y Jennifer A. Starr, "A Network Model of Organization Formation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, invierno de 1993, pp. 5-15; Tone A. Ostgaard y Sue Birley, "Personal Networks and firms Competitive Strategy: A Strategic or Coincidental Match", *Journal of Business Venturing*, vol. 9, núm. 4, Julio de 1994, pp. 281-305; Jennifer A. Starr y Ian C. MacMillan, "resource Cooptation via social Contracting: Resouce Acquisition Strategies for New Ventures", *Strategic Management Journal*, vol. 11, 1990, pp. 79-92. Para la etapa de crecimiento, véase José Carlos Jarillo, "On Strategic Networks", *Strategic Management Journal*, vol. 9, 1988, pp. 31-41; Andrea Larson, "Network Dyads in Entrepreneurial Settings: a Study of the Governance of Exchange Relationships", *Administrative Science Quaterly*, núm. 37, 1992, pp. 76-104.

³ Oliver Williamson, *The Economic Institutions of Capitalism*, The Free Press, Nueva York, 1975.

El enfoque social ofrece al empresario varias posibilidades de uso de su red. En la literatura se mencionan diferentes actores a quienes los empresarios pueden recurrir: las redes formales y las informales. Las primeras, según Birley, se componen de los bancos, las agencias locales o nacionales, así como las cámaras y otras representaciones oficiales⁴. La red informal se refiere a todas las relaciones personales del empresario, principalmente la familia, los amigos y los contactos de negocios. Diversos autores sostienen que en el proceso de creación de una empresa los contactos informales desempeñan un papel fundamental y son la primera fuente de ayuda del empresario.

Vínculos fuertes y débiles

La red informal se puede clasificar según la intensidad de la relación que la vincula con el empresario. Granovetter diferencia los vínculos fuertes que caracterizan las relaciones con amigos íntimos y los vínculos débiles constituidos por los conocidos.

Cada uno de ellos tiene ventajas distintas; los débiles, que son más amplios y dan acceso al exterior del grupo, son primordiales para obtener la información y, aunque forman una red tejida de manera estrecha (cada uno se conoce en la red), conservan cierto aislamiento. Los vínculos fuertes permiten el acceso a otras redes estrechas, lo que hace posible obtener información externa. Aldrich y Zimmer aplicaron esta teoría al entorno empresarial y dedujeron que el empresario debe posicionarse al centro de una red para así conectarse a diferentes fuentes de información.⁵ El empresario activará sus vínculos débiles principalmente para obtener información, pero también para atraer clientes.⁶ Los vínculos fuertes también tienen ventajas específicas: En el caso chileno, Lomnitz estableció un vínculo entre la distancia social y el nivel de favor esperado: cuanto más débiles es la distancia social, pueden ser más importantes los favores solicitados.⁷ De la misma manera, Starr y McMillan clasificaron las relaciones de un empresario en intensidad decreciente: amistad, afinidad, gratitud, confianza y obligación.⁸ Esta escala se ha establecido según la formalidad del reconocimiento de la existencia de una deuda social entre los dos lados, así

⁵ Howard Aldrich y Catherine Zimmer, op. cit., p. 85

⁶ La ubicación de nuevas empresas, los mercados potenciales de bienes y servicios, las fuentes de capital, los inversionistas potenciales, la innovación y las prácticas empresariales usuales son informaciones que propagan bien por medios de individuos. Los vínculos débiles alcanzan a más gentes. Además, aunque en teoría los dos tipos de vínculos permiten constituir una clientela, son los débiles los que permiten aumentar el número de clientes; *ibid.*

⁷ Lomnitz distingue en la escala social: los familiares, los amigos íntimos, los amigos, los desconocidos y los amigos de amigos. Larissa Lomnitz, "Redes informales de intercambio en sistemas formales: un modelo teórico", Comercio Exterior, vol. 40 núm. 3, México, marzo de 1990, pp. 212-220.

⁸ Howard Aldrich y Catherine Zimmer, op. cit., p. 85

como del costo de la conservación de tal vínculo. Al parecer la fuerza del vínculo permite obtener los recursos deseados de manera más segura: los parientes cercanos pueden ayudar más y están disponibles con mayor facilidad.

La confianza

Un elemento primordial que ayuda a explicar la eficacia de una red es la noción de confianza, la cual explica la calidad de los vínculos fuertes en comparación con los débiles. Lewicki y Bunker destacan tres niveles de confianza: a) la basada en el cálculo donde el miedo al castigo es más fuerte que el atractivo de la recompensa; b) la basada en el conocimiento, donde el que se tenga de la contraparte permite anticipar actitudes, y c) la basada en la identificación, en la cual el desarrollo de la comprensión mutua hace posible que cada uno pueda actuar de manera eficaz en lugar del otro. Estos grados de confianza justifican el empleo privilegiado de la red informal. Las relaciones con los miembros de la red informal han alcanzado probablemente la etapa b) o c), mientras que las establecidas con la red formal tienen un nivel de confianza menos desarrollado. Esta puede también justificar la ventaja de los vínculos fuertes sobre los débiles. Burt y Knez, así como Lomnitz, señalan que la confianza se relaciona con la necesidad del vínculo y con la posición de los actores en la estructura social. Se presenta un círculo virtuoso entre la confianza y la estabilidad de los intercambios: la estabilidad favorece una relación de confianza, en tanto esta explica la estabilidad de las estructuras de intercambio. Conforme a diversos estudios, la unidad social que genera el nivel de confianza más elevado es la familia. Esta es muy importante en el establecimiento de una relación de negocios y también esta presente en el enfoque económico, pero se desarrolla de manera más natural en un entorno informal.

Las interacciones de los productores se basan en el intercambio de información, conocimientos y habilidades. La información, los conocimientos y las habilidades surgen a su vez de la acumulación local de *know-how* específico y conocimiento formal generado en los procesos de aprendizaje formal e informal que se desarrollan entre las empresas y las organizaciones que conforman el marco institucional local y regional.

El trabajo en redes no brota de un interés altruista por terceros, sino que representa por lo general el interés de las empresas mismas y ha llegado a ser una herramienta estratégica para que las empresas mejoren su desempeño.

Las redes están dedicadas al mejoramiento de las capacidades de las empresas y de su desempeño. Las empresas adoptan ciertas estrategias de la cooperación en redes para

lograr sus metas. La cooperación es una estrategia de negocios.

Microempresa rural.

Las microempresas familiares son unidades de producción en donde el o la propietaria es quien lleva a cabo la mayoría de las actividades del negocio. Esta unidad debido a su tamaño tiene capacidad para absorber entre tres a cinco personas asalariadas o no quienes preferentemente son miembros de la familia o en todo caso personas de la comunidad en la que se ubica la empresa. Cada uno de los trabajadores de la empresa se considera como microempresario. (BID 1989)

La microempresa puede tener dos orígenes 1) la iniciativa de individuos o grupos con necesidad de generar fuentes de ingreso o 2) el resultado de la promoción de una agencia de desarrollo social o institucional que congrega a individuos para el desempeño de una actividad productiva

Metodología

Para abordar al sujeto de estudio considerado –una empresa rural dedicada al cultivo de flores-, y puesto que la intención era conocer a detalle las formas en que se fueron construyendo las diferentes redes, así como la influencia que tuvieron en el proceso de consolidación de la empresa y en su acceso a diferentes recursos, se procedió a desarrollar una investigación cualitativa. El diseño cualitativo incluyó un trabajo de campo, en el que se realizaron entrevistas a profundidad con elementos claves de la empresa a través de una guía de entrevista, de tal forma que fuera posible corregir y agregar nuevos factores según fuese conveniente para el estudio. Un aspecto adicional de haber elegido un diseño cualitativo fue el papel central que el individuo juega en todos estos procesos, dando lugar a un proceso complejo que no podía ser analizado a partir de seguir una lógica estadística (Ruiz, 1996)⁹.

⁹ Ruiz, José Luis, 1996, *“Metodología de la investigación cualitativa”*, Bilbao, Universidad de Deusto.

Presentación del estudio de caso

Para el análisis del estudio de caso se realizará una descripción y posteriormente una análisis sobre el tipo y la participación que las redes han tenido en actividades como: los productos que elabora la empresa, el mercado en el que participan, sus proveedores, sus fuentes de financiamiento y la tecnología, por ser precisamente en estas actividades donde se ha observado una mayor incidencia de los vínculos que se han ido construyendo a través de la historia de la firma.

BONSAI “Lo pequeño es hermoso”

El vivero BONSAI es propiedad de Daniel originario de Atlixco se encuentra localizado en la colonia Cabrera en Atlixco, Puebla.

Esta microempresa inicio sus operaciones en 1992 por considerar una oportunidad de negocios, se dio cuenta que a los propietarios y comerciantes de los viveros les iba bien en ese giro (viveros), consideró que era rentable y tomo en cuenta los factores de localización las condiciones climáticas y la abundancia de agua del municipio de Atlixco, por lo que invirtió inicialmente \$5,000.00 que había recibido como indemnización por despido al cierre de una empresa Textil. El propietario posee bachillerato, y ningún antecedente como empresario, pero a pesar de ello decidió iniciar su propio negocio y de esta manera autoemplearse. “...considero que esta actividad es muy satisfactoria ya que me llamaba la atención la floricultura y conocer toda la gama de plantas que se producían en la región...”.

Organización de la empresa.

La empresa es familiar y esta integrada por la madre del. Daniel y su Esposa Lucía, que participan activamente en el negocio la primera en el diseño de las plantas bonsái y su esposa en la administración del negocio; mantienen una estrecha relación con otros viveros donde participan mujeres y colaboran en la elaboración de las plantas bonsai, también la esposa participa en la primera asociación de productores que se formo.

Señala Daniel “...por principio tuve que definir el tipo de plantas que se iban a producir”.

Se ha especializado en follajes cactáceas, cactus, por tratarse de plantas que son de tamaño pequeño para los BONSAI. También producen otras plantas que demanda el mercado, rosas, orquídeas, Lilis, Gerberas y Tulipanes que colocan en rejas de madera para

su conservación, manteniendo un clima y un riego de acuerdo a las necesidades de cada variedad de planta. Debido a que cuentan con una superficie de terreno de 1000 m², comentaron que la superficie de terreno les limita la producción, planean a corto plazo rentar un terreno, aunque la renta oscilan entre los 4 000 y 7 000 pesos por hectárea dependiendo de la ubicación del terreno, y de la existencia de agua. Cabe hacer mención que son mas cotizados los que están a la orilla de carretera la mayoría de los viveros que se ubican en esa zona son propietarios.

Resulta importante para Daniel llevar un seguimiento de las ventas por tipo de planta para programar la compra de insumos y el crecimiento de las ventas y de las utilidades

La microempresa se encuentra ubicada sobre una carretera adoquinada, además cuenta con un canal de riego, así mismo. Con respecto a los financiamientos esta microempresa no ha obtenido ningún tipo de crédito por parte de las instituciones locales.

Resulta importante para Daniel llevar un seguimiento de las ventas por tipo de planta para programar la compra de insumos y el crecimiento de las ventas y de las utilidades

Todas las plantas que se venden se producen directamente en el vivero. De esta manera puede mejorar sus precios de venta y obtener más utilidades.¹⁰

Mercados y comercialización.

BONSAI distribuye y vende principalmente en los municipios circunvecinos de Puebla, Tlaxcala, Morelos y en la colonia Cabrera en Atlixco. También ha participado en las ferias y exposiciones a nivel local regional e internacional organizadas por los gobiernos municipales¹¹, cuenta con clientes que le compran grandes volúmenes,

Dentro de sus activos la microempresa tiene su propio transporte, utilizan rejas de madera para transportarlas; y por el tamaño de estas el medio de transporte es adecuado para la distribución y venta.

Sus principales proveedores se localizan en Cuautla. La empresa acumula plantas madre de las variedades de plantas para su reproducción aprovechando todos los recursos

La empresa acumula plantas madre de las variedades de plantas para su reproducción aprovechando todos los recursos

¹⁰ En comparación si únicamente las comercializa la ganancia es de un 10% y si ellos directamente la producen y las venden sus ganancias se elevan entre el 40% y 60% dependiendo del tipo de planta y del volumen de venta.

¹¹ En las ferias la cuota es de \$1,100.00. Esta cuota es recuperada y vale la pena participar en estos eventos por que las ventas se gana buen dinero las ganancias van entre el 50% y 100% dependiendo del tipo de planta.

Proceso de producción

Las puntas de las plantas que se encuentran en buenas condiciones se cortan y se siembran para reproducirse como una planta normal a ese procedimiento se le llama cultivo por medio de esquejes; Los esquejes estarán listos para su venta en un tiempo que va de 3 meses hasta un año dependiendo del tipo de planta que se trate.

En este vivero la forma de producción es muy artesanal, pero si contaran con recursos financieros modernizarían las técnicas que utilizan.

Daniel considera que en sus procesos utilizan más mano de obra que si tuvieran el proceso más tecnificado.

Para la producción de pinos utilizan bolsas de nylon grueso. En una maceta grande siembran esquejes de pino y tapan las macetas con estas bolsas, y de esta forma se va generando un proceso que comúnmente se conoce como ciclo hidrológico, que sirve para generar calor, vapor y agua, sin necesidad de utilizar otras formas más modernas de producción.

El resultado de este proceso, es cuando los esquejes empiezan a extender sus raíces lo cual significa que ya se generaron las nuevas plantas. Se han mejorado los diseños en los productos relacionados, también se han buscado nuevos materiales para las macetas, para presentar las plantas diseñando modelos sofisticados que llamen la atención de los clientes, y que mejoren los que ofrece la competencia.

“...BONSAI, busca siempre la satisfacción del cliente, mantener clientes satisfechos que compren constantemente y brindar la mejor atención para que regresen...”

Origen del capital y fuentes de financiamiento

El papel de Inés, la madre de Daniel ha sido fundamental para el desenvolvimiento del negocio y el diseño de la producción de Bonsái, ya que ella poseía conocimiento y experiencia como trabajadora en los viveros.

Desde sus inicios la empresa ha sido autofinanciable. La obtención de créditos menciona Daniel ha demandado muchos requisitos y burocracia. El año pasado 2007 intentaron participar en un proyecto productivo, pero la limitante que tuvieron fue la superficie de terreno, la falta de escrituras.

Daniel hizo hincapié en que a él le gustaría obtener financiamiento para crecer y diversificar su producción.

Desde el inicio de sus operaciones, adquirieron cubiertas, plásticos, exhibidores termómetros y bombas, como parte del equipo básico del vivero.

Daniel señaló "...nos dedicamos principalmente a la producción de plantas miniaturas, follajes, cactáceas, acuáticas y plantas colgantes y eso es lo que nos ha caracterizado y ayudado a mantenernos en el mercado, ya que en Atlixco son pocos los que se dedican a la producción de este tipo de plantas..."

Bonsái, siempre ha tratado de dar un valor agregado a sus productos. Innovando desde el proceso de producción hasta la presentación del producto, considera una de las ventajas. Se lleva un seguimiento de las ventas de los clientes que compran al mayoreo y de la conservación de las plantas vendidas, de modo que según Daniel "...para el cliente seamos proveedor único y así mantener nuestro nicho en el mercado..".

Como ya se menciona se trata de una empresa familiar donde participan todos sus integrantes Daniel, la madre, la esposa y dos hijos. Pero quien resuelve los problemas y toma las decisiones es Daniel que lleva el control, de las compras de los insumos, (la semilla, antiplagas, plantas, fertilizante, tierra etc.) el control y vigilancia del proceso de producción, la capacitación y la contratación de trabajadores, la distribución y venta de la plantas. Daniel también trata de mantenerse actualizado e informado mediante la adquisición de revistas, libros asistencia a cursos de capacitación y conferencias. A través del uso de Internet mantiene contacto con sus clientes y proveedores; y en estas actividades lo auxilian sus hijos (12 y 15 años) y su esposa.

Daniel realizó un estudio de mercado para decidir que tipo de plantas se iba a producir considerando la competencia de los demás viveros y la producción, por lo que la familia decidió producir plantas miniaturas. Comenta Daniel "...esto nos llevo a especializarnos en la producción de este tipo de plantas (suculentas cactáceas, follajes etc) tomar cursos y buscar otras plantas de esta clase en revistas y folletos..." Este tipo de planta ha tenido aceptación en el mercado, ya que se utilizan en oficinas, casas y lugares donde hay poco espacio y son muy adaptables a estos lugares.

Cuando decidimos iniciar el negocio se tuvo en cuenta el conocimiento de Inés quien transmitió el aprendizaje a Daniel adquiriendo mas conocimiento en la practica sobre la producción de plantas, ella fue quien enseñó a Daniel la producción por medio de esquejes, a gran escala (es un proceso que consiste en cortar las puntas de las plantas o trozos de las plantas y de ahí la volver a sembrar para obtener nuevas plantas). Este proceso requiere un cuidado constante de hidratación y temperatura para el buen desarrollo y crecimiento de la planta. También existe la producción por medio de acodos, que consiste en que al tallo mas grueso de la planta se le hace una ranura, luego se le pone enraizado que es una especie de abono con musgo y se amarra o se contrae con plástico, para tenerlo con constante agua, para que después de este proceso se extienda la raíz, y se genere una nueva planta o varias para sembrarlas en macetas independientes.

Al principio se compraban plantas de diversos tipos, en lugares del estado de México, Morelos y de Veracruz, hasta que poco a poco se fueron implementando las técnicas y se realizó la reproducción a través de esquejes, de acodos y también se utilizaron semillas. Cabe mencionar que a través del tiempo y con la experiencia se han adquirido nuevos conocimientos y habilidades, como el conocimiento de diferentes tipos de tierra, de fertilizantes, períodos de riego, períodos y formas de podar las plantas, así como también a través de la observación el conocimiento del crecimiento y reproducción de las plantas durante las diferentes estaciones del año. Estos cambios han servido para mejorar la producción y posicionar el negocio en la preferencia de los consumidores ya que se ha tratado de mantener a la vanguardia la presentación de las plantas, es decir se buscan tipos de macetas poco comunes en el mercado.

Como se menciono anteriormente la superficie que posee la empresa es pequeña, los instrumentos de trabajo son herramientas básicas para la producción de las planta y con una bomba de fumigación, exhibidores, termómetros y cubiertas son los accesorios básicos con los que se deben contar, estas herramientas se adquirieron al contado, con las utilidades del negocio, La producción se mantiene constante y no se ha podido crecer como se quisiera, por falta de espacio, recursos y apoyos financieros ya que como lo mencionaba el Daniel, existen algunos programas de apoyo donde el empresario aporta un 50% y el gobierno federal el otro 50%, el problema de BONSAI es que una de las condiciones para estos programas es que el invernadero debe ser construido por una constructora, y no se cuenta

con el espacio suficiente para lo cual ha sido necesario asociarse con otros productores.

El negocio familiar es administrado por el dueño, cuenta con el apoyo de su esposa y 2 hijos, con 5 trabajadores que realizan las labores comunes, que van desde regar las plantas, eliminar plagas, así como también darle el cuidado constante, ponerles el fertilizante y otros componentes para obtener buenos resultados en el crecimiento de las plantas. Se lleva un pizarrón donde se anotan la lista de actividades diarias y complementarias. Daniel se encarga de consultar a los proveedores y decidir las compras que mas le convengan a la empresa, así como de la búsqueda de información actualizada sobre floricultura, y de la atención a los clientes

Intercambio y transferencia del conocimiento

El autoempleo, ha significado el inicio del proceso de aprendizaje como empresario que a través de prueba y error, se han adquirido conocimientos del negocio, ya que no se tenían antecedentes como empresario, su trabajo anterior era como obrero en una empresa textil como obrero.

“...Tuve que arriesgar la indemnización y apoyarme en los conocimientos de mi madre y sobre todo tuve la confianza de que este negocio era bueno. También la ayuda de algunos amigos que ya son expertos viveristas me apoyaron y me dieron muchos consejos que he puesto en practica...”

En cuanto a la organización del negocio “...en la practica y tomando cursos en la asociación he aprendido a manejar la computadora y a llevar con mas orden todos los movimientos del negocio. Básicamente me incorpore a la asociación de viveristas para obtener estímulos fiscales y apoyo a la contabilidad de mi negocio.”

Respecto a la práctica de los conocimientos fue fundamental,¹²

“...al principio se echaban a perder, muchas plantas en las pruebas de producción, por lo que decidí implementar un control escrito por cada tipo de planta durante en el proceso de producción, que contiene básicamente el nombre de la planta, la fecha de siembra las condiciones de temperatura fecha de podacion, tipo de Nutrientes, calendarios estacionales
“

Daniel ha enseñado a su esposa e hijos a llevar un control de la producción, también es

¹²El conocimiento práctico se define como la capacidad de dominar el proceso de producción en el sentido amplio del término. Puede ser de carácter comercial, organizacional o relacional. (Crevoisier 1993)

importante considerar la periodicidad de riego, de fertilización y el momento de podacion, Considera Daniel que para dedicarse a esta actividad

“se debe tener amor al arte, ya que la plantas necesitan sentir el cariño de quien las esta cultivando se desarrollan y crecen mas hermosas”. “Para dedicarse a esta actividad es preciso sentir placer por realizarlo”

La acumulación de capacidades viene de la experiencia diaria (conocimiento tácito) en el cultivo de las diferentes variedades de plantas a las que se dedica Daniel en la microempresa.

Este conocimiento se ha generado a través de “... la visita y la charla sobre los métodos y técnicas que están utilizando los compañeros de la asociación, así como de los comentarios sobre los problemas que enfrentamos por ejemplo en la producción, distribución y venta de nuestros productos adquisición de materiales con los proveedores me han permitido enfrentar los problemas, y encontrar soluciones así como nuevas oportunidades de negocio”

También Daniel ha sido autodidacta en el aprendizaje del cultivo y manejo de plantas, ya que “...cuando algo me gusta busco siempre fuentes de información a través de Internet y revistas de circulación nacional y extranjera de España porque no entiendo ingles”.

La asociación ha organizado cursos para mejorar la organización de nuestros negocios, también en las exposiciones se interactúa con otros productores y se consiguen clientes y proveedores, también creo que trato de compartir mis experiencias con otros compañeros que tienen viveros en la colonia Cabrera y en otros lugares, considero que “todos aprendemos de todos y al transmitir mis conocimientos estoy compartiendo parte de lo que soy como microempresario y de lo que me gusta hacer y trato también de recibir de los otros viveristas lo que son y lo que les gusta hacer”

Conclusiones.

La integración de redes de cooperaciones impacta de forma importante el desarrollo de las microempresas rurales ya que mejoran sus capacidades y su competitividad. Las microempresas utilizan las redes por razones de eficiencia para mejorar los procesos, la calidad y el acceso a mejores precios de los insumos y la producción de productos complementarios.

Las redes se fortalecen en la medida que se conforman en asociaciones y establecen acuerdos de largo plazo que les permite a los miembros de la red alcanzar ventajas de escala en la producción y competir como empresas de mayor tamaño al emprender

proyectos comunes de comercialización, certificación, procesamiento, proyectos de investigación y desarrollo manteniendo su propia identidad.

En el caso de las microempresas rurales por sus peculiaridades ecológicas y sociales enfrentan factores de riesgo inherentes a toda actividad sujeta a las reglas del mercado.

Resulta evidente que las empresas, al utilizar los vínculos con otras empresas y las redes empresariales desarrollan mejor sus capacidades y se vuelven más competitivas.

Las políticas públicas deben construir estructuras de apoyo para el fomento de la iniciativa empresarial, dado que el micro empresario proviene de un entorno socioeconómico donde no existe la tradición comercial y empresarial.