

CMIU

ISSN 2395-8111
Número 12
Octubre 2025

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Congreso Mesoamericano de Investigación UNACH

Número 12

ISSN: 2395-8111

Rector

Oswaldo Chacón Rojas

Editora responsable:
María Eugenia Culebro Mandujano

Diseño y publicación:
Dirección General de Investigación y Posgrado
Coordinación Editorial de Publicaciones Científicas

D.R. © 2025. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Congreso Mesoamericano de Investigación UNACH, Número 12, octubre 2025, es una publicación anual editada por la Universidad Autónoma de Chiapas, a través de la Dirección General de Investigación y Posgrado, con domicilio en Rotonda Kennedy No. 385, Fraccionamiento Jardines de Tuxtla, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación; la información y análisis contenidos en esta publicación son estrictamente responsabilidad de los autores. Las contribuciones de esta publicación fueron evaluadas y aprobadas, a doble ciego, por integrantes del Comité Científico Evaluador, integrado por reconocidos investigadores nacionales e internacionales.

Reserva de derechos al uso exclusivo No. 04-2014-102713274900-203, No. de ISSN: 2395-8111; ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR).

El acervo histórico y el contenido actualizado de la publicación Congreso Mesoamericano de Investigación UNACH puede consultarse en https://www.congreso.mesoamericano.unach.mx/congresos-anteriores.

Hecho en México *(Made in Mexico)*

Es una publicación de acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional; lo que implica que el material puede ser reproducido, total o parcialmente, siempre y cuando sea sin fines comerciales y se cite la fuente completa y la dirección electrónica de la publicación.

Significaciones vinculadas con la enseñanza aprendizaje
del inglés como lengua extranjera por medio del contraste.....396

Uso de gamificación en educación primaria:
experiencias educativas por estudiantes en pedagogía de la UNACH 402

Vinculación comunitaria crítica como horizonte socioeducativo
en la UNICH: desafíos y aprendizajes desde las juventudes indígenas.....407

Vinculación del perfil de egreso con la práctica del cuidado:
experiencias de egresados, empleadores y comunidad.....411

Voces docentes sobre la biblioteca escolar.....417

Yoga y cultura institucional académica. Un estudio sobre
representaciones y espacio educativo en la Universidad del Gran Rosario.....423

Ciencias Sociales y Economía.....427

Ámbar: Re-conocimiento, cadena de valor y economía en Simojovel, Chiapas.....428

Análisis cualitativo del procedimiento administrativo migratorio en Chiapas.....432

Análisis de la Oferta Turística en la Región del Soconusco, Chiapas.....437

Aproximaciones del Juicio penal México-Guatemala.....441

Barreras y desafíos de género en la formación de ingenieras civiles en la UNACH.....445

Causas que afectan el cumplimiento de las obligaciones
fiscales de artesanos panaderos en Tlapehuala, Guerrero.....450

Comidas tradicionales de fiesta y cotidianas
según criterio de niñas y niños de Chiapa de Corzo.....455

Compliance Sindical como Prevención de Corrupción en México.....462

Condiciones de vivienda y su relación
con la salud en la comunidad General Cárdenas, Chiapas.....467

Consumo digital de estudiantes universitarios y la economía de la atención.....472

Creación de una cooperativa agroindustrial en bajos del Ejido Guerrero.....477

Derecho humano al trabajo de las personas mayores.....481

Diagnóstico de clima organizacional
de una universidad pública: estudio de caso.....485

Diagnóstico de la cultura emprendedora
en estudiantes de una universidad de Acapulco Guerrero.....489

Diagnóstico de la cultura organizacional en las MYPES
de la zona centro de Chilpancingo, Guerrero.....493

Diagnóstico organizacional para la mejora competitiva
de las PYMES del sector turístico en Acapulco, Guerrero.....497

Digitalización operativa y su impacto en la competitividad
de las cafeterías (MIPyMES) en Chilpancingo, Guerrero.....502

Diseño de Producto Turístico "Cuerpos de Agua con Identidad"
En la Zona Maya, Quintana Roo.....507

Educación fiscal en los comerciantes de caleta
en el municipio de Acapulco de Juárez, Gro.....513

Efecto del aumento del salario mínimo
sobre el ingreso laboral en una empresa de Guerrero.....518

Efectos psicoemocionales de la violencia externa
en docentes de primaria en zonas periféricas de Acapulco.....523

El Convenio 169 de la OIT en México:
Entre el Reconocimiento Legal y la Inaplicación Práctica.....529

El Delito de Lavado de Dinero a la luz de la Ley Federal
para la Delincuencia Organizada.....535

El liderazgo: Estrategia de reactivación económica
en una asociación de Acapulco México.....541

El turismo alternativo como apalancamiento
de la actividad económica territoria.....546

Elementos para un programa de capacitación complementario
a la educación formal y empírica de Gestores de Mipymes.....551

Estrategias de comercialización en una microindustria rural
lidereada por mujeres en Villahermosa Yalumá, Chiapas.....557

Diagnóstico de la cultura organizacional en las MYPES de la zona centro de Chilpancingo, Guerrero

Carranza-Araujo, Yomira[1]*; Zavaleta-Carbajal, Evelyn Janet[1]; Galeana-Camacho, Liliana[1] y Vázquez-Martínez, Rosa Alejandra[1]

RESUMEN

Este trabajo tiene el objetivo realizar un diagnóstico de la cultura organizacional en los micro y pequeños negocios de Chilpancingo, Guerrero. Aplicando la metodología cuantitativa con diseño de tipo descriptivo no experimental, la muestra se integró por 48 participantes, fueron seleccionados aleatoriamente, para obtener la información fue a través de un cuestionario de 18 interrogantes, aprobadas por el coeficiente Alfa de Cronbach.

Los datos reflejaron que el mayor número de integrantes no tiene conocimiento sobre la filosofía e identidad de la empresa en la que laboran, no consideran relevante definir su misión y visión, debido a que no tienen conocimiento sobre estos conceptos, los dueños sólo están centrados en la actividad diaria y no tienen una visión a futuro, referente a los valores de la empresa, no son conocidos y por ello no los practican, por eso es fundamental la implementación de estrategias que ayuden a estos negocios a desarrollarse y crear una estructura y cultura organizacional con la que se sean identificados como empresa.

PALABRAS CLAVE

Cultura organizacional, Micro y pequeños negocios, Identidad empresarial.

ABSTRACT

This study aims to diagnose the organizational culture of micro and small businesses in Chilpancingo, Guerrero. Using a quantitative methodology with a non-experimental descriptive design, the sample consisted of 48 randomly selected participants. Information was obtained through an 18-question questionnaire, approved by Cronbach's alpha coefficient.

The data showed that the majority of participants are unaware of the philosophy and identity of the company they work for. They do not consider defining its mission and vision relevant due to their lack of understanding of these concepts. The owners are only focused on daily activities and lack a vision for the future. The company's values are unknown and therefore not practiced. Therefore, it is essential to implement strategies that help these businesses develop and create an organizational structure and culture with which they are identified as a company.

KEYWORDS

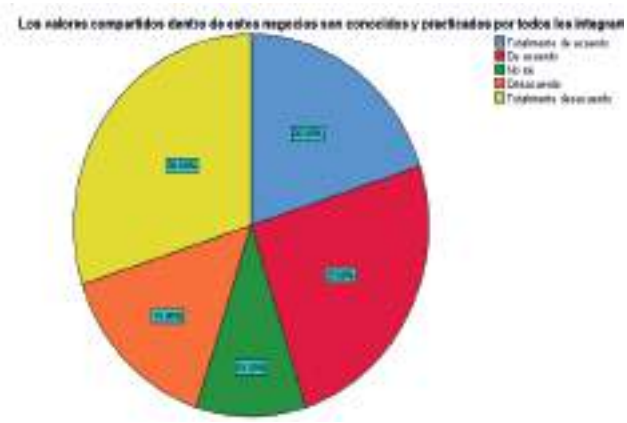
Organizational Culture, in Micro and Small Businesses, corporate identity.

[1]Universidad Autónoma de Guerrero
*24500596@uagro.mx

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los datos arrojó que, 30 % de los participantes no considera importante que la organización tenga una filosofía claramente definida, también se identificó que el 30% opina que los valores de la empresa no son conocidos ni practicados, sin embargo, el 35% afirma tener claras sus funciones y responsabilidades, a pesar de que no hay una buena comunicación entre los colaboradores, se les toma en cuenta de vez en cuando en la toma de decisiones, aunque no se les reconozca ni incentive sus logros. Además, se identificó que los micro y pequeños negocios no fomentan la innovación y a pesar de ello han podido cumplir sus objetivos de ventas en los últimos años.

Gráfica 1: *Valores de la organización.*



Fuente: elaboración propia con información obtenida con datos del cuestionario aplicado.

CONCLUSIONES

Los resultados indican que existe una ausencia de cultura organizacional en los micro y pequeños negocios, estos deben contar con una planificación estratégica y una identidad empresarial, compartida y practicada por los integrantes de la empresa; ya que esto puede representar un obstáculo para su permanencia. A pesar de la falta de estos elementos, se revela que han alcanzado sus objetivos de ventas en los últimos años; sin embargo, la falta de una cultura y estructura organizacional bien definidas puede impactar de forma negativa en la permanencia y crecimiento de estos micro y pequeños negocios, por lo tanto, se recomienda desarrollar una cultura organizacional sólida, que le permitirá a la organización tener objetivos y metas inmediatas como futuras.

ATENCIÓN DE USUARIOS/BENEFICIARIOS

Micros y pequeños negocios del Andador Emiliano Zapata de Chilpancingo, Guerrero**.**

FUENTE DE FINANCIAMIENTO

La fuente de financiamiento de esta investigación proviene de recursos propios a través de la beca que otorga la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación para estudios de posgrado.

REFERENCIAS

Chinguel Chanta E. (2022). Gestión de calidad y cultura organizacional en las Mypes rubro pollerías en la urbanización Cossio del Pomar [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. Repositorio Institucional ULADECH. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/29027/gestion_calidad_chinguel_chanta_elita.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garrido Benítez, J. E (2024). Cultura organizacional y desempeño laboral [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio UTA. https://repositorio.uta.edu.ec/items/7e14daeb-43f9-4206-9475-d2423b90fca6

González M. A. S. & Lobo M. A. G. (2005). Identidad corporativa: claves de la comunicación empresarial. ESIC Editorial. https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=dgDXUwBDd60C&oi=fnd&pg=PA10&dq=identidad+empresarial+concepto&ots=hd1L2rc91R&sig=5wRn17GC9GGcw_nz90yqvd1byla

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista L. P. (2014) *Metodología de la investigación* (*6. ª ed*.). McGraw-Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *Encuesta Nacional sobre la Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Estadísticas a propósito del día de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf