

Cámaras empresariales: correspondencia entre su función institucional en el impacto y desarrollo del sector empresarial

Chambers of commerce: correspondence of its institutional function towards the impact and growth of the business sector

Eduardo Alejandro Rico Banderas

Estudiante del Doctorado en Administración en la Universidad Autónoma de Querétaro

Clara Escamilla Santana

Profesora-Investigadora en la Facultad de Contaduría y Administración en la Universidad Autónoma de Querétaro

(Fecha de recepción: 9 de febrero de 2016, Fecha de aceptación: 28 de noviembre de 2016)

Resumen

El presente estudio plantea la necesidad de analizar a las cámaras empresariales desde el enfoque de la teoría de las instituciones. El objetivo principal de esta investigación es determinar, como un primer intento, la correspondencia que existe entre el cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales y el impacto que genera en el desarrollo del sector empresarial en el municipio de Querétaro con la actitud reflexiva de los empresarios.

La presente investigación es un estudio exploratorio que utiliza una metodología de carácter cualitativo basado en la fenomenología. La muestra se definió de acuerdo con un muestreo no probabilístico de juicio secuencial, hasta determinar una saturación de categoría. Se utilizó como herramienta de recolección de información una guía de entrevista semiestructurada; el contacto que se obtuvo con los integrantes del sector empresarial fue con los propietarios de empresas micro y pequeñas de los sectores secundario y terciario con afiliación a alguna cámara empresarial.

Palabras clave: cámaras empresariales, teoría de las instituciones, sector empresarial.

Abstract

The present study raised from the need to analyze the different chambers of commerce from the perspective of the institutional theory. The principal objective of this research is to determine, in a first attempt, the correspondence that exists between the compliance of the institutional function of the chambers of commerce and the impact generated on the growth in the business sector in the Queretaro municipality, through the reflection of the businessmen.

The present investigation is classified as an exploratory study. For this condition it is precise to use a methodology of qualitative character through phenomenology. To be able to define the effects the sample group it establishes the use of a not probabilistic model of sequential judgement until a categorical saturation can be determined. A semistructural interview has been used as a recolection tool of information; members that have been contacted in business sector has been with the owners or general managers of micro and small businesses of the second and third sectors.

Keywords: chambers of commerce, institutional theory, business sector.

Introducción

La primera cámara empresarial fue fundada en 1599 en Marsella, Francia. Su función principal, en aquel tiempo, fue la de establecer un foro en el cual sus miembros trataban temas relacionados con sus intereses comerciales. Con el paso del tiempo el gobierno francés reconoció la labor de la cámara, y posteriormente se desarrolló un diálogo cercano entre las partes, favoreciendo las relaciones bilaterales (World Chambers Federation, 2011). Existen más de 12 mil cámaras empresariales en más de 100 países (Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México, 2008). Como se mencionó, la presencia de las cámaras a nivel internacional es notable, situación que ha generado la creación de la Federación Mundial de Cámaras, fundada en 1950 con sede en París, Francia (World Chambers Federation, 2011).

En el caso de México, la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (CANACO) es el organismo empresarial de este tipo más antiguo y grande de la república, con 142 años de existencia, sirviendo a los intereses del sector empresarial de la Ciudad de México (VII Congreso Mundial de Cámaras, 2008).

Las cámaras empresariales se conforman de acuerdo con los sectores económicos que pretenden atender, estos se clasifican en: primario (agropecuario, forestal y pesca), secundario (industria) y terciario (comercio y servicios).

Las cámaras empresariales, analizadas como instituciones, han sido los sujetos de estudio de esta investigación a través de la reflexión de los integrantes del sector empresarial, los cuales han manifestado sus opiniones acerca del impacto que deben generar en el desarrollo del gremio en el cumplimiento de las funciones institucionales de las cámaras.

El análisis institucional ha evolucionado de manera diacrónica, de tal forma que se ha desarrollado una teoría de las instituciones. Esta teoría, según Ayala (2005), señala que la efectividad de una institución depende no sólo de sus objetivos y aceptación, sino también de su capacidad para estimular un comportamiento más cooperativo de los individuos en sus relaciones. Una institución es construida, mantenida y cambiada colectivamente

de acuerdo con ciertas reglas y procedimientos; además, debe ser eficiente en la medida en que genere las condiciones necesarias para que los individuos tomen decisiones colectivas que propicien estabilidad política, económica y social.

El sector empresarial o gremio, está constituido por los propietarios de empresas. Los empresarios se encuentran en una búsqueda constante de orientación, apoyo, capacitación, asesoría y financiamiento entre otros requerimientos que permitan encaminar a sus negocios, en primer término, a sobrevivir para, posteriormente, dirigirlos a un desarrollo constante. Como parte de una estrategia, para hacer frente a lo antes expuesto, los empresarios optan por afiliarse a una cámara empresarial según sea el sector económico al que pertenecen.

Consideraciones teóricas

Cámaras empresariales

La Secretaría de Economía (SE) del Gobierno Federal, promulga en 1996 la legislación denominada Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones. Esta ley establece en su Capítulo I, artículo 10, los lineamientos del objeto social de las cámaras de acuerdo con los siguientes criterios; las cámaras tendrán por objeto: representar, defender, orientar, apoyar, vincular, diseñar y ejecutar conjuntamente con el Estado programas de apoyo para la expansión económica del sector empresarial, así como ser mecanismos de enlace y arbitraje, entre otras actividades institucionales (Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, 2008).

Acorde con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones se establece la existencia de cámaras específicas con circunscripción nacional, estas tendrán presencia en cada estado de la república y sus respectivos municipios a través de sus correspondientes delegaciones. Con el propósito de promover, fortalecer y defender los intereses de las cámaras se crean las confederaciones; la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones dispone que una confederación debe contribuir a la unión y desarrollo de las cámaras, estableciendo procedimientos de regulación y desarrollo de relaciones de colaboración en diferentes ámbitos. En México, de acuerdo con el Consejo Coordinador Empresarial (CCE, 2011), existen tres grandes confederaciones:

- I. Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).
- II. Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicio y Turismo (CONCANACO).
- III. Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX).

Las confederaciones y el CCE trabajan de forma simultánea. El objetivo principal del CCE es coordinar las políticas y las acciones de los organismos empresariales, identificando posiciones estratégicas con soluciones específicas, que contribuyan al diseño de políticas para elevar el nivel económico y de competitividad de las empresas.

Nuestra responsabilidad con la sociedad debe enfocarse en la generación de más y mejores empleos, fomentar una distribución de la riqueza, en promover los valores que engrandezcan a la sociedad y en exigir que las autoridades cumplan su mandato constitucional (CCE, 2011).

Conforme a la metodología de diseño de estructuras organizacionales de Mintzberg se propone de forma gráfica y general la estructura que guardan las relaciones entre el Estado, las cámaras empresariales y el sector empresarial en cada estado de la república (véase Figura 1).

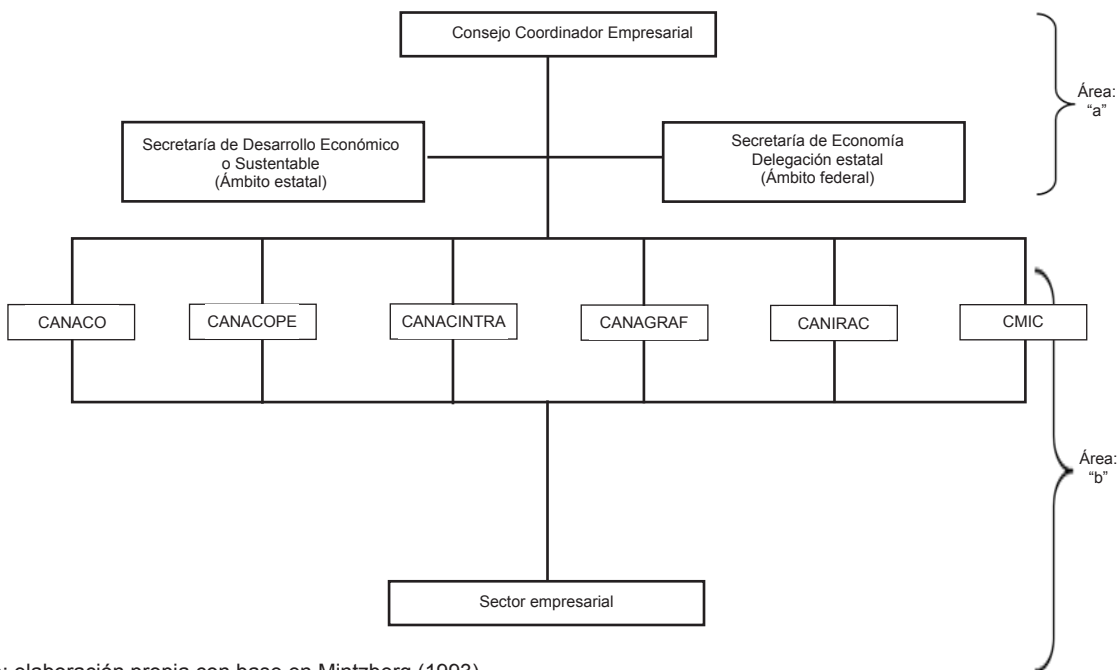
Se identifican dos áreas esenciales:

Área a: Interrelación entre el Consejo Coordinador Empresarial, integrado por la Presidencia o Alta Dirección de cada una de las cámaras y, el Estado en sus ámbitos federal y estatal.

Área b: Relación entre las cámaras empresariales y el sector empresarial. Se mencionan algunas de las cámaras empresariales más representativas con circunscripción nacional.

El propósito de la presente investigación se estableció en analizar el área "b". Las cámaras empresariales señaladas en esa área tienen presencia en cada estado de la república y sus respectivos municipios a través de sus delegaciones. Se especifican los nombres completos de las cámaras citadas (véase Tabla 1).

Figura 1
Conformación de las cámaras empresariales y otros organismos a nivel estatal



Fuente: elaboración propia con base en Mintzberg (1993).

Tabla 1
Nomenclatura y nombre completo de las cámaras empresariales

Abreviatura	Nombre
CANACO	Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo
CANACOPE	Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño
CANACINTRA	Cámara Nacional de la Industria de la Transformación
CANAGRAF	Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas
CANIRAC	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados
CMCI	Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción

Fuente: elaboración propia con base en: CANACO (2008), CANACOPE (2008), CANACINTRA (2008), CANAGRAF (2008), CANIRAC 2008; CMIC (2008).

Gestión y Estrategia DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN
 Núm. 50, Julio / Diciembre, 2016, ISSN 1606-8459, versión digital

Las cámaras empresariales deben fomentar el desarrollo competitivo de las empresas orientando a sus propietarios en la definición de estrategias y planes operativos que sirvan de guía para obtener resultados de desarrollo empresarial, generando progreso socioeconómico; como parte de este impulso, propone De la Rosa (2004), se encuentra la creación de empleos, lo cual eleva la calidad de vida de la sociedad y crea estabilidad e integración social.

Es importante señalar que el estudio de las cámaras empresariales es relevante. A continuación se exhibe (véase Tabla 2) en la cual se hace referencia a publicaciones realizadas en diferentes países, en las que se analiza la operación, las funciones, las relaciones y las contribuciones que las cámaras empresariales y otros organismos de apoyo, como el gobierno, las universidades, las asociaciones de profesionistas y de investigación realizan en su ámbito de operación, y cuyos objetivos principales son impulsar y desarrollar al sector empresarial.

En la Tabla 2 se hace referencia a un estudio realizado en Italia, esta publicación señala que existe evidencia de como las cámaras empresariales pueden influir en el desarrollo del sector empresarial y, en consecuencia, concurre un impulso a la economía regional; los resultados plasmados son argumentos hechos por las autoridades de las cámaras, quienes fueron consultados y no precisamente por

entrevistas realizadas a los miembros del sector empresarial.

Las cámaras empresariales deben considerarse instituciones ya que existe una correspondencia directa entre los lineamientos del objeto social de las cámaras, establecido en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, y peculiaridades de la teoría de las instituciones.

Teoría de las instituciones

La teoría de las instituciones tiene sus inicios de su desarrollo con las contribuciones de las obras de los economistas clásicos como Adam Smith (siglo XVIII), John Stuart Mill (siglo XIX) y Karl Marx (siglo XIX), ellos, fueron en buena medida, los pioneros en introducir el análisis y pronunciar opinar acerca de los marcos de referencia de las instituciones y su influencia en la construcción política, económica y social de su época (Ayala, 2005).

Es posible identificar tres períodos que han marcado el proceso de evolución de la teoría de las instituciones; estas etapas son determinadas como: Viejo Institucionalismo, Neoinstitucionalismo y Nuevo Institucionalismo. Asimismo, también se reconocen tres enfoques: político, económico y social. El progreso de la teoría ha avanzado con el tiempo, así como las contribuciones de diversos autores.

Tabla 2

Estudios realizados en diferentes países sobre cámaras empresariales

País	Francia	Italia	Canadá	Gran Bretaña	China	México
Año de elaboración	1999	1999	2004	2007	2008	2008
Objetivo	Interpretar la forma como interactúan los presidentes de las cámaras de comercio e industria y el cuerpo administrativo de las mismas.	Examinar la forma en que las cámaras empresariales contribuyen al desarrollo de los gremios.	Conocer cuál es el impacto de la política pública del Estado en el desarrollo económico y cómo influye en las actividades de las asociaciones empresariales.	Indagar cuales son los motivos por los que los empresarios deciden optar por afiliarse y pertenecer a una asociación u organismo empresarial.	Exponer la realidad de los roles y funciones de las asociaciones industriales de China frente a los requerimientos de la Organización Mundial del Comercio (<i>World Trade Organization</i> . "WTO").	Analizar las relaciones de cooperación entre universidades, gobierno y asociaciones empresariales en función de un marco institucional.
Método de recolección de información	Entrevistas	Entrevistas	Encuestas	Encuestas	Ensayo	Entrevistas, análisis de reportes y artículos
Principales resultados obtenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de fuertes conflictos de intereses. 2. Incoherencia en la planeación. 3. Decisiones sometidas a presiones de corto plazo por situaciones políticas. 4. Carencia de juicio en la gestión administrativa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se determinó cómo el desarrollo de los gremios influyó en la economía regional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los resultados son diversos debido a las diferencias estructurales y políticas que existen en los gobiernos provinciales (estatales). 2. Los principales temas de interés, de las asociaciones empresariales, en el análisis de la política pública de desarrollo económico se centran en: impuestos, medio ambiente y comercio internacional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los principales motivos que se identificaron son: obtención de información, consejo, unión, formación de redes empresariales, mercadotecnia, integración social, prestigio, acreditación 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las asociaciones industriales de China nacieron como instituciones del gobierno, en consecuencia, no se han adaptado con éxito a los requerimientos de supervisión, coordinación y servicio que se requieren para apoyar a las industrias domésticas frente a las demandas del "WTO". 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trabajo en conjunto entre la Universidad de Guadalajara y la Cámara de la Industria Metálica del estado de Jalisco. 2. Colaboración entre el Centro para la Investigación Avanzada de Materiales y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.
Autor(es)	Eggrickx	Waters	Stritch	Bennett y Ramsden	Jianhong y Wenhong	Luna y Tirado

Fuente: elaboración propia con base en Bennett y Ramsden (2007), Eggrickx (1999), Jianhong y Wenhong (2008), Luna y Tirado (2008), Stritch (2004), Waters (1999).

Existen múltiples significados del concepto de institución, no obstante para el alcance de esta investigación se presenta lo expuesto por Montaña (2001, 2005), quien señala que las instituciones atienden a sectores sociales específicos ocupándose de las necesidades diversas de un conjunto de individuos a través de funciones y reglas específicas. Se entiende por sector social a colectividades con características peculiares; para el presente estudio se consideró a las cámaras empresariales como instituciones que atienden al sector empresarial.

Con la intención de ampliar lo referido por Montaña, se presentan otros argumentos de diversos autores que refieren las funciones de una institución en atención de una colectividad.

La integración entre la institución y la sociedad que atiende debe estar en constante evolución a

través del diseño de estrategias que permita el desarrollo de ambas (Jepperson, 2001).

El desarrollo de la sociedad sólo se genera cuando existen procesos de cambio organizacional de las instituciones que representan a la colectividad (Hoff y Stiglitz, 2001, citado en Portes, 2009: 389).

Las instituciones tienen que diseñar y establecer estructuras y procesos de atención que permitan crear bienestar a la sociedad que acogen (Powell y DiMaggio, 2001).

El comportamiento de los individuos se estructura y es dirigido por una institución cuando se define un marco de referencia específico (Peters, 2003).

Las instituciones deben moldear sistemas de interacción entre éstas y la sociedad que representan (March y Olsen, citado en Peters, 2003).

Las instituciones convienen en satisfacer las demandas de las personas a través de un enfoque de cooperación social (Weber y Durkheim, citado en Peters, 2003).

Mediante la elaboración y ejecución de un conjunto de actividades diversas, las instituciones deben construir los mecanismos necesarios para proveer estabilidad y desarrollo de la sociedad (Ayala, 2003).

Por su parte, North (2006), explica que una institución es eficiente en la medida en que produce crecimiento y bienestar a la sociedad que atiende.

En la Tabla 3 se presenta una analogía en la cual se confrontan principios específicos de la teoría de las instituciones y tratados expuestos por los autores citados y su relación con lineamientos del objeto social de las cámaras definido en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones en su capítulo I, artículo 10.

La razón de existir de las cámaras empresariales es la de estar al servicio del sector empresarial, cumpliendo con los lineamientos establecidos en el objeto social de estas. Cuando el objeto social se cumple se determina que se consuma su función institucional.

Sector empresarial

El sector empresarial está conformado por empresas creadas y desarrolladas por individuos que tienen una visión definida y que buscan satisfacer las necesidades de un mercado específico.

La Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Querétaro (SEDESU, 2010), establece que las empresas realizan diferentes actividades económicas según sea el sector económico al que pertenecen, estos sectores se clasifican de la siguiente manera:

- I. Primario: agropecuario, forestal y pesca.
- II. Secundario: industria.
- III. Terciario: comercio y servicios.

El tamaño de una empresa se define en micro, pequeña, mediana y grande, esta categorización se da con base en el número de empleados y al sector al que pertenecen según lo establece la SE; la clasificación se determinó desde el 2002 y no ha cambiado desde entonces, la información se presenta de acuerdo a los parámetros establecidos en la Tabla 4.

Tabla 3

Analogía entre principios de la teoría de las instituciones y su relación con los lineamientos del objeto social de las cámaras empresariales

Principios de la teoría de las instituciones	Lineamientos del objeto social de las cámaras empresariales
<ul style="list-style-type: none"> Atención de una colectividad a través de sistemas de interacción, funciones y reglas específicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Promover actividades de las empresas afiliadas en el ámbito de su circunscripción y giro.
<ul style="list-style-type: none"> Diseño de estrategias, procesos de cambio y atención de demandas específicas que permitan la evolución e integración teniendo como fin la estabilidad y creación de bienestar de la comunidad que se acoge. 	<ul style="list-style-type: none"> Prestar los servicios destinados a satisfacer necesidades de interés general relacionados con el desarrollo.
<ul style="list-style-type: none"> Definición de un marco de referencia específico, el cual estructura y dirige el comportamiento de los individuos de un sector social. 	<ul style="list-style-type: none"> Actuar como árbitros, peritos o síndicos, en términos de la legislación aplicable, con la intención de representar, defender y custodiar los intereses respecto de actos relacionados con las actividades comerciales o industriales.
<ul style="list-style-type: none"> La eficiencia es medida en función del crecimiento de la sociedad que atiende. de la actividad empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y ejecutar políticas, programas e instrumentos, en colaboración con el Estado, que faciliten la expansión de la actividad empresarial.

Fuente: elaboración propia con base en la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones (1996), principios de la teoría de las instituciones.

Tabla 4

Clasificación de las empresas

Tamaño/sector	Industria Número de empleados	Comercio Número de empleados	Servicios Número de empleados
Micro empresa	0* - 10	0* - 10	0* - 10
Pequeña empresa	11 - 50	11 - 30	11 - 50
Mediana empresa	51 – 250	31 – 100	51 – 100
Gran empresa	251 – en adelante	101 – en adelante	101 – en adelante

(*) Nota: el número 0 (cero) significa que la empresa está integrada solo por el propietario.

Fuente: SE (2002).

Las empresas deben realizar varias funciones, entre otras: crear bienestar al Estado, a la economía y a la sociedad, ya sea generando ingresos para el Estado en la modalidad de impuestos; influir en el desarrollo económico de sus localidades, promoviendo empleos, satisfaciendo necesidades laborales de la sociedad sólo por mencionar algunas características. Sin embargo, las empresas no pueden realizar y completar en su totalidad estas funciones, requieren de orientación y soporte por parte del Estado y de las instituciones creadas para este fin, específicamente las cámaras empresariales; el apoyo que reciban las empresas debe influir en el "impacto" y desarrollo del sector empresarial.

"Impacto" se define como el cambio o conjunto de cambios duraderos que se producen como resultado de la ejecución de acciones concretas que introducen valor agregado a los productos, servicios, procesos, tecnologías y su contribución en el desarrollo económico de las empresas (Chía y Escalona, 2009).

El desarrollo, en una empresa, debe crear valor a sus grupos de interés como sus accionistas y colaboradores; así como al Estado y a la sociedad. La generación de valor se presenta a través de la mejora y establecimiento de estrategias encaminadas al progreso socioeconómico y a la elevación de la calidad de vida de la sociedad (Cantú, 2006).

Por su parte, Ruíz-Canela (2004) establece que el desarrollo se crea y se logra a través de un

proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos, los cuales están integrados por los accionistas, directivos, empleados, clientes, competencia, mercado, y por último, el gobierno y la sociedad. Estas colectividades configuran la dinámica de la conducta organizacional de las empresas.

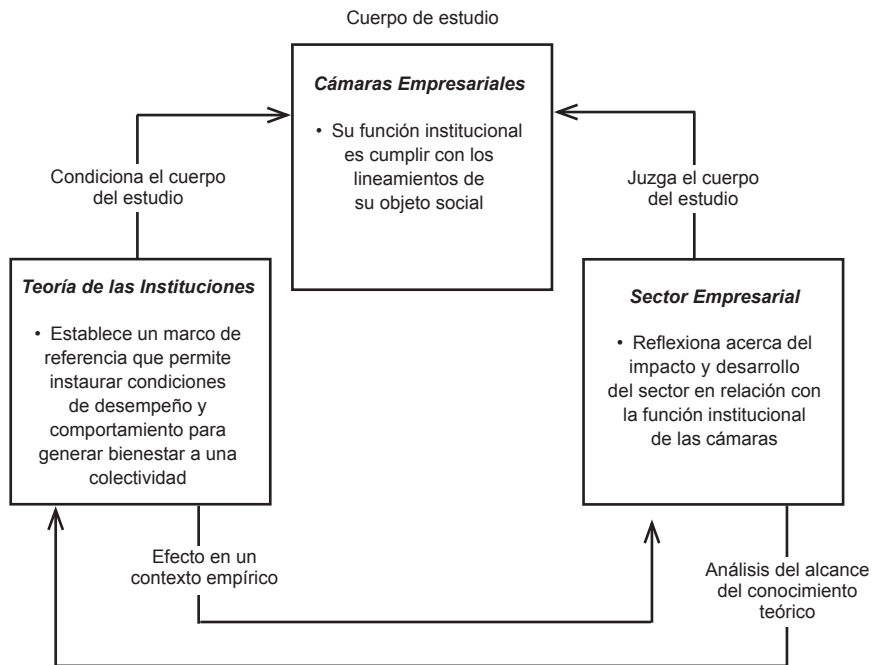
Como se ha señalado, la presente investigación se desarrolló en empresas que están afiliadas a cámaras empresariales domiciliadas en el estado de Querétaro; específicamente en el municipio de Querétaro. Este municipio cuenta con siete delegaciones, la delegación donde se realizó la investigación fue la del Centro Histórico.

Una vez expuestos los conceptos de cámaras empresariales, teoría de las instituciones y sector empresarial se presenta el modelo conceptual de la investigación y su interrelación.

Consideraciones metodológicas

La presente indagación es de carácter exploratorio debido a que en México no se ha encontrado evidencia documental sobre el estudio de las cámaras empresariales basado en la teoría de las instituciones. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen a la investigación exploratoria como un estudio que examina un fenómeno sobre un contexto particular poco estudiado.

Figura 2
Contexto de la investigación



Fuente: elaboración propia con base en Curcio (2002) y Sierra (2003).

En esta investigación se estudió y analizó el fenómeno social que experimentan los integrantes del sector empresarial por medio de sus experiencias y reflexiones en relación con el cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales. Para Pérez (2004), la investigación de fenómenos sociales se basa en una crítica que trata de ser una práctica comprometida y dirigida a develar y poner al descubierto de manera participativa, entre los sujetos investigados y el investigador, un conocimiento sobre la relación entre teoría y realidad; esta forma de investigación se construye en y desde la realidad situacional de sujetos implicados en fenómenos sociales que forman parte de su experiencia cotidiana.

Por la condición exploratoria de esta investigación se precisó utilizar una metodología de carácter cualitativo. La investigación cualitativa es pragmática, interpretativa y está asentada en la experiencia de las personas; es una amplia aproximación al estudio de los fenómenos sociales, el proceso de investigación pone al descubierto las

reflexiones de los participantes sobre sus propias experiencias, el desarrollo de la investigación es un proceso interactivo entre el investigador y los participantes que privilegia los argumentos de las personas como datos primarios (Marshall y Rossman, 1999, citado en Vasilachis, 2007: 26).

Para dar significado a los argumentos de las personas entrevistadas se recurrió a utilizar la técnica de la fenomenología. De acuerdo con Heidegger (2006), esta técnica se enfoca en dar sentido a los estados de las cosas mencionadas o expresadas por las palabras, es decir, trata de la reflexión de los fenómenos en el modo de sentir de los individuos. Bunge (2004), señala que a través de la fenomenología se conoce la realidad de un fenómeno como resultado del intercambio entre las personas y sus experiencias en un contexto determinado.

Pérez (2004) establece que la fenomenología trata de analizar las vivencias y experiencias de las personas para estudiar, analizar y generar conocimiento de la realidad que experimentan esos individuos. Para Martínez (1989) la técnica de la fe-

nomenología tiene como principal objetivo estudiar la realidad interna y personal, única y propia de cada ser humano, una realidad cuya esencia depende del modo en que es vivida. Los fenómenos son estudiados en la forma en que fueron percibidos y experimentados por el ser humano (citado en Ocegueda, 2002).

Para asociar los principios de la teoría de las instituciones y los lineamientos del objeto social de las cámaras empresariales exhibidos en la Tabla 3 se han determinado conceptos y supuestos, los cuales permiten enunciar las preguntas de la entrevista. Para efectos de la presente indagación se utilizó una guía de entrevista semiestructurada. Conforme a lo escrito por Quivy (2004), en la investigación de fenómenos sociales el uso de la entrevista se asocia a una forma de obtener y analizar el contenido de información a través de un proceso de reflexión en el cual el entrevistado expresa sus impresiones y experiencias de un acontecimiento o de una situación lo que permite acceder a un grado de autenticidad y profundidad.

La información obtenida en esta investigación se analizó en el software de interpretación Atlas.ti versión 7. Para ingresar los testimonios obtenidos fue necesario establecer códigos de análisis; estos, son una sucesión de los conceptos, supuestos y preguntas definidos previamente.

Los códigos de análisis fueron la base para conocer y analizar los resultados de las preguntas de las entrevistas. De esta manera y de acuerdo con López y Salas (2009), se comprendió, desde una visión holística, las experiencias y reflexiones del grupo social estudiado.

La Tabla 5 muestra la matriz en la cual se establece la correspondencia entre el escenario de las cámaras empresariales y su relación con los elementos del proceso de investigación.

En la Tabla 6 se expone la correspondencia entre los elementos del marco teórico y los del marco empírico los cuales permitieron desarrollar el trabajo de campo.

Diseño, confiabilidad y definición de la muestra

La tendencia del análisis cualitativo pretende profundizar en una situación determinada, y por con-

siguiente, el criterio de confianza para garantizar la representatividad de la muestra se denomina intencional. Esta situación fundamenta el uso de un muestreo no probabilístico, el cual se basa en el discernimiento personal del investigador, el criterio a seguir para seleccionar los elementos de la muestra es libre y se debe realizar de manera consciente, de tal forma que los sujetos que se incluirán en la muestra deben ser representativos y apropiados para la finalidad de la investigación. Este tipo de muestreo, basado en la experiencia del investigador, se denomina muestreo por juicio secuencial, el cual se realiza con base en una serie de decisiones sucesivas, es decir, si se tiene información no concluyente después de estudiar una muestra determinada, esta deberá de aumentarse hasta recopilar información suficiente para derivar un razonamiento (Churchill, 2003; Malhotra, 2004; Ruíz, 2003).

Acorde con Mertens (2005), quien asevera que el tamaño de la muestra no se fija *a priori*, la muestra final se conoce cuando los casos que van adicionándose no aportan información novedosa o diferente a la recopilación inicial de la indagación, cuando no hay contribución de algo nuevo se le denomina saturación de categoría.

Para efectos de la presente investigación se determinó el uso de un muestreo no probabilístico de juicio secuencial fijando una muestra entre un rango de 15 a 25 casos o hasta determinar una saturación de categoría. Con la intención de cumplir con lo expuesto se estableció la necesidad de vincularse con integrantes del sector empresarial y se contactó a los propietarios de micro y pequeñas empresas de los sectores secundario y terciario con afiliación a alguna cámara empresarial.

Resultados

Se realizaron 16 entrevistas, se obtuvieron 253 respuestas a través de los ocho códigos de análisis definidos; cada código cuenta con una frecuencia, ésta es utilizada para señalar el número de veces que se hace referencia, como respuestas, a los códigos de análisis definidos (véase Tabla 7).

Del total de las respuestas obtenidas se han seleccionado las 73 declaraciones más significativas surgidas de las opiniones, experiencias y reflexio-

Tabla 5

Matriz de correspondencia entre el escenario de las cámaras empresariales y la relación que existe con los elementos del proceso de investigación

Escenario de las cámaras empresariales					
Federación Mundial de Cámaras		Esfera mundial			
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Estado mexicano</p> <p>◊</p> <p>◊</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Consejo Coordinador Empresarial</p> <p>↕</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>Esfera estatal</p> </div> </div>					
Secretaría de Desarrollo		Secretaría de Economía			
<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Cámaras empresariales</div> </div>					
Teoría de las instituciones		Contexto de investigación		Sector empresarial	
Elementos del proceso de investigación					
Planteamiento del problema					
<p>En México no se ha encontrado evidencia documental sobre el estudio de las cámaras empresariales considerando como marco de referencia la teoría de las instituciones; asimismo se desconoce, desde la reflexión de los empresarios, la correspondencia entre el cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales y el impacto que genera en el desarrollo del sector empresarial.</p>					
Pregunta de investigación					
<p>¿Cuál es la reflexión de los empresarios, en el municipio de Querétaro, acerca de la correspondencia entre el cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales y el impacto que genera en el desarrollo del sector empresarial?</p>					
Objetivos					
Principal				Secundarios	
<p>I. Determinar, como un primer intento, la correspondencia entre el cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales y el impacto que genera en el desarrollo del sector empresarial en el municipio de Querétaro a través de la reflexión de los empresarios.</p>		<p>II. Difundir evidencia documental sobre el estudio de las cámaras empresariales considerando como marco de referencia la teoría de las instituciones.</p>		<p>III. Concebir y desarrollar un prototipo teórico-metodológico con los lineamientos necesarios para realizar otros estudios ulteriores para analizar estructuras organizacionales desde la perspectiva de la teoría de las instituciones.</p>	
Propósitos					
<p>I. Generar conocimiento relacionando el alcance, influencia e implicaciones entre la correspondencia del cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales y el impacto que genera en el desarrollo del sector empresarial en el municipio de Querétaro.</p>		<p>II. Documentar información con los resultados, conclusiones y reflexiones sobre el estudio de las cámaras empresariales en el municipio de Querétaro.</p>		<p>III. Validar el prototipo teórico-metodológico propuesto para analizar estructuras organizacionales desde la perspectiva de la teoría de las instituciones.</p>	
Componentes para el análisis del trabajo de campo					
Marco teórico			Marco empírico		
			Elementos para la asociación con el marco teórico		Fundamentos para realizar el análisis de la información en el Atlas.ti
			Diseño, desarrollo y aplicación de la entrevista		
Principios de la teoría de las instituciones	Lineamientos del objeto social de las cámaras empresariales		Conceptos	Supuestos	Preguntas
					Códigos de análisis

Fuente: elaboración propia con base en Gómez, (2013), y Romero, (2009).

Tabla 6

Contexto conceptual del trabajo de campo

Marco teórico		Marco empírico			
Principios de la teoría de las instituciones	Lineamientos del objeto social de las cámaras empresariales	Conceptos	Supuestos	Preguntas	Códigos de análisis
Atención de una colectividad a través de sistemas de interacción, funciones y reglas específicas.	Promover actividades de las empresas afiliadas en el ámbito de su circunscripción y giro.	1. Los servicios y actividades realizadas por las cámaras influyen en la determinación de adhesión y permanencia en la cámara.	1. Beneficios de estar afiliado.	1. ¿Qué opina de estar afiliado a la cámara empresarial a la que pertenece? 1.1 ¿Por qué decidió afiliarse a esta cámara? 1.2 ¿La afiliación fue voluntaria, por invitación o forzada por la cámara?	1. Trascendencia de la afiliación
Diseño de estrategias, procesos de cambio y atención de demandas específicas que permitan la evolución e integración teniendo como fin la estabilidad y creación de bienestar de la comunidad que se acoge.	Prestar los servicios destinados a satisfacer necesidades de interés general relacionados con el desarrollo.	2. Mejora de la operación empresarial.	2. Se fomentan y establecen los lineamientos necesarios para mejorar la operación de las empresas.	2. ¿Qué piensa acerca del apoyo que ofrece la cámara para establecer condiciones que sirvan para mejorar la operación de su negocio? 2.1 ¿La cámara facilita elementos para la expansión del negocio?	2. Resultados de la intervención para la mejora de la operación empresarial
		3. Promoción de cursos de capacitación y asesoría.	3. Mejoramiento de las habilidades del personal directivo, administrativo y operativo.	3. ¿Cómo califica y cómo han beneficiado los resultados de la capacitación y asesoría que recibe por parte de la cámara?	3. Efectos producidos por las destrezas directivas, administrativas y operativas adquiridas.
		4. Impulso de actividades gremiales	4. Eventos de actividades comerciales y sociales entre los miembros de a cámara	4. Cómo evalúa, el fomento y alcance: 4.1 De las relaciones comerciales al interior de la cámara. 4.2 De las relaciones sociales entre los miembros afiliados.	4. Consecuencias de la promoción e integración gremial.
		5. Desarrollo de redes comerciales con otros sectores.	5. Difusión y negociaciones comerciales al exterior de la cámara	5. ¿Cómo juzga la difusión y negociaciones que realiza la cámara con otros sectores económicos y empresas de los productos y servicios que ofrece su negocio?	5. Repercusiones de las relaciones comerciales con otros sectores.

(Continuación)

				<p>5.1 ¿Cómo evalúa el desarrollo de las redes empresariales con otros sectores económicos y empresas?</p> <p>5.2 ¿Qué opina de las negociaciones que realiza la cámara con proveedores, para obtener beneficios económicos en la compra de mercancías o adquisición de servicios?</p>	
<p>Definición de un marco de referencia específico, el cual estructura y dirige el comportamiento de los individuos de un sector social.</p>	<p>Actuar como árbitros, peritos o síndicos, en términos de la legislación aplicable, con la intención de representar, defender y custodiar los intereses respecto de actos relacionados con las actividades comerciales o industriales.</p>	<p>6. Representación y defensa</p>	<p>6. Evaluación de la protección y apoyo que ejercen las cámaras al sector empresarial ante el gobierno, así como con otras entidades como Bancos, arrendadoras y proveedores entre otros.</p>	<p>6. ¿Cómo considera la protección y el apoyo que ejerce la cámara?</p> <p>6.1 ¿Ante el gobierno y sus dependencias (SAT, IMSS, INFONAVIT)?</p> <p>6.2 ¿Ante otros organismos como bancos, proveedores, otras empresas entre otros?</p>	<p>6. Intervención ante el Estado y organismos privados</p>
<p>La eficiencia es medida en función del crecimiento de la sociedad que atiende.</p>	<p>Diseñar y ejecutar políticas, programas e instrumentos, en colaboración con el Estado, que faciliten la expansión de la actividad empresarial.</p>	<p>7. Ejecución de los programas que provienen del Estado o de las propias cámaras en beneficio del sector empresarial.</p>	<p>7. Promoción de las políticas, programas e instrumentos de apoyo al sector empresarial.</p>	<p>7. ¿Cómo evalúa la promoción y ejecución de los programas de apoyo al sector empresarial?</p> <p>7.1 ¿Los que provienen del gobierno?</p> <p>7.2 ¿Los que provienen de la propia cámara?</p>	<p>7. Secuelas de la implementación de los apoyos del Estado y de las cámaras.</p>
		<p>8. Existe evaluación por parte del sector empresarial acerca de las funciones y los resultados generados por el trabajo de las cámaras.</p>	<p>8. Conocer si el sector empresarial evalúa el desempeño de las cámaras.</p>	<p>8. ¿La cámara realiza alguna indagación de su opinión para preguntar acerca de los servicios que ofrece a su negocio?</p>	<p>8. Las cámaras son calificadas por el sector empresarial.</p>

Fuente: elaboración propia con base en Curcio (2002), Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones (1996), Mendizábal (citado en Vasilachis, 2007), principios de la teoría de las instituciones.

nes emitidas por los empresarios entrevistados; esta recopilación elimina la repetición o semejanza en las respuestas. En la Tabla 8 se presenta la información:

Los alcances de las respuestas obtenidas señalan que los lineamientos del objeto social de las cámaras no se cumplen en la realidad de las micro y pequeñas empresas debido a que las cámaras em-

presariales referidas no representan, defienden, ni actúan en beneficio del sector empresarial. Asimismo, no promueven actividades concretas de integración entre el gremio como tampoco dan a conocer, en caso de existir, los programas de apoyo que emanen de las propias cámaras o del gobierno para el sector empresarial.

Tabla 7

Frecuencia de los códigos de análisis

Códigos de análisis	Frecuencia
1. Trascendencia de la afiliación	48
2. Resultados de la intervención para la mejora de la operación empresarial	32
3. Efectos producidos por las destrezas directivas, administrativas y operativas adquiridas	16
4. Consecuencias de la promoción e integración gremial	31
5. Repercusiones de las relaciones comerciales con otros sectores	47
6. Intervención ante el Estado y organismos privados	31
7. Secuelas de la implementación de los apoyos del Estado y de las cámaras	32
8. Las cámaras son calificadas por el sector empresarial	16

Fuente: elaboración propia.

Los empresarios manifiestan que las cámaras empresariales no hacen los esfuerzos necesarios para orientar el camino que debe seguir el gremio en beneficio de las empresas; así como tampoco proporcionan las condiciones necesarias para que el gremio empresarial tenga estabilidad y progreso.

Los empresarios coinciden en que las cámaras empresariales no cumplen con sus funciones de apoyo al sector empresarial debido a que no existe planeación ni organización de sus actividades y funciones.

Con respecto al tema del patrocinio por parte del Estado, los entrevistados manifestaron que el impulso que pretende dar el gobierno a las empresas, a través de las cámaras empresariales, es desconocido por los integrantes de los segmentos de la micro y pequeña empresa ya que opinan que desconocen si existen programas que apoyen al sector empresarial; desde otro escenario de las respuestas se establece que la información que proporciona la cámara, con respecto a este rubro, es imprecisa, deficiente y está manipulada.

La crítica, opiniones y experiencias expresadas por las personas entrevistadas permiten afirmar que no existe ningún indicio que posibilite declarar que hay una correspondencia entre la función institucional de las cámaras empresariales en el im-

pacto y desarrollo de las micro y pequeñas empresas.

Asimismo, se valida el uso de la técnica de la fenomenología ya que se han conocido las vivencias de los entrevistados desde su propia experiencia.

Conclusiones

Es evidente constatar la forma en que las cámaras empresariales de la localidad son cuestionadas y criticadas por sus afiliados. De acuerdo a lo señalado por Jepperson, quien plantea que una institución debe establecer estrategias que permitan el desarrollo de la sociedad que atiende, en el caso de la presente investigación esta situación no se presenta debido a que los empresarios manifiestan que las cámaras empresariales no proporcionan las condiciones esenciales para que el gremio progrese.

North, Powell y DiMaggio coinciden en determinar que las instituciones deben crear prosperidad a la colectividad que acogen, los resultados obtenidos demuestran que las cámaras empresariales domiciliadas en el municipio de Querétaro no trabajan en beneficio de las micro y pequeñas empresas establecidas.

Tabla 8

Categorización y relevancia de la información

Códigos de análisis							
1. Trascendencia de la afiliación.	2. Resultados de la intervención para la mejora de la operación empresarial.	3. Efectos producidos por las destrezas directivas, administrativas y operativas adquiridas.	4. Consecuencias de la promoción e integración gremial.	5. Repercusiones de las relaciones comerciales con otros sectores.	6. Intervención ante el Estado y organismos privados.	7. Secuelas de la implementación de los apoyos del Estado y de las cámaras.	8. Las cámaras son calificadas por el sector empresarial.
1.1 La cámara no cumple con su misión ni objetivos, hace como que cumple con su función pero en la realidad no sucede.	2.1 No hay apoyo para mejorar el negocio.	3.1 Nunca ha existido una invitación para tomar un curso.	4.1 No realizan estas funciones, o hacen lo mínimo.	5.1 No se lleva a cabo.	6.1 Nunca ha existido algo que beneficie a mi negocio en este tema.	7.1 La cámara debe convocar a los empresarios para dar a conocer los programas de apoyo al sector empresarial de acuerdo al tamaño y giro de las empresas afiliadas.	8.1 Nunca me han preguntado.
1.2 No hay ninguna invitación para informar de los beneficios a los afiliados.	2.2 Nunca han hablado ni se han presentado en el negocio para ayudarme.	3.2 Me ofrecieron un curso en línea pero no le dieron seguimiento a mi inscripción.	4.2 Cuando me afilié ofrecieron la publicación de los servicios del negocio en su revista, esta nunca llegó.	5.2 No conozco ningún caso.	6.2 No preguntan en que pueden ayudar.	7.2 He recibido más apoyo financiero del banco con el que trabajo que del Estado y la cámara.	8.2 No existe nada formal.
1.3 Una vez que te afilian no visitan más a los empresarios. El personal de primer contacto no está calificado para realizar una afiliación adecuada.	2.3 De lo ofrecido nada se ha cumplido.	3.3 La información no llega a tiempo.	4.3 La integración y promoción las cobran cuando estas deberían ser gratuitas.	5.3 Desconozco si se realizan. Nunca me han informado al respecto.	6.3 Ofrecieron asesoría ante el SAT pero nunca la dieron.	7.3 No he conocido ningún programa del gobierno que sea promovido por la cámara.	8.3 No me han preguntado, les haré llegar una carta donde les diré que no me ha servido a mí ni al negocio en nada estar afiliado.
1.4 La afiliación se realiza por temor a una multa, a un embargo o al cierre del negocio.	2.4 No ofrecen nada que sea de interés.	3.4 Los cursos que ofrecen están mal enfocados ya que no realizan una detección de necesidades directamente con los empresarios.	4.4 Nunca me han invitado a una reunión, no conozco a ningún afiliado.	5.4 Se realizó una feria de promoción de los afiliados, fue un desorden y un fracaso.	6.4 Solicité asesoría para enfrentar una demanda laboral y esta nunca se dio.	7.4 Desconozco si existen.	8.4 Nunca me han preguntado, me gustaría que viniera el presidente en turno para decirle lo que pienso.
1.5 Los funcionarios de la cámara utilizan sus puestos para beneficios personales o políticos.	2.5 La cámara no se interesa por las microempresas.	3.5 Los cursos que ofrecen los cobran, estos deberían de ser gratis para los afiliados.	4.5 No existe tal fomento.	5.5 Hago más por mí mismo que por lo que ofrece la cámara.	6.5 Esto no se da.	7.5 Considero que no existe relación entre el gobierno y la cámara.	
1.6 Te ofrecen mucho, sin embargo, los servicios son muy malos.	2.6 No dan asesoría en nada para mejorar.	3.6 No dan asesoría de nada.	4.6 No me han ofrecido ninguna relación comercial.	5.6 No conozco a alguien que diga que esto le ha funcionado.	6.6 Si lo hacen no existe difusión de esta actividad.	7.6 Esperaba que me apoyaran en mejorar mi negocio, nunca lo han hecho.	
1.7 Es deficiente la comunicación de los integrantes de la cámara hacia los agremiados.	2.7 Los objetivos de la cámara son muy imprecisos. No se realiza una distinción entre la micro, pequeña y mediana empresa.	3.7 No dan ninguna información que me ayude a guiar a mi negocio en su desarrollo.	4.7 El directorio empresarial de los afiliados no está actualizado.	5.7 Falta más trabajo en este aspecto.	6.7 Recibo más apoyo de otras instancias que de la propia cámara.	7.7 La información que dan es imprecisa, deficiente y está manipulada.	

(Continuación)

1.8 La afiliación a la cámara me ha decepcionado ya que no me ha beneficiado en nada.	2.8 El personal de la cámara está desorganizado, la única visita que he recibido es la de los vendedores que vienen a cobrar la cuota de afiliación, además, estas personas no están capacitadas para dar asesoría.	3.8 La cámara nunca ha proporcionado algún tipo de apoyo económico para tomar cursos y como consecuencia no se han tomado ya que deben ser solventados por la empresa.	4.8 No existe convocatoria para la promoción de las relaciones.	5.8 Las cámaras apoyan solo a los afiliados que consideran importantes. No le dan la misma importancia a las empresas pequeñas que a las grandes, creo que hay discriminación.	6.8 Me ofrecieron que me ayudarían a tramitar el permiso de uso de suelo de mi negocio, ante el municipio y desde entonces sigo esperando ese apoyo.	7.8 No existen políticas ni acuerdos que beneficien a los comerciantes.	
1.9 Me afilié para que no me estuvieran molestando.	2.9 No existe planeación y organización de sus actividades y funciones.		4.9 La integración solo se da entre los allegados a los funcionarios y entre los integrantes de los grandes corporativos.		6.9 No abogan por los socios.		
1.10 Considero que la afiliación es más por negocio de la cámara y no tanto por apoyar al empresario.	2.10 La mejora en mi negocio ha dependido más de lo que yo hago que del apoyo de la cámara.				6.10 Todo el apoyo es para las grandes empresas ya que la cámara tiene una filosofía corporativista.		
1.11 Considero que los funcionarios de las cámaras apoyan solo a ciertas empresas por intereses mutuos. Es necesario que la cámara trate de igual manera a todos los empresarios.	2.11 La cámara no hace nada al respecto, son parásitos que nada más sacan dinero. Las cámaras no están supervisadas ni vigiladas.				6.11 Desconozco si la cámara me hubiera apoyado en una controversia ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).		
1.12 Las cámaras deben desaparecer, no sirven para nada.	2.12 No he recibido información y asesoría sobre aspectos de cómo mejorar mi negocio en cuestiones de administración y operación.				6.12 Esperaba que la cámara me vinculara con la Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del estado de Querétaro para presentar mi proyecto empresarial.		

Fuente: elaboración propia.

Peters afirma que una institución debe dirigir el comportamiento de los individuos que atiende, las manifestaciones de los empresarios indican que las cámaras empresariales no promueven actividades concretas de integración entre el gremio, lo que da como resultado la falta de unión entre los integrantes del sector empresarial.

Weber y Durkheim plantean que las instituciones deben promover la cooperación de sus integrantes, los empresarios declaran que no existe planeación ni organización de las actividades y funciones de las cámaras, no hay correspondencia entre lo que ofrecen y realizan las cámaras empresariales y lo que se espera de ellas.

Como consecuencia de lo expuesto se presenta, según Montaña (2005), el efecto de némesis institucional, es decir, la institución no realiza las acciones propias de sus principios institucionales, en el caso de las cámaras empresariales, no cumplen con los lineamientos de su objeto social.

Es importante resaltar que aunque existe el cuestionamiento y crítica de los entrevistados hacia las cámaras, los empresarios, en la mayoría de las ocasiones, optan por afiliarse o siguen adheridos a una cámara por temor a ser sancionados por alguna autoridad pública o, también, por sentirse presionados e intimidados por los promotores o visitantes de las cámaras.

Los datos arrojados por el presente estudio responden a la pregunta de investigación planteada, ya que se logra conocer la reflexión de los empresarios con relación al cumplimiento de la función institucional de las cámaras empresariales. Asimismo, se da respuesta a los objetivos definidos debido a que se ha determinado y difundido evidencia documental sobre el estudio de las cámaras empresariales, teniendo como referencia la teoría de las instituciones. De igual manera, se ha desarrollado un prototipo teórico-metodológico que permite analizar diferentes estructuras organizacionales desde la perspectiva de la teoría de las instituciones.

Derivado de lo anterior se establece que se consuman los propósitos de investigación planteados. A continuación se menciona la manera en que se responde a ellos.

Los resultados obtenidos permiten cumplir con los propósitos establecidos de la investigación debido a que se ha generado conocimiento, así como la documentación de información sobre el estudio de las cámaras empresariales de acuerdo al fenómeno social que experimentan integrantes del sector empresarial desde el marco de referencia de la teoría de las instituciones; asimismo se valida el prototipo teórico-metodológico propuesto para analizar desde la perspectiva de la teoría de las instituciones como estructuras organizacionales: colegios de profesionistas, sindicatos, asociaciones u organismos de asistencia social o con fines filantrópicos como las organizaciones no gubernamentales (ONG), instituciones de asistencia privada (IAP).

Reflexiones

Resulta insólito saber que instituciones de esta índole, que en nuestro país tienen presencia desde hace 142 años, no cumplan con su misión para la cual fueron creadas.

Es significativo mencionar que es generalizada la percepción de los integrantes del sector empresarial de las micro y pequeñas empresas con respecto a que las cámaras empresariales realizan una disgregación marcada entre las micro y pequeñas empresas frente a las medianas y grandes compañías, ya que tienen la idea de que la intervención, promoción, atención y apoyos del Estado y de las cámaras empresariales están enfocados sólo a las empresas corporativas.

Existe el comentario colectivo entre los empresarios entrevistados de que los funcionarios de las cámaras empresariales utilizan su posición para beneficiarse de manera personal, o bien, para obtener algún provecho político, esta situación también perjudica la imagen de las cámaras empresariales ante el sector que, de acuerdo a sus estatutos, debieran representar.

Fuentes bibliográficas

- Ayala Espino, José (2003), *Instituciones para mejorar el desarrollo. Un nuevo pacto social para el crecimiento y el bienestar*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Ayala Espino, José (2005), *Instituciones y economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Bunge, Mario (2004), *La investigación científica: Su estrategia y su filosofía*, 3ra. Edición, México, Siglo XXI editores.
- Cantú Delgado, Humberto (2006), *Desarrollo de una cultura de calidad*, Tercera edición, México, Mc Graw-Hill-Interamericana.
- Churchill, Gilbert A. (2003), *Investigación de mercados*, 4ta. Edición, México, International Thomson Editores.
- Curcio Borrero, Carmen Lucia (2002), *Investigación cuantitativa. Una perspectiva epistemológica y metodológica*, Colombia, Universidad de Caldas, Kinesis.

- Heidegger, Martin (2006), *Introducción a la investigación fenomenológica*, Madrid, España, Síntesis.
- Jepperson, Ronald L. (2001), "Instituciones, efectos institucionales e institucionalismo", en Powell, W. y DiMaggio, P. (Comp.) (1991), *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, A. C., México, Universidad Autónoma del Estado de México, Fondo de Cultura Económica.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2010), *Metodología de la Investigación*, 5ta. Edición, México, Mc. Graw Hill.
- Malhotra, Naresh K. (2004), *Investigación de mercados: Un enfoque aplicado*, México, Pearson Educación de México.
- Mertens, Donna M. (2005), *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity with Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*, California, USA, Thousand Oaks, Sage Publications.
- Mintzberg, Henry (1993), *Structure in Five. Designing Effective Organizations*, USA, Prentice-Hall.
- Montaño Hirose, Luís (2001), "Los nuevos desafíos de la docencia. Hacia la construcción —siempre inacabada— de la Universidad, en Barba Álvarez, Antonio y Montaño Hirose, Luís, (Coords.), *Universidad, organización y sociedad*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa y Miguel Ángel Porrúa.
- North Douglass, C. (2006), *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Ocegueda Mercado, Corina G. (2002), *Metodología de la investigación: Métodos, técnicas y estructuración de trabajos académicos*, Matamoros, México, Centro Interdisciplinario de Investigación y Docencia en Educación Técnica.
- Pérez Serrano, Gloria (2004), *Investigación cualitativa: Retos e interrogantes*, Madrid, España, La Muralla.
- Peters, B. Guy. (2003), *El nuevo institucionalismo. Teoría institucional en ciencia política*, Barcelona, España, Gedisa.
- Portes, Alejandro (Coord.) (2009), *Las instituciones en el desarrollo Latinoamericano: Un estudio comparado*, México, Siglo XXI Editores.
- Powell, Walter W. y DiMaggio, Paul J. (Comp.) (2001), *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, México, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, Universidad Autónoma del Estado de México, Fondo de Cultura Económica.
- Quivy, Raymond Campenhoudt Luc Van (2004), *Manual de investigación en ciencias sociales*, México, Limusa.
- Ruiz-Canela López, José (2004), *La gestión por calidad total en la empresa moderna*, México, Alfa-Omega Grupo Editor.
- Ruiz Olabuénaga, José Ignacio (2003), *Metodología de la investigación cualitativa. Serie Ciencias Sociales*, vol. 15, Universidad de Deusto, Bilbao, España, Artes Gráficas Rontegu.
- Sierra Bravo, Restituto (2003), *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*, Madrid, Thomson Editores.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (Coord.) (2007), *La investigación cualitativa. Estrategias de investigación cualitativa*, Argentina, Biblioteca de Educación, Gedisa.

Publicaciones periódicas

- Bennett, Robert J. y Ramsden, Mark (2007), "The Contribution of Business Associations to SMEs (Small and medium-sized enterprises): Strategy, Bundling or Reassurance?", *International Small Business Journal*, SAGE Publications.
- Chía, Jesús y Escalona, Caridad I. (2009), "La medición del impacto de la ciencia, la tecnología y la innovación en Cuba. Análisis de una experiencia", *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, vol. 5, núm. 13, nov., pp. 83-96, Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior, Argentina, obtenido el 20 de mayo del 2011, desde <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=92415269005>.
- De la Rosa Alburquerque, Ayuzabet (2004), "Hacia la emergencia de un nuevo objeto de estudio: La micro, pequeña y mediana organización. La

dimensión institucional en el análisis organizacional”, *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, año 25, núm. 56, pp. 129–174, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, noviembre.

Eggrickx, Ariel (1999), “Un Exemple Type D’organisation Incontrolable Paradoxalement Controlee: Le cas des chambers de commerce et d’industrie”, *Comptabilité-Controle-Audit*, tome 5, vol. 2, pp. 151-170, obtenido el 18 de junio del 2010, desde <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=15747258&lang=es&site=ehost-live>.

Jianhong, Zhao y Wenhong, Bi (2008), “The Roles and Function of Chinese Industrial Associations in Dealing with Abroad Technical Barrier”, *Management Science and Engineering*, vol. 2, núm. 1, pp. 60-65, obtenido el 18 de junio del 2010, desde <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=32926392&lang=es&site=ehost-live>.

López Herrera, Francisco y Salas Harms, Héctor (2009), “Investigación cualitativa en administración”, *Revista Cinta de Moebio*, septiembre 2009, núm. 35, pp. 128-145, Universidad de Chile, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, “Ensayo obtenido en las clases del programa doctoral de la Universidad Autónoma de Querétaro”.

Luna, Matilde y Tirado, Ricardo (2008), “Business Associations and Their Contribution to Knowledge Networks in Mexico”, *International Journal of Technology Management and Sustainable Development*, vol. 7, Issue 3, pp. 251–264, obtenido el 18 de junio del 2010, desde <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=37606094&lang=es&site=ehost-live>.

Montaño Hirose, Luís (2005), “Organización y sociedad. Un acercamiento a la administración pública mexicana”, *Gestión y Política Pública*, vol. XIV, núm. 3, México, División de Administración Pública del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).

Waters, Sarah (1999), “Chambers of Commerce in Italy. A Model of Cooperative Development?” *European Urban and Regional Studies*, SAGE Publications.

Otras fuentes

Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño (CANACOPE), obtenido el 19 de septiembre del 2008, desde <http://www.canacope.com.mx/>.

Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), Obtenido el 23 de septiembre del 2008, desde <http://www.cmic.org/>.

Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (CANACO), obtenido el 19 de septiembre del 2008, desde <http://www.camaradecomerciodemexico.com.mx/>.

Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas (CANAGRAF), obtenido el 23 de septiembre del 2008, desde <http://www.canagrafgrafico.com/>.

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), obtenido el 19 de septiembre del 2008, desde <http://canirac.org.mx/>.

Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), obtenido el 22 de septiembre del 2008, desde <http://www.canacindra.mx/>.

Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Obtenido el 29 de abril del 2011, desde <http://www.cce.org.mx/>.

Gómez Medina, María Teresa de Jesús (2013), “La generación de conocimiento y el desarrollo tecnológico como efecto de la vinculación entre las IES y la empresa”, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Querétaro.

Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, publicada en el *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, México, el 20 de diciembre de 1996, obtenido el 22 de octubre del 2008, desde <http://www.economia.gob.mx/pics/p/p1376/L37.pdf>.

Romero González, Rosa María (2009), “Gestión del Conocimiento en la Red Unircoop Américas”, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Querétaro.

Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Querétaro (SEDESU, 2010), México, Anuario Económico, Querétaro, Talleres Gráficos del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.

Secretaría de Economía (SE, 2002), México, publicación del *Diario Oficial de la Federación (DOF)* del 30 de diciembre del 2002, obtenido el 22 de octubre del 2008 desde http://www.economia.gob.mx/pics/p/ppfolios_may07/0001000068807.pdf.

Stritch, Andrew (2004), "Business Associations. Paper presented to the Workshop on Policy Analysis in Canada", Simon Fraser University, Vancouver, Obtenido el 18 de junio del 2010,

desde http://www.sfu.ca/mpp-old/pdf_news/CPPR%20working%20papers%20-20stritch.pdf.

VII Congreso Mundial de Cámaras, obtenido el 19 de septiembre del 2008, desde <http://www.vii-congresomundialdecamaras.com.mx>.

World Chambers Federation (2011), obtenido el 25 de abril del 2011, desde <http://www.iccwbo.org/wcf/id2899/index.html>.

