

Estudio de caso: situación comercial de la piña (ananás comosus) de las familias agrícolas en el Valle de Tecomán, Colima

*DANIELA KARELI NÚÑEZ SÁNCHEZ*¹

*ENRIQUE MACIAS CALLEROS*²

*KARLA ALEJANDRA VILLANUEVA GALLEGOS*³

RESUMEN

El desarrollo de las actividades eficientes en las agro-empresas va a depender de una excelente organización desde el proceso de planeación de los cultivos a sembrar, su tecnificación de punta en el proceso de crecimiento vegetativo, cuidar los factores de calidad desde el inicio de las actividades agrícolas. Agregar valor en la comercialización de los productos cosechados. El cultivo de la piña (ananás comosus) en los últimos cuatro años sea integrado a la vocación agrícola natural del valle de Tecomán, Colima. Junto a esto un gran porcentaje de las actividades comerciales es realizado por empresas familiares. Es por ello el objetivo de este trabajo es investigar a las empresas agrícolas productoras de piña, como aplican el proceso administrativo. Se aplicaron encuestas y resultaron que todas las empresas familiares emplean el proceso administrativo de manera genera. Además, su integración da como resultados frutos de calidad que son exportados hacia los EUA.

Palabras clave: Producción agrícola, proceso administrativo, piña, exportación

ABSTRACT

The development of several good activities on agricultural systems. It is to considerate an excellent organization, beguin initial process on planing to seeding crops, using high technologies, quality control over differents process on crops breeding. After the harverst the comercial process, has to increase using modificate productos which are packing or traslate that agricultural products. On last years the pinapple (anànas comosus) has arrivate on agricultural lands over Tecomán Valley. Whit complement for that, the mayor business of the zone has made for Family Enterprisess. And that, the principal objetive for this work it is to research the family farm grow pinapple, how to using the management system. Aplicated surveys to family farms enterprisess who cultivate pinapples and the results view these families all factors of administrative systems, applicated integral functions. Who results high quality fruit go to exports totality.

Keywords: Agricultural production, administrative process, pineapple, export

¹ Universidad de Colima Facultad de Contabilidad y Administración de Tecoman.

² Universidad de Colima Facultad de Contabilidad y Administración de Tecoman.

³ Universidad de Colima Facultad de Contabilidad y Administración de Tecoman.

INTRODUCCIÓN

Las propiedades de las empresas familiares agrícolas en la mayoría de las ocasiones son los propietarios de sus tierras las cuales se utilizan para realizar sus cultivos.

La agricultura es una de las actividades de más auge en la república mexicana, la cual es la fuente principal de trabajo de los campesinos, esta es de gran importancia porque suministra la mayor parte de las necesidades del hogar las cuales incluyen las (alimenticias, vestimenta y de confort).

Los agricultores deben de explotar sus tierras para poder satisfacer sus necesidades y así poder proporcionar una fuente de empleo. Las propiedades de ellos pueden ser ejidal o privadas, lo cual es una ventaja contar con su propia tierra para cultivarla.

La propiedad ejidal es una porción de tierra de uso público generalmente de orden federal, en algunos de los casos puede ser llamada propiedad del municipio o del estado. Para la república mexicana es de gran importancia la creación o existencia de los ejidos así como la creación de propiedades privadas, siendo desde 1992 cuando modificó la Ley Agraria, cambiando el régimen de propiedad de interés nacional a propiedad privada otorgada por derecho de antigüedad, en la cual los actuales dueños podían ellos mismos cultivarla, rentarla o establecer asociaciones de producción. Por ese caso la propiedad privada es la más utilizada en las empresas para realizar sus cosechas o cultivos, cuando estas necesitan de grandes extensiones de tierra para lograr los objetivos. (Mediante el uso de cooperativas o asociaciones de producción establecida en la ley de la reforma agraria no permite la propiedad del latifundio).

Las propiedades en donde se puede realizar el cultivo pueden ser de una sola persona o de toda la familia dependiendo el caso, se puede llamar dueño o empresa familiar.

El objetivo primordial es transformar los medios de producción para alcanzar dos objetivos: uno a corto plazo y el segundo a largo plazo, el corto plazo hace referencia a que la familia rural de pocos ingresos tenga una mejor dieta a través de la producción de maíz, tubérculos, hortalizas, frutas, aromáticos o especias. Y el segundo es que comience a generar excedentes en su parcela agrícola, de modo siendo al largo plazo mejore su patrimonio productivo.

La empresa tiene que tener un equilibrio entre ella y la familia, la cual debe de contar con un guía el cual de las ordenes, y los demás se encargaran de mantenerla a flote y no cuente con problemas económicos y ni agrarios. Las empresas familiares ejercen una gran importancia en la economía formal, siendo la mayoría negocios pequeños y medianos, operan con productos del campo. Estratégicamente el agricultor debe de contar con personal para crear estrategias para poder mejorar el funcionamiento de la empresa con las tácticas métodos empleados, es muy importante que nuestras

estrategias sean efectivas y eficientes. Las estrategias se deben ajustar a la capacidad de la empresa para la entrega del producto o servicio según sea el caso.

El agricultor debe de conocer qué valor agregado le podría proporcionar a su producto, por eso se realiza una cadena de valor, la cual va desde diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a sus productos.

De acuerdo con Porter (1998), El valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona, el valor se mide por el ingreso total, es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y con las unidades producidas. El crear un valor para los compradores que exceda el costo de hacerlo es la meta de cualquier productor. Por ello los productores tratan de dar un valor agregado a sus productos para que los diferencien en el mercado, al imponer este valor los compradores no se fijan demasiado en el precio de este.

Por lo tanto el objetivo de este trabajo es Caracterización de las empresas familiares agrícolas: Estudio de campo de la situación comercial de la piña (Ananás Comosus) en el valle de Tecomán, Colima. (Demam Media, 2014)

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Según (Martínez, R., Rojo, M., Ramírez, V., & Juárez. S., 2013). El principal obstáculo al cual se enfrenta para elevar el nivel de competitividad de los campos mexicanos es donde el productor y consumidor debate sobre la comercialización del producto los cuales los benefician para cerrar el trato y especular las formas en las cuales se trabajara. Asimismo este autor señala que aún se sigue presentando el atraso en diversas etapas de la etapa de poscosecha este es el periodo donde la cosecha termina y corresponde a la llegada del producto a los mercados. También menciona que se presentan los sobrecostos que impactan negativamente al productor, y al comprador. Los cuales no son atribuibles a ellos, pero las consecuencias los colocan en desventajas frente a los mercados.

Cuando se conocen las necesidades de apoyar al productor, para poder superar con éxito la etapa de transición hacia una economía más competitiva, se apoyan por medio de subsidios, para cubrir los sobrecostos en la comercialización.

El objetivo principal es evitar que los esfuerzos ya sean humanos, materiales y económicos invertidos en la productividad se pierdan al ingresar a la dinámica del mercado. También por otra parte los excedentes de inventarios y de la producción que viene del exterior impactan a los productores

nacionales, al causarles descensos en los precios internacionales que desgraciadamente hoy en día se usan para las operaciones de compra-venta en nuestro país.

Según Gail y Clarence (1992), mencionan en uno de los puntos de vista de los granjeros y rancheros es vender su producto al mejor precio posible satisfaciendo las necesidades del cliente. De acuerdo con la Asociación de Comercialización Americana define la comercialización como “la manifestación de actividades comerciales que dirige el flujo que los consumidores o usuarios finales puedan vender y comprar el producto.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Pregunta de investigación

¿Cuál es la participación de las empresas familiares en la comercialización de la piña?

Objetivo general

Determinar cuáles son las consideraciones que tienen las empresas familiares para establecer sus sistemas de mercado.

Objetivos particulares

- a) Conocer la composición organizacional de las empresas familiares.
- b) Establecer cuáles son sus esquemas de mercado del producto.
- c) Determinar cuál es la proporción de venta en cada espacio comercial

MARCO DE REFERENCIA

Importancia de la comercialización

La distribución es el conjunto de actividades que hacen que el producto pueda ser adquirido en otros lugares, muchas de las ocasiones se da entre el productor y los mayoristas y este a los minoristas. La compra-venta del producto es necesaria para poder generar la demanda en el nivel usuario-cliente, siendo la negociación la herramienta principal que propicia que se haga la compra-venta. Es un proceso bilateral de comunicación, en el que el productor y comprador fijan los términos del intercambio (precio, condiciones de la venta, plazos, etc.).

Los canales de distribución es el camino que debe de seguir el producto para llegar a su destino, algunas organizaciones ocupan intermediarios para la venta de su producto.



Figura 1: Fuente elaboración propia

Planeación estratégica para la ventaja competitiva.

De acuerdo con W. Lamb, F. Hair , & Mcldanie (2006) La planeación es el proceso de anticipar hechos futuros y determinar estrategias para alcanzar los objetivos de la compañía en un futuro determinado

Según W. Lamb , F. Hair , & Mcldanie, (2006) Es el proceso de crear y mantener un buen acoplamiento entre los objetivos y los recursos de la empresa y las oportunidades en una evolución en el mercado. El objetivo de este es lograr el crecimiento a largo plazo.

La ventaja competitiva es la que caracteriza a la empresa ya que son únicas para cada una de las compañías.

- Ventaja competitiva de costo: esta ventaja consiste en ser competidor de bajos costos, se conservan márgenes satisfactorios de utilidades.

- Ventaja competitiva diferencial del producto: proporciona algo valioso para los compradores, porque se dan precios bajos para que el producto se venda más rápido, va más allá de la simple oferta de un precio bajo.

Descripción del mercado meta

La estrategia de marketing son las actividades que se deben de seleccionar y describir, los mercados metas en el cual el producto va ser vendido. La estrategia del mercado meta es la identificación en que segmentos hay que enfocarnos. Todo esto se realiza gracias a un análisis de oportunidades en el mercado (AOM), este análisis es basado en la descripción, tamaño y los potenciales de ventas que se encuentran en los diferentes segmentos en el mercado.

La mezcla de marketing

Son diferentes alternativas en estrategias para producir intercambios satisfactorios en el mercado meta al cual se estará dirigido, son llamadas las cuatro p, las cuales son producto, plaza, promoción y precios.

Mezcla de la Mercadotecnia.



Figura 2: Fuente elaboración propia

EL DESARROLLO DE LAS EMPRESAS FAMILIARES

EMPRESAS FAMILIARES

Primero que nada se debe de saber la definición de lo que es empresa familiar, aquí estos autores la definen de la siguiente manera:

1. Se entiende como empresa familiar aquella en la que la mayoría de la propiedad es poseída por una familia y ala menos dos miembros están involucrados en la dirección de la empresa. (Rosenblatt, De Milk, Johonson, & Anderson, 1985)
2. Una empresa familiar de que son propietarios y directores los miembros de una o dos familias. (Barnes & Hershon, 1989)
3. Una empresa familiar es aquella organización en que las principales decisiones operativas y los planes de sucesión en la dirección están fluidos por los miembros de la familia que forman parte de la dirección o del consejo de administración. (Handler, 1989)
4. Empresas que se inician y se continúan con una clara vocación de evolución y crecimiento, cuya propiedad está en manos de una familia y en que el poder es ostentado por miembros de la misma, sin haber implantado de forma operativa una nítida distinción entre propiedad y poder. (Gallo & Garcia Pont, 1989)
5. Se considera empresa familiar aquella que está influenciada por una familia o por un vínculo de familias. (Leach, 1991)
6. Una empresa familiar es aquella cuyo control financiero está en manos de uno o más miembros de una familia. (Aronoff & Ward, 1996)
7. Una empresa familiar es aquella en la que hay una familia que es propietaria total o de una parte relevante de su capital social, lo suficiente para ejercer un control significativo sobre las decisiones de la empresa. Esta es la principal condición necesaria y suficiente para que la empresa pueda ser considerada familiar. Sin embargo, hay dos aspectos adicionales que le dan aun un mayor carácter a una empresa familiar. En primer lugar, cuando la empresa participa activamente en la gestión de la empresa con uno o varios miembros que trabajan en ella, ya sea en puestos de dirección o no. Y en segundo lugar, especialmente cuando la empresa es de primera generación, cuando hay un deseo de continuidad en la empresa del fundador o de la familia propietaria a través de la incorporación de integrantes de las siguientes generaciones de familiares. (Amat Salas, 1998)
8. Podemos considerar como empresa familiar aquella en la que se dan las siguientes circunstancias:

- I. Una familia posee una participación significativa de su capital social, normalmente la mayoría.
- II. Dicha participación permite a la familia ejercer el control político y económico sobre la empresa.
- III. La familia participa en la gestión de la empresa de manera activa, mediante el trabajo de la misma de alguno o algunos de sus miembros generalmente en puestos directivos o en el órgano de administración.

La familia propietaria desea que la empresa continúe en manos de la familia mediante la incorporación a la misma, tanto en la propiedad como en la gestión, de miembros componentes de las siguientes generaciones familiares. (Sanchez - Crespo Casanova, Bellver Sanchez, & Sanchez Sanchez, 2002)

Empresas agropecuarias

La producción agrícola de un país se compone de la suma de las producciones de todas las empresas agropecuarias o unidades de producción que en él se encuentran. El progreso agrícola depende de la buena administración de cada empresa, no importa lo pequeña que sean sus dimensiones, su volumen de negocio o lo sencillo de su organización. (Guerra, 1998)

Como concepto de empresa agropecuaria, se dice que en su más amplio sentido, las actividades de producción abarcan aquellas tareas que se realizan para lograr productos agrícolas y ganaderos de la manera más eficiente posible, y generar de ese modo los mayores ingresos posibles. Para eso se debe que desarrollar actividades productivas en forma adecuada, el administrador debe de relacionarse con las funciones básicas de la administración, los principios y conceptos de la economía de producción, el análisis financiero y los métodos de inversión. (Guerra, 1998).

METODOLOGÍA

Para este trabajo de investigación los métodos que se utilizarán serán el descriptivo y correlacional. La determinación de las variables de estudio, con el fin de establecer cuáles van a hacer los instrumentos de análisis estadístico. Usando las tablas de contingencia y pruebas de correlación.

Variable Dependiente: En este caso será. La forma de administrar de las empresas familiares del ramo agrícola en producción de Piña.

Variable Independiente:

a) Forma de organización de la empresa familiar: Estilo gerencial del líder familiar, estructura organizacional, toma de decisiones, uso de la planeación estratégica como herramienta de análisis, existe evaluación de puestos.

b) Sistema de producción de la piña: Existe análisis de costos, se realiza pronósticos de producción, usa tecnologías modernas, emplea tecnología de punta, capacita a sus trabajadores agrícolas, establece controles de calidad.

c) Sistema de comercialización utilizado del producto de la piña: Establece un análisis previo al establecimiento del cultivo sobre los posibles precios a futuro que se tendrán de venta, realiza contratos con sus posibles compradores, canales de comercialización, sigue alguna norma de calidad, tiene personal especializado en la comercialización, Posee algún empaque

Se tomó la información de diferentes asociaciones de producción locales, respecto a cuantos agro-productores de piña existen en la localidad, con el fin de preguntar a estos sistemas de producción si eran administrados de manera familiar. La toma de datos se realizó en los meses de Agosto y Septiembre de este año (2014).

RESULTADOS

De todos los productores de piña en la región del valle de Tecomán, solamente cinco empresas de agro-productores son de origen familiar. Cuales fueron entrevistados los directores de la empresa o el padre de familia, que en todo caso es el fundador de la empresa.

Para una mayor comprensión se realizó un análisis partiendo de las tablas de contingencia (cruce de preguntas), seguido por un análisis de medias de manera individual y por una serie de correlaciones relacionadas con el manejo de su sistema de producción.

Tabla de contingencia. Antigüedad como agro-productor / quien ocupa el puesto del jefe de la empresa

| | | QUIEN OCUPA EL PUESTO DEL JEFE DE LA EMPRESA | | | Total |
|--------------------------------------|---|--|------|-------|-------|
| | | HERMANOS | HIJO | PADRE | |
| | 8 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| ANTIGUEDAD COMO AGROPRODUCTOR (años) | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | 2 | | | | |
| | 3 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | 0 | | | | |
| Total | | 1 | 1 | 3 | 5 |

Tabla 1: Fuente elaboración propia

En esta tabla (1) se observa que solamente los padres de familia que tienen más de 30 años como productores conservan la dirección de la agro-empresa. Y una agro-empresa la maneja el hijo. Comparado con las extensiones de los cultivos en cada rancho, se puede decir que el hijo se presenta como un apoyo indispensable para el control de toda la superficie planificada y que la experiencia permite el manejo de grandes extensiones de este fruto.

Tabla de contingencia. Extensión total del predio / extensión de cultivo de piña

| | | EXTENSION DE CULTIVO DE PIÑA (Has.) | | | | Total |
|-----------------------------------|-----|-------------------------------------|----|----|-----|-------|
| | | 20 | 30 | 80 | 130 | |
| | 130 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| EXTENSION TOTAL DEL PREDIO (Has.) | 150 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | 180 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 220 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | 350 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Total | | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 |

Tabla 2: Fuente elaboración propia

Las cantidades de producción de este cultivo (tabla 2) son extensas, y que se considera como un cultivo de gran mano de obra y gran aportación de insumos. Esto hace pensar, que en todos las agroempresas por la experiencia que se tiene en el manejo de los sistemas agrícolas. Se tiene la confianza para establecer grandes extensiones de este cultivo. Ya que para este tipo de cultivo, el mínimo que se presenta de 20 has., y a nivel producción agrícola se considera como un cultivo intensivo (en insumos y mano de obra)-extensivo (por la superficie planeada de plantación). Se confirma la confiabilidad que tienen los agro-productores acerca de la extensión del cultivo y como tres de ellos diversifican sus sistemas de producción agrícolas o pecuarios.

Tabla de contingencia. Número de familiares que laboran / número de personas que laboran

| | | NUMERO DE PERSONAS QUE LABORAN | | | | | Total |
|----------------------------------|---|--------------------------------|----|----|----|----|-------|
| | | 7 | 10 | 15 | 20 | 40 | |
| NUMERO DE FAMILIARES QUE LABORAN | 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | 6 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |

Tabla 3: Fuente elaboración propia

En esta tabla (3) Se muestra que la proporción de familiares que trabajan en los predios son diferentes según la extensión del predio. En el caso de solo tres parientes trabajan se presentan promedios de 35 % en 20 trabajadores y de 6% en 40 trabajadores. Cuando se presentan cuatro parientes en 15 trabajadores se acumula el 26 % y en seis parientes se tiene un 60%. Estos trabajadores son permanentes y los eventuales varían según la etapa de producción de la piña.

Tabla de contingencia. Antigüedad como agro-productor / presenta un plan de acción y actividades a realizar por parte de la empresa?

| | | PRESENTA UN PLAN DE ACCIÓN Y ACTIVIDADES A REALIZAR POR PARTE DE LA EMPRESA? | Total |
|--------------------------------------|----|--|-------|
| | | SI | |
| ANTIGUEDAD COMO AGROPRODUCTOR (años) | 8 | 1 | 1 |
| | 12 | 1 | 1 |
| | 30 | 3 | 3 |
| Total | | 5 | 5 |

Tabla 4: Fuente elaboración propia

Dentro del proceso administrativo, se ve en esta tabla (4) que todos tienen un plan de acción y esto los hace ver como administradores que están demostrando acciones del manejo del rancho. Además, no importa si es el hijo, padre o parientes algunos todos hacen este proceso.

Como parte importante del proceso de producción es destacar que todos los encuestados realizan actividades de pronóstico de ventas así como el trato con los futuros compradores, llegando a establecer sistemas permanentes de compra y venta.

Además de esto cabe destacar, que en todos los agro-productores tienen ya establecido un programa anual presupuestal como alternativas de negocios según las contingencias que se puedan presentar.

Respecto a las capacidades técnicas de producción, es de resaltar que todos utilizan alta tecnología tanto de insumos como instrumentos de trabajo en fertilización, riego, mecanización, materia vegetativa y canales de comercialización. Esto se traduce en que todos presentan alta calidad del producto, con mermas relativamente bajas en promedio al tres por ciento al corte. Teniendo como resultado que todos exportan sus productos principalmente a los Estados Unidos.

Tabla de contingencia. Antigüedad como agro-productor / en promedio cuál es su producción en corte

| | | EN PROMEDIO CUAL ES SU PRODUCCION EN CORTE EN TONELADAS | | | | Total |
|--------------------------------------|----|---|-----|----|----|-------|
| | | 130 | 145 | 60 | 90 | |
| ANTIGUEDAD COMO AGROPRODUCTOR (años) | 8 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | 12 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | 30 | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 |
| Total | | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 |

Tabla 5: Fuente elaboración propia

En la tabla anterior (5) se muestra la producción al corte, de esta manera se puede entender que la experiencia da resultados mayores en producción y que el que tiene menor experiencia también es exitoso. Como complemento a esta tabla en la siguiente (tabla XBB) se muestra el rendimiento de las cinco empresas familiares. Es de gran importancia el manejo de la merma y el rendimiento por toneladas por hectárea, se observa que el predio que presenta mayor merma también es el que tiene menor rendimiento por hectárea con 1.00 tonelada. Esta se ve triplicada por el mejor promedio que es de 3.67 tons/ha, esto puede sugerir que es importante el manejo de los recursos que se le da al predio de producción

1031

Factores que se consideran para el rendimiento de los predios.

| RENDIMIENTO | | | |
|----------------|-----------------|---------|---------|
| EXTENSION HAS. | PRODUCCIÓN TOT. | MERMA % | TONS/HA |
| 130 | 130 | 9 | 1.00 |
| 150 | 90 | 8 | 1.80 |
| 180 | 60 | 5 | 3.00 |
| 220 | 60 | 5 | 3.67 |
| 350 | 145 | 5 | 2.41 |

Tabla 6: Fuente elaboración propia

De una manera más estricta, en la presente tabla (6), se muestra las relaciones de correlación entre los factores de producción. Se observa correlaciones altamente negativas en las relaciones de experiencia versus producción y experiencia versus la merma, con esto se demuestra que la experiencia del manejo de los sistemas de cultivo para el caso de la piña no se toma en cuenta, inclusive es contraproducente, ya que la negatividad de la correlación, indica que es mejor técnicos

jóvenes que se adapten a las nuevas formas de producción de este cultivo. En cambio, para las correlaciones altamente positivas, si son indicadores la importancia de la extensión de cultivo y el manejo de la merma, que ayudan a maximizar las ganancias.

Correlación de los factores de producción. Fuente: elaboración propia

| CORRELACIÓN | |
|----------------------------|----------|
| Experiencia vs producción | -0.91556 |
| Área cultivo vs producción | 0.81967 |
| Experiencia vs merma | -0.99853 |
| Merma vs producción | 0.90052 |

Tabla 7: Fuente elaboración propia

CONCLUSIONES

Como se puede apreciar estos grupos de producción se encuentran organizados administrativamente, ya sea en su sistema de producción que presenta características de innovación y desarrollo tecnológico. Que se enlaza con sus aspectos de comercialización presentando un proceso de empaque que cumple las características de exportación. Agregando en todos estos estadios (producción-empaque-comercialización). De manera también significativa que se tendrá que tomar en cuenta para unos pocos de estas fincas agrícolas, es que se presenta incrementar el rendimiento de campo en toneladas por hectárea. Que otras fincas pueden llegar a triplicar la producción por hectárea.

Se puede observar que este tipo de productor presenta un avance en relaciones a otros productores del país. Ya que el promedio de estudios es de secundaria, inclusive alguno de los familiares ya tiene una licenciatura o posgrado en agronomía, veterinaria o en sistemas administrativos.

Fuera del tema del tomado de las encuestas, los productores manifestaron que sienten cierta molestia con los diferentes tipos de gobierno, en no proporcionales ayuda para el mejoramiento de sistemas productivos o de comercialización. En relación, a que los productores del limón mexicano (*Citrus aurantifolia* var. *swingle*) que presentan carencias en sus cuidados en sus cultivos (cerca de 22 mil hectáreas) son afectados por la enfermedad del Dragón Amarillo o Huang Bing Long (HBL). Son inmediatamente apoyados por los diferentes sistemas de gobierno en proporcionarles créditos blandos y materias primas para activar su sistema de producción.

REFERENCIAS

- Anónimo (2010). Guía del Estado de Colima, Secretaría de Fomento Económico del Estado de Coima. Ed. Gobierno del Estado de Colima. Colima, Colima.
- Aguilar Valdez, A. & Cabral Martel, A. (2013). *Revista Mexicana De Agronegocios* . México.
- Amat Salas, J. M. (1998). *La decision de incorporar familiares a la empresa familiar: Analisis de una muestra de 50 estudiantes de MBA. Documento de investigacion. Instituto de la emresa.*
- Aronoff, C. E. & Ward, J. L. (1996). *Family business sourcebook*. Detroit. Estados Unidos: Omnigraphics, Inc.
- Barnes, L. B. & Hershon, S. A. (1989). *Transferring power in the family business. Family business review.*
- Centro Internacional De Agricultura Tropical. (2004). Sal Jose: Imprenta IICA.
- de Rins, M. A. G. L., & Pont, C. G. (1989). La empresa familiar en la economía española. *Papeles de Economía Española*, (39), 67-85.
- Demam Media. (00 de 00 de 2014). *La Voz de Houston*. Obtenido de La Voz de Houston : <http://pyme.lavoztx.com/la-importancia-de-una-estrategia-de-negocios-10219.html>
- Diez De Castro, E. (2004). *Distribucion Comercial* . España: Mcgraw-Hill.
- Diez De Castro, E. (2004). *Estrategias De Distribución* . España: Mcgraw-Hill.
- Diez De Castro , E. & Navarro Garcia , A. (2004). *Naturaleza De La Distribución* . España: Mcgraw-Hill.
- Diez De Castro , E. & Navarro Garcia , A. (2004). *Naturaleza De La Distribución* . España: Mcgraw-Hill.
- Elizondo, A. (2010). Piña. *Servicio de informacion e inteligencia de mercado*, 3-7.
- GAIL, L., & Jensen, C. W. (1992). *Economia Agricola y Agroempres*. Ed. Continental.
- Guerra, G. (1998). *Manual de administracion de empresas agropecuarias*. San jose: Editorial IICA.
- Handler, W. C. (1989). *Succession in family firms: a mutural role adjustment between entrepreneur and next-generation family members. Entrepreneurship: Theory and practice.*
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodologia de la investigacion*. Mexico, DF.: Mc Grall Hill.
- Instituto interamericano de cooperacion para la agricultura. (2008). *La estrategia para la implementacion del comercio justo*. San jose: Imprenta IICA.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2006). *Marketing*. Mexico: Thomson.
- Leach, P. (1991). *La empresa familiar*. Ed. Limusa, 1ª Edición, México, D.F.

- Martínez, R., Rojo, M., Ramírez, V. y Juárez. S. (2013). Estudios y propuestas para el desarrollo Rural. Tomo VII. Ed. Colegio de Postgraduados, 1º Edición. Texcoco, Estado de México. México.
- Perez Rodriguez, M. J., Basco, R., Garcia, J., Gimenez Sanchez, J. & Sanchez Quiros, I. (2007). *Fundamentos en la direccion de la empresa familiar*. Madrid: Thomson.
- Porter, M. E. (2003). *Ventaja Competitiva*. Mexico: Cecsca
- Portilla, M. (2008). *El comercio justo como alternativa para el desarrollo equitativo*. San José, Costa Rica: Imprenta IICA.
- Ramirez, J. F. (2007). *De padres a hijos, el proceso de sucesion en la empresa familiar*. Madrid: Grupo Anaya, S.A.
- Rosenblatt, P. C., De Milk, L., Johonson, P. A. & Anderson, R. M. (1985). *The family in business* . California: Jossey - Bass Inc.
- SAGARPA. (2014). *SIAP*. Obtenido de SIAP: www.siap.gob.mx/opt/flip/colima/files/colima.pdf
- Sanchez - Crespo Casanova, A. J., Bellver Sanchez, A. & Sanchez Sanchez, A. M. (2002). *La empresa familiar: Manual para empresarios*.
- Yoldi, M. (2013). La produccion de piña en Mexico, historia de un patrimonio regional. *Comercializacion agropecuaria*, 3-44.